Le traitement de la crise économique par les agences de presse : une comparaison France / Espagne

Mariola Moreno Calvo

▶ **To cite this version:**

Mariola Moreno Calvo. Le traitement de la crise économique par les agences de presse : une comparaison France / Espagne. Sciences de l'information et de la communication. Université Toulouse le Mirail - Toulouse II, 2018. Français. ⟨NNT : 2018TOU20001⟩. ⟨tel-02373046⟩

HAL Id: tel-02373046

https://theses.hal.science/tel-02373046v1

Submitted on 20 Nov 2019

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.

HAL Authorization

THÈSE

En vue de l'obtention du

DOCTORAT DE L'UNIVERSITÉ DE TOULOUSE

Délivré par l'Université Toulouse - Jean Jaurès

Présentée et soutenue par

Mariola MORENO CALVO

Le 16 janvier 2018

Le traitement de la crise économique par les agences de presse : une comparaison France / Espagne

---

École doctorale et discipline ou spécialité

ED ALLPH@: Sciences de l'information et de la communication

Unité de recherche

Laboratoire d'Études et de Recherches Appliquées en Sciences Sociales (LERASS)

Directeurs de Thèse

Pascal MARCHAND (Professeur des universités, Université Toulouse 3)

Pierre MOLINIER (Professeur des universités, Université Toulouse 2)

Jury

Claire BLANDIN (Professeur des universités, Université Paris 13)

Emmanuel HOOG (Président directeur-général de l'AFP)

Roselyne RINGOOT (Professeur des universités, Université de Grenoble-Alpes)

Denis RUELLAN (Professeur des universités, Université Paris-Sorbonne)

Université Toulouse - Jean Jaurès

Laboratoire d'Études et de Recherches Appliquées en Sciences Sociales

(LERASS) – Equipe PSYCOM

THÈSE

Pour obtenir le grade de

DOCTEUR DE L'UNIVERSITÉ

Spécialité

Sciences de l'Information et de la Communication

Le traitement de la crise économique par les agences de presse : une comparaison France / Espagne

MORENO CALVO Mariola

Présentée et soutenue publiquement

Le 16 janvier 2018

Directeurs de Recherche

Pascal MARCHAND (Professeur des universités, Université Toulouse 3)

Pierre MOLINIER (Professeur des universités, Université Toulouse 2)

JURY

Claire BLANDIN (Professeur des universités, Université Paris-13)

Emmanuel HOOG (Président directeur-géneral de l'AFP)

Roselyne RINGOOT (Professeur des universités, Université de Grenoble-Alpes)

Denis RUELLAN (Professeur des universités, Université Paris-Sorbonne)

On ne voit bien qu'avec le cœur,
L'essentiel est invisible pour les yeux
(Le Petit Prince)

Remerciements

Remercier est assez difficile, quand les mots et la place nous manquent pour le faire… Pascal Marchand a été plus qu'un directeur de thèse pour moi. Au début il a été mon sauveur, quand j'étais perdue sur comment faire un doctorat en France, et alors que le personnel de l'université me renvoyait d'une personne à l'autre sans donner une réponse à ma demande. Le 4 juin 2013, Madame Laure Cammas m'a conseillé de me rapprocher de M. Pascal Marchand et de lui communiquer un projet de thèse afin qu'il puisse cibler ma demande. Et voilà une fois que je suis arrivée à ce point, l'aventure a commencé ! Quatre ans plus tard, nous en voyons le résultat. Je veux remercier Pascal pour la confiance qu'il a toujours eue en moi, même quand je parlais comme une indienne, il faisait toujours l'effort de me comprendre et m'aider. Sur le plan académique, et sur le plan personnel, je peux dire que vous avez été un pilier très important pour moi pendant tout mon séjour à Toulouse, s'il existe la grandeur humaine, elle est clairement en vous.

Mais j'ai eu un autre pilier essentiel dans cette thèse, Pierre Ratinaud, sans lui et toute son aide, il aurait été difficile d'obtenir les résultats que nous avons, des jolis graphiques sur IRaMuTeQ, et une interprétation et une compréhension des résultats. Toujours disponible, toujours prêt pour tendre sa main pour aider, même si c'est le 31 décembre, Pierre est disponible pour coder des textes. Cela a été un plaisir et un privilège d'avoir pu travailler avec vous, merci !

Mais une thèse n'est possible sans être inscrite à l'université, et… prenant en compte déjà les difficultés que j'ai eues pour parvenir à un directeur qui encadrerait ma thèse, il y avait une autre petite bataille au niveau administratif, qui, grâce à l'aide et collaboration de Pierre Molinier, a été remportée. Je vous remercie beaucoup, Pierre, pour m'avoir aidée à rendre ce rêve possible.

Je tiens également à remercier très sincèrement Claire Blandin, Emmanuel Hoog, Roselyne Ringoot et Denis Ruellan d'avoir accepté de faire partie de mon jury. Et à toute l'équipe Psycom, dont les séminaires m'ont chaque fois nourrie.

Merci bien à notre grande documentaliste Cathy Malassis, pour son enthousiasme et sa disponibilité.

Je remercie ma famille et mes grandes amies pour leur soutien inconditionnel et pour être toujours avec moi, même si parfois il y a beaucoup de kilomètres qui nous séparent, vous êtes toujours présents dans ma vie, et grâce à vous je suis arrivée jusqu'au but. Merci aussi à tous les francophones qui m'ont aidée avec la relecture et la correction de cette thèse.

Un grand merci à toutes les personnes qui m'ont accompagnée pendant ce pèlerinage, sans vous ce travail n'aurait pas été possible !

Sommaire

INTRODUCTION **8**

1. LA CONSTRUCTION MEDIATIQUE DES OBJETS **15**

1.1. QU'EST-CE QU'UN EVENEMENT MEDIATIQUE ? **17**

1.2. LA CONSTRUCTION DE L'AGENDA MEDIATIQUE **25**

1.2.1. L'*agenda setting* 27

1.2.2. Sélection de l'information: qui est dans l'agenda et pourquoi? 31

1.2.3. Fonctions de l'*Agenda Setting* 35

1.2.4. Effets de l'*agenda setting* sur l'opinion publique 37

1.3. « LES REPRESENTATIONS SOCIALES » : UNE NOTION BIEN DEFINIE **40**

1.3.1. Les Représentations Sociales : émergences et mutations d'un concept 41

1.3.2. Processus de création d'une RS 51

1.3.3. Identité et Représentations Sociales et professionnelles 56

1.3.4. Les médias et les représentations sociales 59

1.4. LES REPRESENTATIONS MEDIATIQUES **63**

1.4.1. Les agences de presse 64

Approche historique des agences de presse *66*

Constitution d'une agence *72*

Agence de presse au travail *75*

1.4.2. L'Agence France Presse 79

1.4.3. L'agence EFE 84

HYPOTHESE **88**

2. LA CONSTRUCTION DISCURSIVE DES OBJETS **91**

2.1. L'ANALYSE DU DISCOURS **93**

2.1.1. Le discours et la communication 93

Comment faire une analyse du discours *95*

Fonctions de l'analyse du discours *98*

La contextualisation du discours *99*

2.1.2. L'analyse du discours médiatique 101

2.2. ANALYSE QUANTITATIVE ET QUALITATIVE 107

2.2.1. L'analyse quantitative 107

2.2.2. L'analyse qualitative 108

2.2.3. Analyse quantitative vs analyse qualitative 111

2.2.4. L'analyse de contenu 113

2.3. VERS LE CONCEPT DE LA TEXTOMETRIE 116

3. LA CRISE ECONOMIQUE COMME OBJET 120

3.1. QU'EST-CE QUE C'EST UNE CRISE ECONOMIQUE ? 121

3.2. ECLATEMENT DE LA CRISE : LES CAUSES 124

Quels sont les effets les plus remarquables du déclenchement de la crise ? 126

Comment les Etats-Unis sont arrivés à cette situation ? 129

Le déclenchement de la crise en Europe 134

3.2.1. Causes : le cas français 138

3.2.2. Causes : Le cas espagnol 140

3.3. MESURES POUR SORTIR DE LA CRISE 147

3.3.1. Les mesures pour sortir de la crise : France 150

Mesures du gouvernement de Sarkozy (UMP) 2007-2012 151

Mesures du gouvernement de Hollande (PS) 2012-2017 153

3.3.2. Les mesures pour sortir de la crise : Espagne 156

La deuxième législature de Zapatero (PSOE) 2008-2011 158

La première législature de Rajoy (PP) 2011-2015 159

3.4. LES CONSEQUENCES DE LA CRISE 160

3.4.1. Les Conséquences de la crise : France 161

Conséquences économiques 161

Conséquences sociales 162

3.4.2. Les Conséquences de la crise: Espagne 163

Conséquences sociales 164

Conséquences politiques 164

Conséquences économiques 168

4. DISCOURS DE PRESSE SUR LA CRISE ECONOMIQUE (FRANCE ET ESPAGNE, 2008-2014) 171

4.1. CONSTRUCTION DES CORPUS 173

4.1.1. Vocabulaire et lexique dans la textométrie 175

4.1.2. Le logiciel d'analyse textuelle : IRaMuTeQ 177

4.2. HYPOTHESE 1 : UNE RESSEMBLANCE MACROSTRUCTURALE 181

4.3. HYPOTHESE 2 : DES DIFFERENCES MICROSTRUCTURALES 190

4.3.1. La comparaison synchronique 196

4.3.2. Les séquences chronologiques 203

Le chômage 223

Les changements politiques 231

Les affaires politico-financières 233

DISCUSSION 240

CONCLUSION 245

BIBLIOGRAPHIE 251

BIBLIOGRAPHIE GENERALE 253

WEBOGRAPHIE 272

LISTE DES TABLEAUX 273

TABLE DES ILLUSTRATIONS 273

INDEX 277

ANNEXES 281

INTRODUCTION

En 2008, le déclenchement de la crise (qui signifie en soi une récession économique) a affecté la situation politique-économique et sociale de la plupart des pays, mais elle a également touché les économies des ménages. C'est la raison pour laquelle il s'agit d'un événement majeur ayant pour origine, entre autres, une bulle immobilière remarquable dans des pays comme l'Espagne ou les Etats-Unis, ainsi qu'une mauvaise gestion de l'économie par les gouvernements (fort endettement, maquillage des chiffres comme celui de l'état grec). Il a aussi eu des conséquences négatives depuis de nombreux secteurs des affaires jusqu'au sein-même des familles : hausse de chômage, fermetures d'entreprises, augmentation de la pauvreté…

Cette crise a la particularité d'avoir été quelque chose de complètement soudain et inconnu pour les gens, avec des conséquences directes sur leur mode de vie et sur la société en général. La crise s'est directement introduite dans la communication et les interactions citoyennes à travers l'information ; elle a influencé la façon de concevoir le fonctionnement des phénomènes économiques, la « connaissance » partagée, généralement conçue comme le moyen de donner un sens au monde.

C'est pourquoi nous privilégierons ici la façon dont la crise économique est traitée par les médias, au travers d'une analyse du discours de la presse. La crise économique a des effets sur les traitements des médias et de la communication politique, qui justifient l'intérêt porté aux dynamiques psychosociales (De Rosa, Bocci & Bulgarella, 2010).

Jodelet (2011) a proposé certaines hypothèses sur le rôle des médias face à la crise financière mondiale, qui mobilisent la notion d'ancrage : « Les médias, prenant parfois le relais des milieux scientifiques, donnent des situations de vie et de l'état du monde social, politique et économique, des interprétations qui interviennent dans la formation et la formulation des peurs sociales ». La crise économique, au-delà d'un certain volume d'information médiatique, devient non seulement une référence explicative d'autres événements, mais également un vecteur de positionnement à leur égard (Rizzoli, Romaioli & Contarello, 2017).

A partir de 2008, la « crise économique » s'impose donc comme un objet de connaissance nouveau, abstrait et complexe, qui se diffuse largement dans l'opinion publique et dans le milieu médiatique. Elle peut constituer un objet en soi (effets, causes, conséquences) ou une référence invoquée pour le traitement d'autres objets (économiques, politiques, sociaux…).

La crise devient un sujet d'intérêt public général, et on voit émerger des informations qui n'étaient pas pertinentes auparavant. Il a fallu changer l'agenda médiatique et réadapter les nouvelles. Il s'agit de rendre familier le nouvel objet pour le public, et c'est pour cela que les médias, qui s'adressaient au public spécifique et spécialisé dans l'économie, ont dû changer leur façon de communiquer pour mieux expliquer les termes et les enjeux économiques.

Pour devenir un tel objet de diffusion et émerger dans la sphère publique, l'objet « crise » doit subir des opérations de simplification et de catégorisation pour le doter d'un sens commun, ce qui avait été décrit par Moscovici (1961) au travers des processus d'objectivation et d'ancrage.

Les effets d'objectivation (description, explication, schématisation…) et d'ancrage (analogies, comparaison, mises en relation…) mobilisent, selon nous, des répertoires linguistiques structurés par des références communes (générales et partagées), elles-mêmes liées aux appartenances sociales.

Etant donné que l'explication de la crise va mobiliser du lexique, cet effet nous fera aussi revenir sur la théorie de l'*agenda setting*, pour comprendre comment les médias organisent leurs informations. Cohen disait que les médias ne nous disaient pas ce qu'il faut penser mais ce à quoi il faut penser. Nos résultats montreront qu'au-delà de ce qu'il faut penser, et de ce à quoi il faut penser, la question se pose aussi de savoir comment il faut le penser, retrouvant ainsi la perspective ouverte par McCombs et Shaw. Mais nous ajouterons qu'il y a d'autres effets d'agenda, qui ne concernent pas les choix thématiques mais des agencements lexicaux, qui traduisent la façon dont les médias vont s'adapter à la culture et aux citoyens de leur pays. Finalement les journalistes font leur travail dans une tension, d'un côté ils ont leurs

représentations professionnelles qui les guident pour faire leur travail, mais étant donné qu'ils sont au service de la société, ils doivent répondre aussi aux attentes des citoyens du pays auxquels ils s'adressent, et cela va créer des particularités dans le travail journalistique, qui s'adapte au contexte.

De sorte que, de l'objet initial à sa représentation telle qu'elle est diffusée par la presse, une étape intermédiaire nous intéresse particulièrement, et concerne le travail des agences de presse. Un positionnement plus factuel constitue la base même de la production agencière (Palmer, 2009). La loi de 1957 sur le statut de l'AFP impose effectivement aux journalistes de l'agence de fournir une information « complète, objective, exacte, impartiale et digne de confiance » (Lagneau, 2003). Les questions de fiabilité et d'objectivité constituent deux piliers essentiels pour les journalistes des agences de presse, qui sont chargés de fournir des informations pour d'autres médias (télévisions, radios et journaux). Et pour parvenir à tous les médias – quelle que soit leur ligne éditoriale – ces informations doivent se présenter comme neutres et impartiales.

Nous considérons donc que les agences de presse inscrivent l'information dans un univers axiologique particulier caractérisé par un contrat de lectorat (Burguet, 2000 ; Veron, 1985) moins marqué par l'éditorialisation que d'autres médias. Il s'agit donc, pour en rester à la perspective de Moscovici (o.c.), de privilégier dans ce travail une presse de diffusion, par opposition à une presse de propagation ou de propagande.

Si l'on accepte ce postulat, le traitement de l'information par les agences de presse est à même de révéler la relation existant entre une réalité socio-historique (la « crise »), et les bases de construction des représentations sociales qui se diffuseront dans les organes médiatiques.

Il ne s'agit pas d'affirmer que ce traitement par les agences de presse est plus « objectif » que celui des rédactions postérieures par les organes de presse qui peuvent s'en inspirer. Nous poserons, au contraire, l'hypothèse qu'il traduit une certaine façon de vivre l'événement, en puisant dans les contextes généraux qui fournissent

des éléments d'ancrage (Doise, 1982) et impliquent la culture, l'importance de l'objet, les caractéristiques de l'identité nationale (Marchand & Ratinaud, 2012).

C'est la raison pour laquelle nous allons mettre en relation les analyses de textes et les contextes socio-historiques, en posant des hypothèses pour expliquer les changements thématiques, et les principaux facteurs qui participent à ces évolutions, comme par exemple les moments de changement politique ou social, qui auront un effet sur les dépêches des agences.

Dans cette perspective, nous avons choisi d'adopter une perspective de comparaison internationale. Si la crise est mondiale, elle n'affecte évidemment pas tous les pays de la même manière ; il y en a de plus touchés que d'autres. Mais au-delà des conséquences nationales, chaque pays a ses propres systèmes médiatiques et ses particularités sociales, culturelles, linguistiques… A cet égard, notre perspective représente un point de départ intéressant pour la comparaison, et nous verrons notamment la différence entre la France et l'Espagne, qui n'ont pas connu les mêmes effets (hausse taux de chômage et des importants politiques d'austérité mises en place en Espagne…), ni les mêmes réactions et stratégies développées pour pallier les effets de cette récession économique.

Les principales agences de presse en France et en Espagne, nous permettront donc d'appréhender de tels ancrages, généraux ou spécifiques, pour comprendre la genèse de la diffusion des représentations sociales de la crise économique. Et c'est au travers de l'organisation lexicale des articles de presse traitant la crise, que nous proposons d'aborder cette étude sur six ans (de 2008 à 2014). L'utilisation du logiciel IRaMuTeQ et notamment de la méthode Reinert, permettra de faire apparaître les similitudes et les différences des thématiques abordées dans ces deux contextes distincts (France et Espagne), à la fois dans leur contenu et dans leur temporalité.

Nous avons divisé notre travail en quatre parties. Premièrement nous aborderons la construction médiatique des objets, à travers laquelle nous prétendons connaître le fonctionnement du travail journalistique, en considérant les représentations sociales qui jouent un rôle important au niveau social et de construction du discours.

La deuxième partie sera plus méthodologique, où nous montrerons la méthode que nous avons suivie dans notre recherche, en justifiant notre choix.

Au cœur de la troisième partie, nous nous rapprocherons de l'objet, la crise économique, en faisant une description concise de cet évènement, évoquant ses causes et ses conséquences ainsi que les mesures politiques et sociales adoptées au niveau global et plus concrètement dans les deux pays qui font l'objet de notre thèse.

Finalement, à l'intérieur de la dernière partie, nous révélerons nos analyses et résultats obtenus à partir des corpus que nous avons constitués avec les dépêches des agences AFP (France) et EFE (Espagne).

Il faut enfin signaler que, dans notre recherche, nous allons nous appuyer sur les propos que nous avons pu recueillir auprès de journalistes des agences de presse étudiées (AFP et EFE), pour mieux comprendre nos résultats, et aller plus loin dans nos analyses, en plus de nourrir notre réflexion.

1.
LA CONSTRUCTION MEDIATIQUE DES OBJETS

A l'intérieur de ce chapitre, nous accéderons au fonctionnement des médias, et particulièrement à celui des agences de presse, à l'aide desquelles nous ferons le travail de terrain. Tout d'abord, signalons que notre choix d'étudier la crise économique à travers des médias a été dû à ce qu'il s'agissait d'un problème d'actualité, dès lors forcément présent dans le traitement médiatique, d'autant plus qu'il existe un lien assez fort entre représentation sociale et représentation médiatique dans la formation de l'opinion publique. En plus, nous avons fait le choix des agences de presse pour être plus proche d'une information objective et avec la moindre accentuation éditoriale possible. Même si la crise économique est un événement global, nous poserons l'hypothèse que son impact va être différent pour chaque pays et que son traitement va devoir s'adapter au contexte et aux conditions de réception.

1.1. QU'EST-CE QU'UN EVENEMENT MEDIATIQUE ?

Pour mieux comprendre le fonctionnement des médias, il faut d'abord détailler quelques éléments qui sont cruciaux. Parfois, nous entendons des gens qui se demandent pourquoi certaines informations apparaissent à la télévision ou sont diffusées à la radio, tandis que d'autres informations ne sont jamais divulguées? Nous allons essayer de répondre à cette question.

Avant de définir un événement médiatique, nous devons le déterminer sur le plan ontologique. La philosophie analytique n'offre pas d'autre définition d'un événement : c'est une unité de temps (Arquembourg-Moureau, 2003, p. 46). De façon générale, nous pourrons dire que c'est un phénomène qui se produit dans le monde (Charaudeau, 2005, p.78). En observant un peu plus loin, il s'agit d'un fait, qui a un temps bref, un phénomène jugé imprévisible et donc inattendu (Mercier, 2006), qui représente un aspect exceptionnel, parfois spectaculaire, toujours unique et singulier (Prestini-Christophe, 2016). Charaudeau affirme (2005, p.106) pour qu'un événement existe, il faut le nommer, car l'événement ne signifie rien en soi. Et, comme l'ajoute Morin (1996), tout événement requiert un système pour son existence et sa

justification : c'est le contexte qui donne sa signification, grâce à lui on peut connaître certains éléments avant l'arrivée du nouveau fait. Par exemple, si les médias ne nous parlent que de la faillite des banques et qu'ils ne rapprochent pas cet évènement d'une situation financière globale qui touche plusieurs aspects de l'économie, la plupart des spectateurs ne vont rien comprendre et ne vont pas s'approcher du sujet car il leur manque des éléments pour arriver à trouver une signification. En revanche, il faut remarquer, comme dit Arquembourg-Moureau, qu'un événement sans contexte reste incompréhensible ne signifie pas qu'il soit interprété de la même manière selon les communautés.

Ainsi qu'assure Arquembourg-Moureau, (pp. 28-33), les événements sèment le désordre qu'il est impossible de prévoir en avance, et déclenchent de l'incertitude, car tout reste inconnu. C'est au moment où le fait arrive que les sujets impliqués vont essayer de le résoudre, et de comprendre pour chercher un sens. Lorsque les événements ont lieu, ils sont la conséquence du passé et des circonstances mises en place précédemment, et donc nous en connaissons déjà leur contexte. Par exemple, la crise économique a démarré en 2008, entre autres, à cause des mauvaises gestions sur le marché financier, de la bulle immobilière, de la croissance du chômage etc. qui se sont produites quelques années avant 2008.

Au coeur de *La Pensée Sauvage*, Claude Lévi-Strauss distingue deux modes d'appréhension des événements qui différencient les sociétés, au niveau de leur manière de se confronter à l'altérité et aux changements. Il y aurait, d'une part, des sociétés chaudes qui feraient du changement le moteur de leur histoire, et d'autre part, des sociétés froides qui, en assimilant les événements, les ramènent à du déjà connu, en leur appliquant une temporalité cyclique, annuleraient la puissance motrice des événements et, de la sorte, seraient des sociétés sans histoire (Arquembourg-Moureau, 2003, p. 88). Claude Romana souligne ainsi que l'événement n'a rien d'un « fait objectif, tout événement est un jaillissement ». Il faut faire une différence également entre des événements publics et des événements personnels (Arquembourg-Moureau, 2003, pp. 28-29).

Une fois que l'événement est arrivé dans l'espace social, commence le jeu des médias. « Pour les journalistes, c'est un fait remarquable, inédit, insolite, méritant à ce titre un traitement spécial le mettant en valeur, ce qui en fait un événement médiatique » (Mercier, 2016). Ils vont incorporer à la sphère médiatique certains faits pour les rendre plus visibles et compréhensibles. En conséquence, il y a un double défi pour les médias : en premier lieu c'est de prendre connaissance des événements qui se produisent dans le monde, et de les reconstruire ensuite pour le transmettre au public. Dans cette ligne Charaudeau (2005, p.58) disait que la communication médiatique met en relation deux instances, l'une de production et une autre de réception. Dans ce sens, les journalistes ont la mission de répondre aux attentes du public en reconstruisant la réalité. Simonin (1999, p. 96) explique : « en définitive, il nous semble devoir admettre que médias et public co-produisent l'événement médiatique, participent au processus même de sa définition, qu'ils en sont les co-auteurs du texte, les co-acteurs de sa performance ». Etant donné, que le journalisme est un phénomène social, étant chargé d'informer sur l'actualité et toutes les informations pertinentes pour le public, donc il a une fonction médiatrice entre la réalité et le public. C'est grâce aux médias que nous sommes informés de ce qui se passe dans le monde (González, 1999).

Les médias peuvent contribuer ou amplifier le phénomène lui-même et sa lecture événementielle, à travers plusieurs critères. Notamment, les émotions : plus l'événement est centré sur l'émotion, plus il va attirer l'attention du public ; la proximité au fait, pour un journaliste, la possibilité d'être sur le terrain lors d'une situation, et de se mettre en contact avec les acteurs concernés et affectés par le fait, rendra plus crédible son information. L'habilité et le rôle du travail journalistique consiste à faire un ré-encodage des faits et une retransmission du ressenti de chacun. Plus la médiation est importante, plus les personnes vont s'interroger sur le sujet (Simonin, 1999, p. 96).

Entre autres, plus les médias veulent accorder de l'importance à un évènement, plus ils vont consacrer de la place et du temps à cette information. La présence et la

répétition de celui-ci, ça fera par exemple, qu'il n'aura pas la même portée qu'une nouvelle rédigée à l'intérieur d'un journal, et d'une autre qui occupe la une. En fait dans le journalisme, l'événement fait partie d'une triangulation qui inclut le public, les sources et les médias qui produisent et / ou permettent l'accès à l'événement (Prestini-Christophe, 2016).

Mais… Y a-t-il quelques événements qui attirent plus la curiosité des journalistes ?

Luhmann (2012, p.44-54) a signalé certains critères que prennent les médias afin de procéder à une sélection des événements. L'information elle-même ne peut apparaître que sous la forme d'une surprise. Elle doit en outre être compréhensible pour permettre une bonne communication. Parmi les principes se trouvent : la surprise, qui est renforcée par l'accentuation d'une rupture de la continuité du quotidien. L'information doit être nouvelle et surprendre (sans avoir besoin d'une répétition).

Quand nous pensons à la nouveauté, nous imaginons d'abord des événements uniques. Mais reconnaître des nouveautés requiert une certaine maitrise des contextes familiers et de l'environnement. Par exemple, au début de la crise, quand la prime de risque montait, ou les agences de notation baissaient la note à certains pays, il a fallu accrocher ces informations au contexte de crise économique pour que le public puisse comprendre d'abord le concept, et aussi ses effets sur l'économie, autrement ces types d'informations seraient restées inconnues pour la plupart du public, et les journalistes n'auraient pas pu l'aborder souvent comme ils l'ont fait. Egalement, il était nécessaire qu'apparaissent des nouveautés sur l'ampleur du sujet de la crise économique, pour que les médias en parlent.

En plus de la surprise, un autre principe qui prend en compte les médias pour catégoriser un événement, ce sont les conflits. En tant que thème, les conflits créent une tension et une confrontation, les journalistes vont ainsi privilégier le positionnement des deux parties pour rendre l'information complète. Cette confrontation est un thermomètre de notoriété pour eux, puisqu'il y a déjà plusieurs versions sur le

fait, et parce qu'il y aura différents sujets concernés. Par exemple, dans le cas d'une nouvelle loi où tous les partis sont d'accord, il n'y aura plus grand chose à dire, mais, si elle déclenche des manifestations ou si l'opposition du gouvernement n'est pas d'accord, ces faits vont être plus abordés par les médias.

Parmi ces principes, le nombre de personnes affectées constitue un des capteurs particulièrement efficaces de l'attention. Plus de personnes sont touchées par un événemnt déterminé, plus les journalistes vont l'aborder. S'il y a un incendie où il y a deux morts, c'est assez probable que ce fait n'apparaisse pas dans les médias, mais si au lieu de deux morts, il s'agit de deux mille morts, cela fera l'objet d'une nouvelle. Mercier (2006) envisage que le nombre de personnes décédées intéressera plus les journalistes ; ce même auteur affirme : « pour que le fait soit traité comme un événement, il faut que la violence des faits, leur brutalité ou le nombre des victimes dépassent l'ordinaire ».

En outre, la référence locale donne du poids à une information auprès des personnes qui habitent dans ce lieu determiné et à qui vont toucher de près les informations, en conséquence ils seront dans l'attente de plus de détails, car ils se sentent plus concernés. Le lointain doit être compensé par l'importance de l'information, par sa bizarrerie, ou son caractère atypique et du fait, cela transmet quelque chose qui aurait peu de chance d'avoir lieu chez nous. Si par exemple, cette crise économique n'avait concerné que la Grèce, il y aurait eu moins d'informations sur cela dans les médias français, mais étant donné qu'elle a affecté tous les pays, la crise a été présente pendant des années dans tous les médias au niveau mondial.

Les médias choisissent de relater particulièrement les transgressions de normes auxquelles on peut assortir des jugements moraux, c'est-à-dire ceux qui permettent de montrer du respect ou du mépris à l'égard de personnes. En ce sens, les médias de masse ont une fonction importante de maintien et de transmission de la morale. Par exemple, dans le cas de la crise, il y a eu des informations autour de la pauvreté, des inégalités, etc.

L'exigence de l'actualité pousse les informations à se concentrer sur des cas individuels (incidents, accidents, dysfonctionnements, idées). Surtout aujourd'hui que nous sommes dans l'ère de l'immédiateté, l'actualité est un critère assez important pour choisir les événements. Nous nous intéresserons à la crise actuelle plutôt qu'à celle de 1929.

L'expression de l'opinion peut être, elle aussi, diffusée au titre de nouvelle. Une part considérable du matériau de la presse, de la radio et de la télévision naît du fait que les médias réfléchissent eux-mêmes, et traitent alors cette réflexion comme un événement. Tantôt les gens sont interrogés sur leurs opinions, tantôt ce sont eux qui l'imposent. Mais il s'agit toujours d'événements qui ne se produiraient pas si les médias de masse n'existaient pas.

Pareillement, Mercier (2006) ajoute à ces critères, le cas des situations dramatiques humaines liées à des phénomènes naturels (catastrophes diverses), à des accidents techniques (explosions, pollutions) ou à la volonté humaine (attentats, guerres). De même, les journalistes s'intéressent à un événement social quand ils ont des images spectaculaires et inédites. Par exemple, dans le cas de la crise économique, même si tout le monde sait que le chômage et la situation en Grèce sont très délicats, le fait de voir une image d'une personne qui s'immole par le feu va nous rapprocher plus de la gravité de la situation du pays concerné.

De ce fait, des événements qui apportent nouveauté, originalité, importance et gravité, proximité géographique, grande quantité de personnes ou endroits affectés, hiérarchie des personnages impliqués, sont susceptibles d'émerger dans la sphère médiatique.

Par suite, dans la sélection et la classification des événements, entrent en jeu plusieurs facteurs, qui s'appuient à la fois, sur les axes d'information-société, et prennent en compte les besoins et les attentes du public. Les médias mettent en valeur leurs informations comme quelque chose de pratique, avec un impact émotionnel et formateur de l'opinion publique (Martini, 2000).

Néanmoins, en plus des critères cités dans ces pages, l'information ne devient événement médiatique que si elle est utile à un espace social donné, à un moment déterminé, et surtout si elle a un sens pour les différents acteurs. Du côté international, un critère dont les journalistes se servent, c'est d'envisager leur importance dans leur contexte national. La chute des marchés financiers américains peut avoir une conséquence dans l'économie française, alors les médias informeront de ce fait en traitant en outre les effets sur la France.

La concurrence médiatique fait aussi que les médias en quelque mesure, se copient entre eux, c'est-à-dire, si un journal n'a pas l'intention de donner une information mais que les autres journaux la traitent, il fera passer de même cette information. De plus, il y aura d'autres déterminants comme la ligne éditoriale de chaque média qui provoquera un suivi ou non de certains événements.

Nous pouvons regarder une synthèse de comment l'événement arrive aux médias, à partir du schéma fait par Mercier (2006).

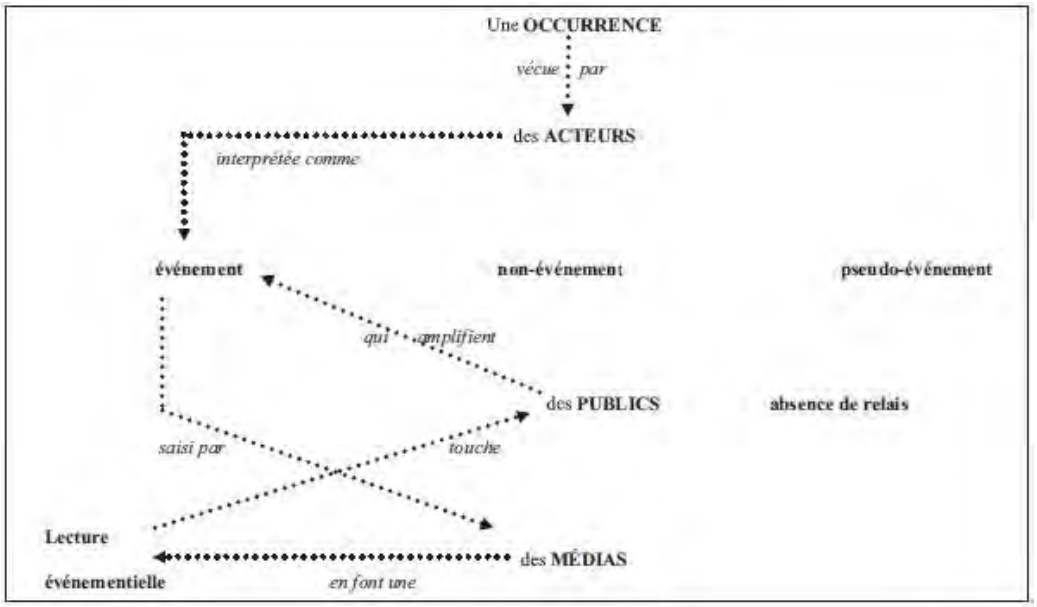

Figure 1: L'événement par les médias (Mercier, 2006)

Ce schéma nous montre qu'un fait, vécu comme un événement par des acteurs, devra être, pour arriver au public, d'abord ciblé par les médias qui en feront leur

propre lecture en impliquant les publics concernés, qui vont, à leur tour, contribuer à amplifier l'événement.

Dans le cas auquel nous allons nous intéresser plus précisément, les agences de presse doivent donner chaque jour des informations avec une valeur ajoutée et une nouveauté par rapport à la veille. Ainsi, elles devront personnaliser certaines informations pour les destinataires : un fait divers, tel un vol dans un magasin au centre-ville de Toulouse, va intéresser plutôt les Toulousains que les Parisiens. Pour détecter qu'un événement est *utile,* il est nécessaire d'analyser ses effets dans le temps et l'espace, et se poser quelques questions telles que, quand s'est-il passé ? Où ? Qui est affecté ? Quelles sont les conséquences que cela peut déclancher ? L'événement prend tout son sens lorsqu'il est en relation avec tous les critères énumérés précédemment et en répondant à ces questions (Alsina, 1996).

L'agencier distingue immédiatement ce qui est important, de ce qui ne l'est pas, un facteur clé va pouvoir être sa provenance, c'est-à-dire, la source, et si l'événement correspond ou pas avec l'actualité. La valeur de l'événement va être consacrée par le format qui lui est donné dans la dépêche. Dans l'agence, l'accroche actualité transite en premier, et l'événement va évoluer à mesure que l'agencier récupère plus d'informations (dans le cadre des causes, temps et espace), qui permettront de donner un sens précis à la situation. De plus, l'environnement d'urgence et de polyvalence dans lequel travaillent les agences de presse, vont influencer leurs méthodes de travail, qui privilégient parfois une classification simple des données et ont également une sélection de quelques événements-type. Car le *desk*[1] des agences se définit par ses clients, ce qui conduit à une certaine interdépendance et au recalibrage. C'est donc le *desk* des agences qui, en dernier ressort, décide de la valeur de l'information, de la vitesse à laquelle elle doit parvenir aux journaux, aux radios, aux télévisions (Kingston, 1996).

1 Service comprenant des rédacteurs qui reçoivent les dépêches, les corrigent, éventuellement les réduisent ou les traduisent avant de les diffuser vers les clients

1.2. LA CONSTRUCTION DE L'AGENDA MEDIATIQUE

Pour qu'un événement passe à la sphère publique, comme nous l'avons évoqué dans le point précédent, il est nécessaire de tenir compte de certains facteurs, comme l'impact sur la communauté, s'il produit des réactions et commentaires, s'il est ou pas d'actualité, etc. En définitive, il doit avoir un certain intérêt public pour que le journaliste s'intéresse à cet événement (Saad, 2010). Il existe également d'autres intérêts (politiques, économiques…) qui font que certaines informations sortent de l'inconnu et attirent l'attention des journalistes.

S'agissant de la construction de l'agenda dans les agences internationales, les journalistes interviennent avec leur culture professionnelle, les structures organisatrices, les routines productives, l'influence des forces externes et l'idéologie (Gonzalez, 2009). Ainsi que la présence d'informations des agences dans le champ médiatique est assez forte, les journalistes subiront donc la pression de certaines forces qui voudront avoir le contrôle sur certains sujets, et cela sera une petite bataille à laquelle ils doivent faire face au moment de sélectionner et publier leurs informations. Certaines journalistes que nous avons interviewés pour enrichir notre travail ont affirmé que parfois les sources essaient d'imposer les sujets en accord avec leurs intérêts.

Dans quelques cas, selon une étude réalisée par González (2014), il a été confirmé que les sources ont une influence dans la création de l'agenda avec les sujets du jour.

Du point de vue de l'organisation de l'agenda, les agences fonctionnent normalement de manière verticale (même si avec l'explosion des nouvelles technologies et l'arrivée du monde digital cela a déjà un peu changé), par suite, le contrôle se fait depuis le siège central, qui organisera l'agenda à propos des informations à inclure, (comment, quand…) pour les distribuer aux abonnés.

Cependant, il existe de même, un autre aspect important : les agences fournissent des informations pour tous les types de clients, en conséquence, il est indispen-

sable que leurs dépêches soient acceptées par les clients de différents intérêts, tendances et préférences, où qu'ils soient dans le monde (Gonzalez, 2009). Cette circonstance occasionnera la diversification de l'agenda médiatique de l'agence, d'une manière plus spécifique que dans les autres médias, et va avoir une influence sur la prise de décisions dans le planning des informations.

Par leur nature informative, les agences sont un guide de l'opinion publique et une référence pour la construction thématique des médias. L'arrivée d'*Internet* a aboli les barrières entre le grand public et les agences, puisque le public peut regarder les informations sur le site web des agences de presse (Linares, 2010). En revanche, Ricchiardi (2007) assure que les agences « ont l'obligation d'éduquer le public aux nouvelles internationales importantes » et à cet égard, elles s'appuient sur différents médias (Ricchiardi, 2007, p. 35 dans Ambrogi-Yanson, 2010).

Une étude élaborée par une équipe américaine a montré que les trois principales agences de presse (AP, AFP et Reuters), sont les fournisseurs de visions globales du monde, pour les consommateurs de médias en ligne sur le site global d'actualités de Yahoo ! (Ambrogi-Yanson, 2010). Sur cette ligne, Sancha (2005) certifie, que l'utilisation abusive des agences uniformise les informations dans les services de journaux en ligne, car ceux-ci se servent principalement des informations des agences pour la mise à jour constante et urgente que demande *Internet*.

Dans une étude realisée par Paterson (2007), il montrait que les agences avaient accés de plus en plus souvent à des informations grâce à des sites web. C'est la raison pour laquelle aujourd'hui les agences de presse mondiales et nationales sont devenues plus cruciales, car elles permettent aux intermédiaires d'accéder directement - pour la première fois – à une grande part de l'actualité internationale.

La dernière rangée de données concerne les indicateurs de dépendance des agences de presse vis-à-vis des principaux fournisseurs internationaux de contenus (informatifs / d'informations). Le taux de dépendance est passé de 34% à 50% en cinq ans.

Average Percentage of Verbatim News Agency Use, by Online News Service

	AOL	YAHOO	NANDO	LYCOS	EXCITE	ALTAVISTA	Row Total Avg. %
2001	88	69	41	87	89	36	68
2006	94	97			98	50	85
	MSNBC	CNN	BBC	ABC	SKY	GUARDIAN	NYT
2001	53	36	5	55	6		47	34
2006	81	59	9	91	15	62	32	50

Figure 2 : Pourcentage d'informations d'agence par les médias digitales (Paterson, 2007)

L'AFP joue un rôle prédominant dans la production de l'information en France. Dans une étude réalisée par Julia Cagé, Nicolas Hervé et Marie-Luce Viaud (*L'information à tout prix, INA Editions – 2017*) et portant sur l'activité de l'agence en 2013, on constate que, une fois sur deux, l'AFP a été la première à publier l'information sur un événement, pour ensuite être reprise par d'autres médias. Cette même étude fait apparaître que sur les événements recensés, l'AFP en a couvert 93% quand les autres médias ne ressortent que dans 16% des cas en moyenne (www.afp.com).

Ainsi, les agences sont depuis presque deux siècles les principaux fournisseurs d'informations et à l'heure actuelle elles conservent ce rôle important dans la communication, qui les rend primordiales dans l'agenda médiatique et avec un poids important dans son élaboration (même si la dépendance des médias envers les agences a diminué considérablement dans l'ère digitale).

1.2.1. L'*agenda setting*

Le concept d'agenda peut être défini comme « l'ensemble des problèmes faisant l'objet d'un traitement, sous quelque forme que ce soit, de la part des autorités

publiques et donc susceptibles de faire l'objet d'une ou plusieurs décisions » (Garraud, 1990, p. 27 dans Hassenteufel, 2010). De ce fait, l'agenda représente l'existence d'un objet et l'importance relative que les médias (dans le cas de l'agenda médiatique) lui accordent, qui se présente de manière hiérarchisée, sans avoir aucun critère scientifique pour établir ces priorités (Charron, 2012).

Au cœur de ce sub-chapitre, nous allons nous intéresser plus précisément à la théorie de l'*agenda setting*, dont McCombs et Shaw sont les créateurs, même si avant eux il y a déjà eu quelques auteurs qui se sont intéressés aux effets que provoquent des médias dans l'opinion publique.

C'est pendant la Première Guerre mondiale (1914-1918), moment d'une propagation notable de l'information propagandiste, que Lasswell (1927) a voulu étudier et connaître les effets médiatiques sur le public dans ce contexte; il a commencé à parler de la « théorie de la seringue hypodermique » (*hypodermic needle*), en se basant sur les messages que les gens recevaient des médias (manipulés par le régime politique du pays), qui arrivaient directement au récepteur sans aucune instance d'intermédiation. La métaphore de la seringue consiste à considérer que c'est comme si l'information était injectée à l'individu. D'où, il s'agissait d'une communication unidirectionnelle, où le récepteur restait passif et ne participait pas à l'acte de communication (Aruguete, 2009).

D'autre part, Lippmann (1922, p. 29), avec "The World Outside and the Pictures in Our Heads", voulait remarquer comment les médias configurent l'image extérieure que le public a du monde, qu'il appelait « *pseudo-environnement* », puisqu'il était construit par les médias, et résulte à la fois de nos propres perceptions du monde. Lippmann soutenait qu'il existait une quantité énorme d'informations, que l'individu pour lui-même ne pouvait pas embrasser (le monde tel qu'il existe en dehors de nous), et que c'est grâce à la sélection que faisaient les médias, que le public pouvait connaître la réalité – médiatisée. Pour Lippmann, les médias sont donc les connecteurs entre les événements mondiaux et les images de ces événements dans l'esprit des gens (Aruguete, 2009). C'est pour cette raison que les éléments éminents

de l'agenda médiatique deviennent des éléments importants dans l'opinion publique (McCombs, 1993). Dans une de ses études sur l'influence de la télévision à l'opinion publique, Lippmann démontrait que les "leçons" à répétition que nous apprenons de la TV depuis notre enfance, ont tendance à constituer la base d'une vision générale du monde qui fait de la télévision « une source primordiale des valeurs, idéologies et représentations ainsi que des attitudes, croyances et images » (Marchand, 2004).

Du même, Cohen (1963) avait réfléchi aussi aux effets des médias dans l'opinion publique, en affirmant que les médias ne nous disent pas ce qu'il faut penser mais ce à quoi il faut penser. Quelques années plus tard, McCombs et Shaw (1993) ajouteront à cette observation de Cohen que les médias non seulement nous disent à quoi penser, mais aussi comment le penser. Au surplus, dans le même sens, déjà Albert Camus avait remarqué: « non, ce n'est pas ce que le public veut, c'est ce qu'on l'a amené à vouloir, ce qui n'est pas la même chose » (Combat, 1944 dans Marchand, 2004).

Nous pourrons en montrer un exemple avec nos analyses, d'autant plus que les deux agences de France et Espagne abordent des sujets similaires, ils ne sont pas agencés de la même façon, de manière à ce que la lecture de la crise dans une agence espagnole soit différente de celle que l'on en fait dans une agence française. Ce fait pourrait avoir un impact sur la perception que les citoyens de ces deux pays ont de la crise : pour les Espagnols la crise va être entendue plutôt comme un problème national, alors que pour les Français elle sera plus proche d'une question mondiale.

McCombs et Shaw (1972) ont démarré leurs recherches, dans le but de savoir pourquoi certains événements apparaissent dans l'agenda médiatique et pas d'autres. En plus, ils veulent comprendre comment la sélection faite par les médias pourrait avoir une influence sur la formation de l'opinion publique, ainsi que sur les conduites politiques (Dearing et Rogers, 1996, dans Marambio, 2005).

D'après ces auteurs, les médias font une sélection et hiérarchisation des événements, dès lors, l'information arrive au public de manière ciblée. Ce n'est pas uniquement cela qu'ils envisagent, mais, en outre, qu'il existe une corrélation entre

l'information médiatique et l'opinion publique, du fait que, le public donnera la même importance que les médias aux sujets. Plus précisément, McCombs & Shaw (1993 p. 62) démontrent que les choix et la hiérarchisation de l'information par les médias sont transférés dans les mêmes proportions à l'importance que le public accordera à chaque événement.

Par conséquent, nous pouvons définir l'*agenda setting*, comme une théorie qui montre la relation causale entre l'importance que les médias accordent à certains sujets, et par suite, la perception que les consommateurs en ont, qui reste assez proche (Charron, 2012).

L'explication réside en ce que la compréhension des gens sur une grande partie de la réalité sociale est déterminée par l'action quotidienne des médias, tel qu'exposée par McCombs (1996, p.45) : « ne semble réel que ce que légitiment les médias, parce que le reste de la réalité n'existe pas » (Meyer, 2009), cet argument reste assez au « *pseudo-environnement* » auquel faisait référence Lippmann quelques années avant, comme nous l'avons dit précédemment.

Dans la théorie de l'*agenda setting* interagissent notamment trois agendas : soit l'agenda *médiatique*, qui est le résultat des décisions quotidiennes prises par de nombreux journalistes et leurs superviseurs, sur les nouvelles du moment (McCombs, 1993) et grâce à lui, il est possible de mesurer la présence de quelques sujets dans les médias. Il y a ensuite l'agenda *public*, où l'accent est mis sur les inquiétudes du public, qui peut être examiné à travers des enquêtes d'opinion (Meyer, 2009), ce qui permet de mesurer l'importance qu'a la sélection des sujets dans l'audience. Il y a enfin l'agenda *politique*, qui est le résultat des débats et inquiétudes des institutions et partis politiques ; il va permettre de mesurer la réaction de ces groupes, face aux sujets qui sont sortis dans les médias, ou en revanche, l'absence de ceux que ces institutions voulaient voir entrer dans la sphère publique (Marambio, 2005).

1.2.2. Sélection de l'information: qui est dans l'agenda et pourquoi?

D'après Kingdon (1984, p. 174 dans Hassenteufel, 2010), l'intégration de certains sujets sur l'agenda médiatique a lieu à partir de la conjonction de trois flux : « lorsqu'un problème est reconnu, [qu'] une solution est développée et disponible au sein de la communauté des politiques publiques, [qu'] un changement politique en fait le moment adéquat pour un changement de politique et [que] les contraintes potentielles ne sont pas trop fortes ». En effet, cet auteur s'aperçoit que plus loin de la connaissance du fait, il reste nécessaire de connaître autant le fond (ses causes, conséquences, solution) que les politiques qui sont autour de lui.

Les journalistes prendront différents critères qui justifient leur prise de décision, afin de faire leur sélection et leur hiérarchisation des nouvelles (« salience »). De telle manière, une figure très importante pour réaliser cette besogne est celle du « gatekeeper », c'est-à-dire, les journalistes chargés de faire la sélection des événements les plus pertinents du jour à publier dans le média qui, par conséquent, marquent l'agenda (normalement ce type de décision est pris par les directeurs ou chefs de rubriques, dans le cas de l'AFP c'est le *Desk* qui prend la décision finale).

Par ailleurs, pour sélectionner l'information, le journaliste va se baser sur plusieurs critères de même que la nouveauté, le conflit, la quantité, la référence locale, le politiquement incorrect et l'actualité (Marambio, 2005). Puis, finalement il y aura une touche professionnelle-personnelle pour prendre la décision finale, ainsi que le confirmaient les journalistes que nous avons interviewés. Outre ces critères de sélection, qui reflètent plutôt l'environnement du public, d'autres aspects jouent un rôle important au moment de choisir des informations, telle que la propre culture du journaliste et ses aptitudes professionnelles, non moins que la ligne éditoriale de son média et ses directives de travail. À titre d'exemple, nous trouvons la discussion qu'il y a eue autour de la publication des dessins des caricatures de Mahomet, publiées en

2005 par un journal danois, Jyllands-Posten[2], du côté des journalistes danois il n'y avait aucune provocation, en revanche certains médias arabes ont trouvé ces dessins offensants, ils ont trouvé ces dessins offensants. Ceci illustre très bien la façon dont la culture et le contexte déterminent la licéité ou illicéité des informations et par conséquent leur choix.

Il est nécessaire de prendre en compte le type de média (audiovisuel, écrit, web), de la même manière que la concurrence des autres médias (« si tel media parle de ça notre média doit en parler aussi ») et les intérêts du public auquel s'adresse le média.

Par conséquence, pour analyser l'opinion publique, on se sert des sondages et des enquêtes, comme par exemple la méthode de sondages d'opinion *Gallup* utilisée par McCombs et Shaw, pour connaître les sujets qui préoccupent le plus le public. D'ailleurs, les médias prennent en considération les résultats de ces études et de tous les sujets qui sont au centre des préoccupations de l'opinion publique. Cette correspondance entre média et audience est importante attendu que, plus les sujets intéressent la population, plus ils vont suivre les informations médiatiques, en conséquence cela favorisera la part d'audience. Ainsi cette fidélité des médias entraîne plus de revenus économiques (d'autant que le thermomètre de popularité d'un média est mesuré par l'audimétrie, de ce fait, les revenus publicitaires d'un média vont dépendre en quelque sorte du pourcentage de cet indicateur).

McCombs & Evatt (1995) décrivent les contributions et l'influence des messages médiatiques par la métaphore des couches d'un oignon. La couche externe est un ensemble de sources que les journalistes utilisent couramment pour les nouvelles. La couche la plus interne est au cœur du journalisme lui-même, à savoir les pratiques, les valeurs et les traditions dans lesquelles chaque journaliste est formé, en commençant par sa formation universitaire et en continuant des expériences quotidiennes du travail. Il y a donc une relation directe entre les représentations profes-

2 Le dessinateur du quotidien danois, Kurt Westergaard, est l'auteur de la caricature de Mahomet avec un turban en forme de bombe, publiée le 30 septembre avec d'autres dessins et caricatures de Mahomet, qui ont créé une controverse.

sionnelles des journalistes (ainsi que leur critère un peu personnel), et le contexte national où ils travaillent.

Au-delà des critères internes du média lui-même, il existe également certains facteurs externes qui font partie de la création de l'agenda, tels que la pression des institutions, les différents intérêts de l'environnement politique et économique auxquels se soumettent les médias. Le conditionnement des sources d'information et la pression qu'elles exercent pour avoir un certain contrôle sur l'information médiatique, comptent également. Il s'agit d'une situation que les médias essayent d'éviter, surtout au niveau des agences de presse, afin de rester impartiales et d'informer sur tout ce qui se passe dans le monde.

On peut également remarquer l'importance des « new values », il s'agit des critères utilisés lors de la sélection d'éléments dignes d'être inclus dans la couverture médiatique d'un événement, qui expliquent pourquoi certains événements *deviennent* nouveaux tandis que d'autres sont cachés aux yeux du public (Galtung et Ruge, 1965). À leur tour, ils fonctionnent comme des lignes directrices pour présenter le matériel, savoir ce qu'il faut souligner et ce qu'il faut omettre, de nouvelles priorités, entre autres (Zunino et Aruguete, 2010).

Il est évident que toute sélection implique un choix et une prise de décision d'inclure ou exclure des informations ; il y aura donc des questions fortement représentées et d'autres qui seront ignorées. Igartua et Humanes (2004) contemplent que ces décisions et priorités proviennent de deux mécanismes : d'une part le filtre et le choix des sujets plus intéressants d'après les salles de rédaction et, d'autre part, le suivi d'un sujet ayant pour effet de se concentrer sur le même sujet pendant une période (Aruguete, 2009). C'est la raison pour laquelle à une certaine période nous entendons beaucoup parler de la pauvreté et ce pendant quelques temps, alors qu'à d'autres périodes, les médias réduisent les sujets aux personnes sans abri[3].

3 Voir notre rapport de recherche pour l'observatoire National de la Pauvreté et de l'Exclusion Sociale : http://www.onpes.gouv.fr/Medias-et-invisibilite-sociale.html .

Une fois que le choix de l'information est fait, et l'agenda du jour marqué, il est nécessaire d'établir une hiérarchie des informations pour constituer un ordre de priorité et d'importance pour chaque sujet à traiter. Nous mentionnerons, à cet égard, qu'il y a deux processus importants: le *priming* et le *framing*.

Le *priming* (amorçage) est le début, autrement dit, l'activation du sujet, le choix et la préparation du sujet qui est reconstruit par le média et mis en contexte. Ce schéma s'inspire de l'impact que peut avoir l'*agenda-setting* sur la façon dont les individus évaluent les sujets publics, en imposant les domaines thématiques ou les questions que les individus utilisent pour former ces propres évaluations (Scheufele, 2000).

Quant au *framing* (cadrage), McCombs (1997) a soutenu en particulier qu'il s'agit simplement d'une version plus raffinée de l'*agenda-setting*. Il qualifie ce phénomène d'« agenda de deuxième niveau » (Scheufele, 2000). Chaque objet aura ses propres caractéristiques ou attributs qui le définissent, mais le média met l'accent seulement sur quelques-uns. Autrement dit, que le média encadre le sujet pour interpréter la réalité, en faisant la sélection des aspects estimés les plus pertinents de la réalité (McCombs, 2006, p. 170, dans Rubio, 2005) et fournir à l'audience (au public) les éléments nécessaires pour assurer l'intelligibilité de l'événement, en plus d'attirer l'attention sur ces aspects particuliers de l'information, à l'exclusion d'autres. « Les cadres sont liés à la culture comme une structure macrosociétale » (Weaver, 2006). Patterson (1993) signale que les cadres sont plus forts lorsque l'exposition à un sujet est continue (McCombs & Evatt, 1995). Le contexte influe sur l'opinion en cernant des faits et d'autres considérations grâce à des critères d'évaluation spécifiques, leur conférant une plus grande pertinence apparente que ce qu'ils pourraient sembler avoir sous un autre cadre (Nelson et al., 1967 p. 569, dans Scheufele, 2000). Le *framing*, à partir de cette perspective, signifie rendre les aspects d'une question plus saillants à travers de différents modes de présentation, par suite, modifier les attitudes des personnes (Scheufele & Tewksbury, 2006). Ses effets sont cognitifs puisque ce

cadrage suppose l'influence et structuration du sujet aussi par l'individu, et les effets accumulatifs dont parlait Shaw se sont installés à ce moment (Rubio, 2005).

Sur cette ligne, Luhmann (1973) va introduire le terme de « thématisation », pour faire référence à la manière de traiter l'information par les médias et comment elle arrive à la société. Pour aborder l'information, les médias élaborent des catégories, soulignent l'importance du sujet (Wolff, 1991) et l'intègrent dans un contexte social, économique et politique, ainsi que dans un cadre d'interprétation qui le lie à d'autres événements (Lang et Lang, 1981 *dans* Zunino & Aruguete, 2010). Shaw (1977) définissait un « thème » comme l'accumulation d'une série d'informations engagée dans le traitement journalistique et dans une catégorie plus large des événements (Dader, 1992, p. 302 *dans* Aruguete, 2012). Les époux Lang (1981) se sont intéressés à cette question, et ils proposent différentes définitions par rapport au thème, ils relèvent des préoccupations sur des aspects qui concernent personnellement les gens, comme la perception des problèmes considérés comme centraux dans un pays, et à propos desquels le gouvernement doit agir ; également l'existence de politiques alternatives entre lesquelles les gens devraient choisir. Selon ces auteurs, un thème est aussi une controverse publique où on l'on retrouve des raisons ou des divisions politiques sous-jacentes et déterminantes (Aruguete, 2012).

1.2.3. Fonctions de l'*Agenda Setting*

Il convient de ne pas négliger la fonction sociale qui est attribuée aux médias pour identifier les sujets plus importants du jour, qui peuvent intéresser le public (Meyer, 2009). Dans ce sens, la première fonction consiste à informer le public sur les événements de son environnement qui le touchent à un moment donné. Cela signifie que les médias mettent en lumière certains événements qui se produisent dans la société en leur fournissant plus d'attention publique et en leur apportant de l'espace dans les médias.

Etant donné que les discours politiques et les questions économiques sont généralement difficiles à comprendre pour le citoyen ordinaire, la tentative des médias d'expliquer ces questions dans un langage clair et facile à comprendre pour les citoyens en général, fait partie d'une autre de ses fonctions. Par exemple, dans le contexte de crise économique dont il sera question, les journalistes des agences de presse affirment avoir dû changer leur manière d'écrire sur des informations économiques, en étant moins techniques et en expliquant plus les termes, pour que tout le monde puisse comprendre, surtout à une période où les gens sont plus intéressés par la question de savoir quelle est la situation financière.

Dans ce sens, nous pourrons affirmer que c'est grâce à l'*agenda setting* (sélection et hiérarchisation de l'information) que le public est guidé et orienté dans ce monde où il y a un volume énorme d'informations en circulation, que l'individu est incapable de contrôler à son seul niveau. McCombs & Evatt (1995) ajoutent que plus la nécessité d'une orientation est forte, plus les individus peuvent être influencés par les messages médiatiques. Par exemple lorsque les médias donnent des informations sur des entreprises qui sont dans le marché boursier, il y a une répercussion directe sur la valeur de ses titres.

C'est la raison pour laquelle McCombs envisageait que le public reçoit une « réalité de seconde main, qui est structurée par les informations qu'elle reçoit de journaux et d'autres médias de ces faits » (McCombs, 2006, p. 24 dans Aruguete, 2009).

De plus, sur le plan du travail journalistique, qui est souvent sous la pression des exigences d'urgence et de rapidité, l'établissement d'un agenda peut faciliter la tâche du journaliste pour le guider, et lui permettre de savoir ce qu'il faut souligner et ce qu'il n'est pas nécessaire de retenir, ainsi que pour décider des nouvelles prioritaires.

1.2.4. Effets de l'*agenda setting* sur l'opinion publique

La notion de l'*agenda setting* est apparue à partir de plusieurs études où est constatée la relation entre l'agenda médiatique et l'opinion publique. La première étude a été dirigée par McCombs et Shaw après les élections présidentielles américaines en 1968 à Chapel Hill, en Caroline du Nord. Ces deux professeurs d'université ont demandé aux électeurs de citer les questions les plus importantes de la journée. Comme ils attendaient, les réponses des concitoyens enquêtés reflétaient étroitement le schéma de couverture de nouvelles qui avait été fait par les médias. Depuis cette recherche, plus de trois-cents études publiées dans le monde entier ont documenté cette influence médiatique dans le public (McCombs & Shaw, 1972). Les effets de l'*agenda setting* ont également été constatés au niveau local, et les preuves des effets nationaux et locaux se retrouvent dans une grande variété de contextes dans le monde.

Au-delà des attitudes et des opinions, les images de la réalité créées par les médias de masse ont des implications sur les comportements personnels, allant des candidatures aux collèges électoraux jusqu'au vote le jour du scrutin final. Mais McCombs souligne (1993) que, bien que l'influence du programme des médias puisse être importante, Elle ne détermine seule l'ordre du jour public. Les informations et les indices sur l'objet, et l'attribution de la notoriété des médias sont loin d'être les seuls déterminants de l'agenda public. Cette influence substantielle des médias d'information n'a en aucune façon renversé ou annulé l'hypothèse de base de la démocratie, d'après laquelle le peuple dans son ensemble a la sagesse suffisante pour déterminer le cours de la nation, de l'État et des communautés locales (McCombs, 1993). Nous ne sommes pas dans le contexte où Lasswell parlait de l'aiguille hypodermique. Maintenant – et plus encore avec l'arrivée d'*Internet* – il s'établit un *feedback* entre les médias et l'audience, c'est une relation nécessaire puisque les médias font un produit dirigé par la population.

Voilà pourquoi, pour mesurer les effets de l'*agenda setting* sur l'agenda public, il faudrait mettre en valeur certaines variables personnelles des individus, notamment, l'expérience personnelle, le niveau d'instruction, l'intérêt pour la politique (ou le sujet que traite le média) et la nécessité d'une orientation (Rubio, 2005). Puisque l'influence des médias varie corrélativement (les informations données des caractéristiques du public et du contexte sont déterminantes). Plus le fait est proche du public, plus il intéresse. Fraizier (1976, p. 263) remarquait aussi que le niveau d'influence des journalistes dépend, même du type de média qu'utilise le spectateur, ainsi que de l'attention dédiée à l'information. Il estimait que ceux qui lisent occasionnellement la presse ou écoutent la radio / télévision habituellement, se rappellent des problèmes dont ils sont déjà familiers, et sont plus influençables par l'information médiatique. Par contre, ceux qui lisent plus souvent et en profondeur, sont plus en mesure de conserver les informations et décider sur les positions et les solutions soulevées par les médias (Meyer, 2009).

Les événements les plus dramatiques ou les plus intrusifs (Zucker, 1978 ; Weaver, Graber, McCombs & Eyal, 1981 ; Winter & Eyal, 1981) peuvent avoir des conséquences sur l'opinion publique au-delà du simple volume de leur traitement (Marchand, 2004).

Il semble que, dans les temps de crise, les médias ont tendance à avoir plus d'influence, par exemple, dans la chute du communisme en Europe, la guerre du Golfe et de l'Irak et maintenant la crise financière mondiale. Il a également été démontré que les médias ont plus d'influence quand il s'agit de nouvelles qui ne sont pas connues, ou qui ne peuvent pas être connues directement, et qui sont seulement portées à la connaissance du public par l'information donnée par les médias. La puissance ou les effets potentiels des médias peuvent varier en fonction des circonstances historiques et sociales (Rubio, 2005).

En outre, il a été constaté que la couverture médiatique des événements détermine l'expérience que les gens ont de leur environnement au-delà de leurs propres expériences. Comme disait Lippmann (2003) la plupart des connaissances que les

personnes ont sur les questions publiques et la plupart des problèmes d'ordre public qui attirent leur attention, ne sont pas dues à leur expérience directe et personnelle, sauf à être formulées par les médias, qui agissent comme la principale source d'information. Par conséquent, la fonction d'orientation est utile car elle permet aux citoyens d'organiser leur ordre de jour.

McCombs (2004) assure que les effets des médias peuvent différer quand les attributs sont explorés dans différentes dimensions. La perspective substantive est étroitement liée à la dimension cognitive et se reflète dans les croyances sur les aspects d'un objet, comme les changements dans la conscience et la connaissance. La dimension affective se rapporte aux sentiments sur un objet (Macedo, 2009).

L'opinion publique est donc en partie façonnée par les moyens d'information. Les médias peuvent servir, ou pas, de caisse de résonance à une mobilisation collective et de moyen de pression sur les gouvernants (Mercier, 2012, p. 29).

Les travaux des agences, parfois presque invisibles, peuvent avoir une très grande diffusion, sans que le public en soit conscient. Une étude réalisée par Pearson and Brand en 2001 (dans Johnston et Forde, 2011) a constaté que la plupart des journalistes sont d'accord pour dire que les informations des agences de presse ont plus d'influence que celles diffusées par les autres médias. Finalement, ce sont les véritables producteurs des informations qui comptent davantage, avec une logistique matérielle et personnelle plus importante que le reste des médias. En particulier dans les cas des agences internationales, où elles ont une crédibilité qui fonde partiellement leur pouvoir.

De plus, les agences sont la principale source pour beaucoup de médias. Selon une étude réalisée en Australie, 78% des journalistes utilisent de manière régulière l'agence de presse nationale (*Australian Associated Press*) comme source de ses informations, du fait qu'elle est considérée comme une source plus fiable que les autres médias. L'étude a établi que l'agence est le média qui a le plus d'influence sur l'agenda médiatique.

Sur le site de l'AFP, nous pouvons lire que le travail de cette agence a « une répercussion phénoménale dans les médias, une dépêche AFP est souvent perçue comme officielle, d'où le stress propre à l'agencier, qui a le double impératif de l'urgence et de l'exactitude » (www.afp.fr).

Au début de notre siècle, les agences distribuent deux tiers des nouvelles publiées dans le monde entier. Telle est l'importance des agences, que le vice-président de l'*Associated Press* (AP) soulignait lors d'une réunion avec des journalistes: « Monsieur, je le sais clairement. Je vois un monde où pourraient disparaitre les journaux, les magazines et même les livres. Tout cela va être accessible sur un click, mais il faut qu'il y ait quelqu'un qui fournisse l'information à tous les nouveaux médias, et ce quelqu'un est l'agence de presse. Définitivement, il n'y a pas autre option » (Muro, 2006).

D'après Gelado (2009) « Le rôle des agences de presse dans le spectre médiatique est très important. Sans elles il sera très difficile de comprendre l'avalanche d'informations, et même de divertissements, à laquelle la communication de masse est soumise ces dernières années».

1.3. « LES REPRESENTATIONS SOCIALES » : UNE NOTION BIEN DEFINIE

La crise économique, au-delà d'une certaine importance de traitement, devient donc non seulement une référence explicative d'autres événements, mais également un vecteur de positionnement à leur égard. On se donnera ainsi, pour objectif de comparer le traitement médiatique des deux pays, frappés par la même crise mondiale mais dans des contextes économiques, sociaux et culturels distincts, et avec des conséquences différentes, pour tenter de saisir la dynamique de construction des représentations sociales et, notamment, les modes d'ancrage qui ont présidé à leur formation.

1.3.1. Les Représentations Sociales : émergences et mutations d'un concept

Le psychologue social Serge Moscovici reconnaissait que: « Si la réalité des représentations sociales est facile à saisir, le concept ne l'est pas » (Moscovici, 1961, p. 39). A l'intérieur de ce sub-chapitre, nous essayerons de faire une approche sur ce terme assez complexe et abstrait à la fois.

Nous trouvons pertinent d'aborder les représentations sociales, puisqu'elles ont une relation directe à la fois avec la représentation médiatique et avec l'opinion publique. Les médias constituent l'un des moyens de construction et de circulation des croyances et représentations sur la crise. Et ce que nous nous proposons d'appréhender, c'est la façon dont les agences de presse de deux pays différents, traitent un sujet concret comme la crise économique (qui a eu des effets mondiaux et nationaux), et comment l'approche médiatique va intervenir dans la propre représentation de la crise de la part des citoyens.

Etant donné cette relation, pour parvenir à cette notion de Représentation Sociale (RS), nous allons nous appuyer plutôt sur la ligne de Moscovici que sur ceux de Goffman, qui traite davantage la mise en scène de la vie quotidienne, ou de Bourdieu, plus focalisé sur les habitus, champ et illusion. Moscovici a fait plusieurs études sur la presse pour développer sa théorie des représentations sociales, ce qui est plus en accord avec notre ligne d'étude.

Avant d'approfondir sur le terme dans la psychologie sociale et la sociologie, nous allons nous arrêter sur la signification stricte des deux mots:

« *Représentation* » : du latin *repraesentatio, -onis*, action de replacer devant les yeux de quelqu'un.

« *Sociale* » : du latin *socialis*, « relatif aux alliés » et à l'époque impériale « accordé à la société », dér. de *socius* « compagnon, associé, allié ».

Il s'ensuit qu'une représentation sociale implique toujours la représentation de quelque chose (l'objet) par quelqu'un (le sujet). Historiquement, il y a eu plusieurs auteurs qui se sont intéressés à l'étude des RS.

Durkheim (1898) sera le premier à parler de « représentations collectives ». Conformément le sociologue français, elles permettent aux individus de faire comprendre et de partager leurs savoirs avec un groupe donné. « Les représentations collectives ont en elles une sorte de force, d'ascendant moral en vertu duquel elles s'imposent aux esprits particuliers » (Durkheim, 1968 p. 625 dans Pianelli et al., 2010). Dès lors, les représentations collectives opèrent un processus de construction de la connaissance de manière collective.

Les sociologues et philosophes Thomas et Znaniecki sont souvent considérés comme les premiers à conceptualiser en quelque sorte les représentations sociales. Dans leur ouvrage « *Le paysan polonais en Europe et en Amérique. Récit de vie d'un émigrant* », (Chicago, 1919), ils essayent d'analyser la vie des paysans Qui quittent la campagne polonaise pour partir dans des villes américaines. Pour comprendre Dans quelle mesure leur départ avait une influence dans leur vie (comportements, vie de famille, etc.), les auteurs veulent montrer que le contexte social a un certain impact sur les attitudes et les pensées individuelles des membres de la communauté.

Une décennie plus tard, l'étude des RS apparait de nouveau chez Jahoda, Lazarsfeld et Zeisel dans leur livre « *Les chômeurs de Marienthal* » (1930). Au fond de leur approche sociologique, ils s'intéressent à l'étude des attitudes de personnes licenciées après la fermeture d'une usine textile en Autriche. Ils voulaient montrer le rôle important des conséquences sociales du chômage sur la vie individuelle de ces personnes qui ont perdu leur travail, et comment elles se réflètent dans leur milieu social.

Durkheim distinguait déjà les représentations collectives et individuelles. Puisque les représentations collectives ont une influence sur la vie individuelle, et créent un lien entre les individus. Durkheim en déduit que leurs pensées sont en réalité conditionnées par des représentations collectives, qui ont un certain pouvoir

coercitif, induisant une manière de penser uniforme (Moliner & Guimelli, 2015, p. 14).

En revanche, selon Piaget (1947), les représentations individuelles sont exclusives à chaque personne, et elles sont générées à partir des interactions qui ont lieu dans l'environnement de l'individu (Piaget 1947, dans Morlot, 2003).

Quelques décennies après les travaux de Durkheim, le psychologue social français Serge Moscovici (1925-2014) conceptualise la notion de « *représentations sociales* », en la plaçant au carrefour de la sociologie et de la psychologie. Il voulait donner une définition plus dynamique que celle de Durkheim, qu'il trouvait trop statique (Moscovici, 1961, p.48). Il considère que les représentations sociales sont indispensables pour pouvoir connaître la société, car elles sont présentes dans les relations humaines de la vie quotidienne. Moscovici ajoutait que les représentations individuelles ou sociales « font que le monde soit ce que nous pensons qu'il est ou doit être » (Moscovici, 1961, p. 57).

Nous voyons une synthèse entre ce que disait Durkheim et ce qu'ont affirmé les auteurs venant après lui, puisque même si les représentations individuelles ne sont pas imposées par le groupe, elles supposent tout de même une grande porosité entre la sphère du social et celle de l'individuel (Datchary & Gaglio, 2014). L'être humain est un être social, c'est-à-dire qu'il ne restera pas impassible aux sujets et aux questions qui seront abordés dans la sphère publique, et qui vont également émerger dans la sphère privée. C'est en ce sens que nous pouvons dire, dès à présent, que les représentations de l'actualité par les médias s'inscrivent dans la sphère privée des individus. Et résumé, depuis leur naissance, les individus commencent à percevoir l'extérieur à partir duquel ils forment leurs comportements, attitudes…, ils apprennent de la sorte à distinguer le correct et l'incorrect.

Cette approche marque une différence entre les RS et le savoir scientifique, en sachant que les RS s'occupent de la vie quotidienne (savoir « consensuel ») et non de l'aspect scientifique (savoir « réifié »).

De manière synthétique, nous pouvons considérer qu'une représentation sociale essaie de mettre en relation trois éléments: Ego (sujet individuel) – Alter (sujet social) – Objet (le regard psychosocial). Il s'établit une relation double: d'un côté une relation directe de l'individu à l'objet, et de l'autre côté, une relation indirecte de l'individu à l'objet en fonction de la médiation d'autrui, en référence au paradigme psychologique: ego/alter/objet (Moscovici, 1976 dans Specht, 2010).

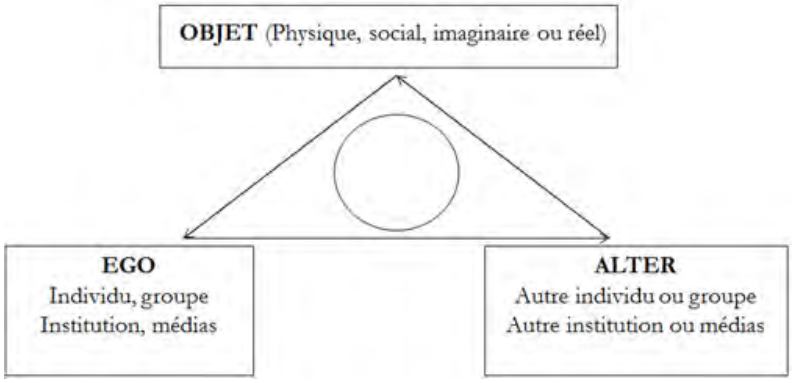

Figure 3: Représentation Sociale (Moscovici, 1976)

La mise en relation de ces trois éléments génère des représentations sociales, qui varient en fonction de chaque groupe social, (défini par ses appartenances sociodémographiques, socioéconomiques, sociopratiques ou idéologiques). Par conséquent, la perception d'un même phénomène (par exemple: la légalisation de l'avortement, la crise économique) dépendent en partie du groupe social d'appartenance. En effet, le sujet n'appréhende l'objet qu'en fonction d'un autre sujet, également et simultanément constructeur de sens (Marková, 1998 et 2000; Orfali, 2002 dans Orfali, 2016).

Aussi la proximité/distance à l'objet joue un rôle important au niveau de la structuration d'une représentation. Une étude menée par Galli et al (2010) a montré que la représentation de la crise chez les sujets français est fortement reliée au chômage et au rôle joué par les banques, et celle-là peut être complètement différente de la représentation que les sujets bancaires font de la même crise. Il semblerait que

l'insertion sociale des sujets, et le rapport de plus grande proximité à l'objet, conduisent à un niveau de structuration plus partagé de la représentation. Alors, dans le cas de la crise économique, la conceptualisation de crise économique qu'ont eu les journalistes des agences que nous avons interviewés n'était pas la même, si du côté espagnol la crise était liée au chômage, du côté français, c'était la crise européenne que traveraisent d'autres pays.

Mora (2002) soulignait que la représentation a deux faces, une figurative et une autre symbolique. D'après cet auteur, il est possible d'attribuer à une figure un sens : et un tout autre sens à une autre figure. Les positions sociales, les valeurs, les croyances, les attitudes et autres catégories sociales, agissent comme principes organisateurs de la RS, ainsi qu'elles sont véhiculées par les mots, les messages et les images médiatiques, et celles produites par les individus eux-mêmes (Jodelet, 1984, p. 48).

Moscovici (Dany & Apostolidis, 2007) distingue trois types de représentations : l*es représentations hégémoniques*, elles émergent lorsqu'il y a un consensus fort entre les membres du groupe (dans ce cas elles se rapprochent des représentations collectives de Durkheim). *Les représentations émancipées*, elles n'ont pas un caractère uniforme, elles surgissent de manière spécifique entre quelques membres de la communauté, et elles portent des nouveautés dans la pensée sociale. Puis, *les représentations polysémiques*, elles apparaissent quand au sein du groupe il y a des divergences dans la pensée sociale.

De son côté, Flament (1987, dans Abric 1993, p. 24) établit aussi deux types de représentations sociales, d'une part, les représentations autonomes, où le principe organisateur se situe au niveau de l'objet même, et d'autre part, les représentations non autonomes, où le noyau central est dans une représentation plus globale que celle dans laquelle l'objet est intégré.

Par conséquent, dans une même société il y aura une pensée collective, créée à partir du *« substrat des images et sans lesquels il ne serait pas possible d'opérer »* (Moscovici, 1984, p. 19). Cette même société concevra aussi l'émergence de différences et de

convergences plus ou moins grandes, entre les différentes représentations adoptées par les membres de la communauté. Certainement, les représentations guident la pensée des personnes de sa vie quotidienne. Moscovici cite trois éléments supplémentaires qui vont avoir une certaine influence sur leur manière de penser, tels que, le contexte, les normes et les objectifs. Dans ce sens, Rodríguez (2007) établit l'importance de deux facteurs qui montrent l'influence du contexte sur le développement des représentations, le premier se concentrant sur l'aspect cognitif des autres membres (leur manière de penser, leurs croyances et valeurs…), alors que le deuxième se porte sur les relations sociales entre ces membres (lien social et identité du groupe). Comme le propose Lahire (2004, p. 55-56 dans Rodriguez, 2007), l'acteur apprend et comprend qu'il y a des choses qui se font dans un contexte déterminé et pas dans d'autres.

De plus, Abric (1994) ajoute la signification de la représentation sociale va être déterminée doublement par des effets de contexte. Selon lui, un contexte discursif représente la base et la nature du discours à partir duquel sera formulée ou découverte la représentation. Il ajoute également que dans le contexte social deux axes peuvent être identifiés, l'idéologique et le système social du groupe concerné (Abric, 1994 p. 15-19). A son tour, Py (2004) distingue deux types de représentations en fonction du contexte dans lequel elles sont produites. D'un côté il identifie des représentations de référence, qui sont plus décontextualisées et sont transmises via des expressions verbales préfabriquées (clichés, proverbes…). Dans ce cas, l'émetteur et le récepteur restent anonymes, contrairement aux représentations d'usage, qui sont associées à un contexte discursif, puisqu'elles sont mobilisées pour couvrir des nécessités dans une action précise, où la représentation sera prise en charge par un énonciateur particulier. En mettant en valeur que les RS sont générées par les sujets sociaux, elles sont construites dans l'interaction sociale ancrée dans une réalité dans laquelle ils habitent.

En effet, une représentation n'est pas seulement un produit mental, elle comporte également des aspects symboliques construits dans les interactions sociales, et

qui permettent de nous faire comprendre la réalité, tout en l'organisant et la structurant, tel que le soutenanit Moscovici (León, 2002, p. 369), elles sont transmises sous forme de mythes et systèmes de croyances dans les sociétés traditionnelles, et sont la version contemporaine du sens commun.

Chez l'individu, l'accumulation de savoirs, et la perspective des RS ont une relation évidente, les deux construisent sa connaissance du monde social à travers l'interaction et l'expérience, et ces notions sont inscrites dans une pratique, un sens commun pour comprendre le monde (Jodelet 1991a dans Walmsley, 2004). En même temps, les sujets peuvent être créateurs et recréer la réalité à travers des RS.

Rouquette (1994) définit une représentation sociale comme « une façon de voir, localement et temporairement partagée par une communauté donnée, qui permet l'appropriation cognitive d'un aspect du monde et guide l'action liée à lui ». De sa définition, nous pouvons extraire certaines propriétés clés et importantes. D'une part il parle de la dimension historique des représentations. En effet, les représentations fluctuent avec le temps, et permettent aux individus de faire des analogies entre les faits présents et les passés. Par exemple, dans le cas qui nous préoccupe, la crise actuelle (déclenchée en 2008) a souvent été comparée à d'autres crises qui ont eu lieu dans l'histoire, (le Krack de 1929, par exemple) dans le but de mieux comprendre cet événement. Aussi Rouquette parle du fait qu'une représentation n'est pas fixe et universelle, et qu'elle correspond à une communauté déterminée qui développe les siennes.

D'après cet auteur (1973, 1994a, 1996), la pensée sociale s'organise selon une architecture pyramidale, dont l'idéologie et l'opinion forment respectivement le sommet et la base. L'idéologie orienterait les représentations et les représentations guideraient les attitudes puis les opinions.

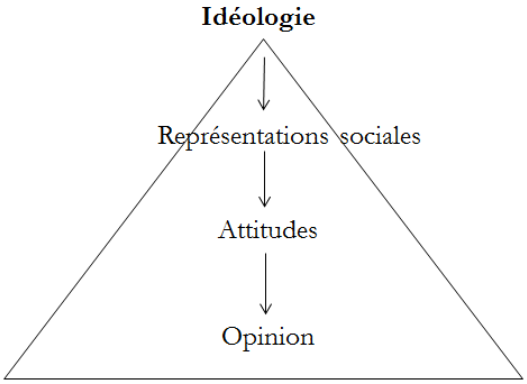

Figure 4: Architecture de la pensée sociale (Rouquette)

Les RS sont une forme de pensée sociale, puisqu'elles sont la manière dans laquelle nous, sujets sociaux, apprenons les faits de la vie quotidienne, les caractéristiques de notre environnement social, les informations qui sont véhiculées dans notre société. Les RS sont autant les produits et les processus d'une active appropriation de la réalité externe, que le résultat de l'élaboration psychologique et sociale de cette réalité (par conséquent elles doivent être envisagées comme constitutives et constituantes).

Grâce aux RS, les individus ont une perception du monde à une échelle humaine individuelle, en y intégrant des éléments de la culture, des attitudes, des traditions, etc. Les individus arrivent à se comprendre et à établir des codes dans leur relation aux autres, bien qu'ils ne soient pas universels, car ils varient d'une communauté à l'autre. Par exemple, la coutume de se saluer par le biais d'une bise sur la joue est perçue dans certaines cultures comme une marque d'éducation alors que dans d'autres, elle symbolise un viol d'intimité. Il est donc nécessaire pour un individu de s'adapter au milieu où il se trouve et aux différentes représentations sociales qui lui sont propres.

Pour qu'un individu construise une représentation sociale, il faudra qu'il ait des éléments symboliques (essentiellement verbaux et écrits), qui sont dotés d'une signification et d'un sens personnel, constituant la relation sujet-objet qui détermine l'objet lui-même (Abric, 1994, p. 12).

En effet, les RS établissent un code pour l'échange social et donnent un nom aux objets sociaux. Nous pouvons donc dire que les RS sont également des systèmes de références qui nous permettent d'interpréter la réalité quotidienne.

Les représentations sociales seront toujours liées aux aspects sociaux, culturels et aux objets symboliques (Höijer, 2011). Jodelet (1989, p. 47) soulignait que les individus ne restent pas isolés, il y a une interaction entre les personnes, incluant des comportements tels que le partage, le conflit ou la compréhension. Ces représentations sont la boussole qui nous aide à définir les différents aspects de notre vie quotidienne.

Une représentation devient sociale lorsqu'elle est partagée par un groupe de personnes, dans un environnement commun, partageant une culture et certaines valeurs en commun (une langue, des traditions etc.). L'individu va donc interpréter son environnement à partir des valeurs et des normes qui sont les siennes, ainsi que des informations pour prendre position vis-à-vis de ce qui l'entoure (Krien et Michel-Guillou, 2014).

Il est toutefois possible qu'une représentation sociale ne soit pas acceptée par tous les membres de la communauté. Py (2004) affirmait que « la communication au sein d'une communauté culturelle présuppose l'accès à un répertoire des RS, mais pas nécessairement une adhésion à ces mêmes RS ». Il est intéressant de remarquer, que le fait d'avoir la connaissance d'une RS (car elle est présente dans le groupe) ne contraint pas à la suivre.

Moscovici comprenait les RS comme « des entités presque tangibles, qui circulent, se croisent et se cristallisent sans cesse, à travers d'une parole, un geste, une rencontre, dans notre univers quotidien » (Moscovici, 1961, p. 39).

Ainsi, et comme disait Farr (1983), les RS sont des systèmes cognitifs avec une logique et un langage propres. Par exemple on peut voir dans une même langue comment un mot peut représenter une chose différente en fonction de facteurs locaux ou nationaux. En espagnol, le verbe 'prendre' (coger) à une signification différente en Espagne et en Amérique du Sud, étant donné qu'en Espagne il s'agit de

l'action d'attraper / de saisir un objet, tandis qu'en Amérique du Sud il est question d'avoir un rapport sexuel.

Dans une étude réalisée par Ernst-Vintila et al. (2010) sur la pensée sociale mobilisée en temps de crise, ils ont constaté que pour la plupart des gens en Europe, la crise financière de 2008 et la récession qui s'ensuivit sont des phénomènes non familiers et nouveaux, qui ont toutefois rapidement pénétré le discours social, médias et conversations privées comprises. Le même événement peut ainsi prendre plusieurs sens selon les groupes qui le considèrent ou, dans un même groupe, à différents moments. Dès lors, ce qui va être très important est l'implication du sujet dans le problème ou phénomène social et la question de l'identité des individus affectés. Ces variables vont faire réagir d'une manière ou d'une autre les individus face à un nouvel événement imprévu. Comme l'a montré Moscovici (1984 dans Ernst-Vintila et al., 2010), en réponse à 'l'étrange', les individus élaborent des théories naïves pour réussir à rendre familier le nouvel objet qui va émerger. Il s'agit « *d'une forme de connaissance, socialement élaborée et partagée, ayant une visée pratique et concourant à la construction d'une réalité commune à un ensemble social donné* » (Jodelet, 1989, p. 53).

Pour conclure, il est possible de dire qu'une représentation sociale dans la théorie de Moscovici renvoie à un ensemble de connaissances et d'activités psychiques, qui rendent compréhensible la réalité sociale pour les membres d'une communauté donnée, qui peuvent dès lors la communiquer et se sentir intégrés dans une communauté sociale plus large.

A la lumière de ces différentes approches des RS, nous pouvons en déduire qu'elles sont construites dans un groupe de personnes déterminées, et qu'elles vont leur permettre de partager un certain « modèle social ». Ce modèle social est créé à partir d'une pensée sociale qui se transmet de génération en génération historiquement, et qu'on peut les trouver présentes dans les traditions, les croyances et les valeurs des membres d'une société. Grâce aux représentations sociales ces individus peuvent communiquer et se comprendre.

1.3.2. Processus de création d'une RS

D'après Moscovici (1961), une représentation sociale émerge lorsque survient une situation innovante, due à un changement ou une crise. Comme elle est présente dans la vie quotidienne et, sachant qu'elle implique un certain dynamisme et changement, elle va nous aider à nous adapter à ce monde parfois instable et inconnu.

L'émergence progressive d'une représentation repose sur trois phénomènes: la dispersion de l'information, la focalisation et la pression à l'inférence (Moliner et Guimelli, 2015, p. 22).

La dispersion de l'information concerne l'objet de représentation. Il existe une difficulté d'accès à l'information de l'objet, d'autant plus qu'elle n'est pas suffisante et est désorganisée normalement ; cela provoquera l'apparition de distorsions. Le second phénomène, c'est la focalisation d'un groupe ou d'individus sur l'objet de représentation, et cette concentration va dépendre des intérêts du groupe face à l'objet, qui vont faire basculer l'objet en fonction des idées et des croyances qui les intéressent le plus. En troisième lieu, c'est la pression d'inférence exercée par le groupe. Il suit la pression des différentes circonstances et certitudes qui vont rendre nécessaire la création d'un socle commun et stable pour pouvoir établir des échanges entre eux.

Au-delà de ces conditions nécessaires à la genèse d'une représentation, il est intéressant de faire revenir la notion qui montre que tous les objets ne sont pas pertinents pour la création d'une représentation sociale. Les auteurs qui se sont intéressés à cette question ont établi que, pour qu'un objet puisse être prêt pour l'élaboration d'une représentation sociale, il doit être polymorphe, c'est-à-dire qu'il doit pouvoir apparaître sous différentes formes dans la société (Moliner, 1993). Pour qu'il puisse être social, il doit porter au minimum « la saillance cognitive » d'une culture et d'un moment de l'histoire, et il doit également garder une certaine complicité avec le groupe social où il va émerger (Flament et Rouquette, 2003, p. 32 dans Pianelli et al., 2010).

De son côté, Jodelet (2009) a ajouté qu'il devait y avoir deux conditions pour qu'un fait ou objet social puisse être considéré comme un objet de représentation : premièrement, il doit apparaître dans les conversations quotidiennes et être présent dans les médias ; deuxièmement, il doit faire référence aux valeurs. D'une part, elle aborde l'importance du discours du groupe social d'où émergera la nouvelle représentation, et des échanges communicationnels quotidiens qu'ont les individus dans leur contexte. Et d'autre part, elle effleure aussi les médias. Nous constatons que tous les deux vont aller de pair, et que c'est à partir d'eux, avec les valeurs et l'idéologie sociale, que le traitement d'un nouvel objet sera possible. C'est pourquoi il y a plus que la pensée institutionnelle.

En particulier, Moliner (2001, dans Wachelke, 2010) établit qu'une RS peut apparaître en trois phases. La première, c'est l'émergence inédite de l'objet social dans le milieu de la communication. La deuxième, c'est la stabilité, au cœur de cette phase, la représentation arrive à être stable avec un noyau clair. Et la troisième, c'est la transformation, quand les restrictions disparaissent de l'environnement social et la représentation est acceptée. L'implication des individus symbolise un rôle important, qui contribuera à ce que la représentation puisse être intégrée dans les croyances. Et elle est introduite dans la société une fois que les individus de ce groupe social se familiarisent avec elle – l'étrange-.

Dans le but de d'arriver au point de familiarisation avec l'étrange, et de transformation de l'inconnu en ce qui est familier, Moscovici a défini deux processus socio-cognitifs pour la création d'une représentation sociale : « l'objectivation et l'ancrage ».

L'objectivation, c'est le processus à travers lequel l'objet nouveau sera simplifié, imagé et schématisé pour pouvoir parvenir à Le pourvoir d'une image et un concept concrets. Cette matérialisation de l'objet aura lieu en trois phases. Tout d'abord, il faudra faire la sélection des informations les plus adaptées au groupe social. Ensuite, un noyau figuratif sera créé, où seront placés les images et les aspects qui représentent l'objet (ce noyau est composé de quatre éléments : le conscient, l'inconscient, le

refoulement et le complexe). Et finalement, c'est l'étape de naturalisation de l'objet (Moliner, Guimelli, 2015, p. 22). Orfali (2016) conclut que le processus d'objectivation consiste en l'appropriation de l'objet par les individus ou les groupes.

Le processus d'ancrage, tel que le définit Moscovici, c'est « *l'enracinement social de la représentation et de son objet* » (Moscovici, 1976). L'ancrage complète le processus d'objectivation, et c'est à travers lui que l'inconnu va devenir familier et intelligible. Dans ce processus, il se trouve également trois étapes : tout d'abord, il commencera par donner un sens et une signification à l'objet qui créera une identité sociale et culturelle ; dans un deuxième temps il faut la mettre en pratique et de la rendre utile pour que les individus puissent s'en servir, et à la fin, son enracinement dans le système de pensées préexistant aura lieu. « Le processus d'ancrage, situé dans une relation dialectique avec l'objectivation, articule les trois fonctions de base de la représentation : fonction cognitive d'intégration de la nouveauté, fonction d'interprétation de la réalité, fonction d'orientation des conduites et des rapports sociaux » (Moscovici, 1976). Orfali (2016) assure que l'ancrage permet de faire revenir les anciens savoirs.

Ce processus-ci, semble ici d'une importance primordiale. Il s'agit en effet d'adapter la représentation de la crise à ce nouvel exemple, étrange, qui est catégorisé avec d'autres objets, connus, familiers, par un processus d'analogie, de transfert de significations.

En accord avec Gaffié et Marchand (2001) nous rappellerons que, du fait de cette composante d'ancrage, « une représentation sociale s'élabore au travers des rapports tissés dans la division sociale […] et porte ainsi l'expression de l'identité du groupe, et se relie à d'autres représentations du même collectif, marquant en le fonctionnement idéologique » (Valence et Roussiau, 2013)

Jodelet (2009) a proposé certaines hypothèses sur le rôle des médias face à la crise financière mondiale, qui mobilisent l'ancrage : « Les médias, prenant parfois le relais des milieux scientifiques, donnent des situations de vie et de l'état du monde social, politique et économique des interprétations qui interviennent dans la forma-

tion et la formulation des peurs sociales. Ceci est illustré par la façon dont la communication médiatique a présenté la crise boursière actuelle depuis son origine. D'une part, on a immédiatement évoqué les situations de panique qui ont accompagné le krach de 1929, avec les hordes de particuliers assaillant les banques et vidant leurs liquidités, comme la hausse massive du chômage. Si cette éventualité a effectivement été envisagée par les politiques et les économistes, les incitant à prendre des mesures gouvernementales au plan national, européen et international, la façon dont les médias en ont parlé, avait de quoi semer la frayeur dans le public. » (Jodelet, 2009, p. 7-8).

Le principe d'analogie va permettre d'introduire le nouvel objet dans le groupe, qui sera classé dans les catégories existantes et familières. Donner un nom à l'inconnu est une méthode pour le rendre familier, c'est-à-dire mettre en relation signifiant et signifié de l'objet. Certains auteurs ont proposé un ancrage des émotions, en disant que pour reconnaître un objet, nous avons besoin des aspects émotionnels, dans la mesure où ils peuvent aider à interpréter et à émettre un jugement des situations et des objets sociaux (Bless, Fiedler & Struck 2004, dans Höijer, 2011). L'ancrage des émotions est transmis par différentes voies, notamment à travers les médias, dans le langage, ou par le biais des photos, de manière que nous n'avons pas la même réaction quand nous regardons un intitulé « Irak » et une image de guerre et de morts, que si le titre « Irak » est accompagné d'une image de jolis paysages.

En conséquence, nous attestons que l'objectivation transforme un objet concret que les individus peuvent contrôler, et l'ancrage emmène le nouvel objet dans la sphère publique existante, le rendant ainsi familier. C'est grâce à l'ancrage (ou aux divers ancrages) que les individus peuvent donner un sens aux objets et évènements en leur donnant des noms pour s'en approprier.

À l'instar de Pianelli et al. (2010), étant donné que la transformation iconique se fait en fonction de critères culturels, normatifs et des valeurs des groupes, ils font l'hypothèse que les représentations préexistantes dans l'environnement social, influeront sur la sélection et la décontextualisation des informations relatives à l'objet

de représentation. Par conséquent, le processus d'objectivation, tout comme le processus d'ancrage, dépendrait du réseau de représentation préexistant.

Dans nos analyses, nous constaterons que les éléments d'ancrage de la crise économique n'est pas similaire, puisqu'il y aura des particularités nationales, telles que la culture et la propre histoire du pays, du coup, la construction des représentations de la crise présentera des différences.

En outre, parmi les fonctions attribuées aux représentations sociales, Abric (1994, p. 15-19), Doise (1986) et d'autres auteurs, en ont retenu notamment quatre, dont la fonction de savoir, elles permettent de comprendre et de partager la réalité. C'est grâce à elles que les individus peuvent assimiler l'information et l'intégrer dans le cadre partagé des membres du groupe. La fonction identitaire, qui définit l'identité et favorise la sauvegarde de la spécificité des groupes. Les représentations sociales s'adaptent aux contextes, et comptent avec le système de valeurs et les normes sociales déjà déterminées. Ensuite, celle de l'orientation, puisque les RS guident et déterminent les comportements et les pratiques. Pour ce faire, Abric (1993, p. 20) souligne trois facteurs essentiels, la définition de la finalité de la situation, la sélection des relations, ou la tâche la plus adéquate selon l'individu. Elles produisent un système d'anticipations et d'attentes, pour s'ajuster à la réalité. La représentation est prescriptive de comportements ou de pratiques obligés, puisqu'elle nous dit ce qui est correct ou incorrect dans notre contexte social. La fonction justificatrice, puisqu les répresentations sociales permettent aux individus de justifier leurs prises de position et leurs comportements, futurs ou passés, pour préserver leur vision du monde.

A tout prendre, les RS vont avoir un rôle essentiel dans la construction de l'identité sociale des individus, elles vont guider leurs comportements en établissant quelle est la manière correcte ou incorrecte d'agir et enfin, elles vont établir un code commun qui va avoir une fonction essentielle afin de faciliter la communication entre les individus.

1.3.3. Identité et Représentations Sociales et professionnelles

Le psychologue social, Tajfel (1970) est le premier à s'être intéressé à l'étude de l'identité sociale. Pour lui, cette identité est créée à partir des connaissances et croyances qu'ont les individus en correspondance avec leurs catégories sociales. En fait, il la définit comme « la connaissance qu'on a d'appartenir à certains groupes sociaux, et la signification émotionnelle et évaluative qui résulte de cette appartenance » (1972, p. 296 dans Cohen-Scali et Moliner, 2008). Vu que le fait de nous sentir inclus dans une catégorie sociale, va forger certainement une tranquillité et un sentiment de sécurité. De même, l'idée d'être protégés socialement et d'avoir un sentiment d'appartenance à un groupe (avec les mêmes valeurs et des croyances proches) la garantit. En considérant que chaque individu aura un nombre indéfini d'appartenances (selon son âge, son sexe, son état civil…), et chaque catégorie d'appartenance doit avoir une validation institutionnelle (Rouquette, 1998, p. 62).

C'est précisément la création de groupes d'appartenance, comme l'assurait Tajfel, qui va former des catégories sociales, en faisant une certaine hiérarchie et organisation de la société. De ce fait, des mécanismes à la fois perceptifs, affectifs et de motivation expliquent la saillance d'une catégorie sociale pour un ou plusieurs individus (Sedikides & Brewer, 2001 dans Cohen-Scali et Moliner, 2008).

Rouquette (1998, p. 67) souligne les trois dimensions que doit avoir une communauté, à savoir : la valeur, le partage et la limite. « Je valorise ce qui m'identifie, je m'attache à ce qui me fait reconnaître, je me reconnais moi-même dans l'institution d'une valeur », de manière que, si le sujet ne s'identifie pas à un objet, il ne va pas le valoriser.

D'ailleurs, Morin (2001, dans Garcia, 2008) estime que c'est grâce à la relation avec le monde et l'existence que l'individu peut prendre conscience de soi-même et définir son identité. Pour répondre à la question « qui suis-je ? », il faut se demander

aussi : « quelles sont mes relations avec les autres ? », « Comment je me place dans le monde ? ».

Par rapport à l'importance du contexte dans les représentations sociales, Jodelet (2008) remarque qu'un même événement peut mobiliser différentes variantes, qu'elle appelle « représentations transubjectives », selon les appartenances sociales, idéologiques, les systèmes de référence…, et qui placeront l'événement dans des horizons différents. Par exemple, et selon Jodelet, dans le cas des caricatures de Mahomet qui ont été publiées au Danemark, puis par le journal hebdomadaire satirique *Charlie Hebdo*, il y a différentes interprétations et différents horizons, selon les sujets qui les regardent et leur propre contexte : les personnes qui s'y opposent auraient un horizon religieux Pour lequel il s'agirait un acte blasphématoire, et un horizon communautaire où tout ce qui est contraire ou atteint l'un de ses éléments, est considéré comme un attentat contre la communauté dans son ensemble. Et de l'autre côté, les personnes qui défendent les caricatures sont dans l'horizon de la démocratie et de la déclaration des droits de l'homme de 1948, la caricature illustrant la liberté d'expression doit prévaloir sur la croyance religieuse, et aussi dans un horizon politique où l'on fait attention à la manipulation, le journal danois étant d'orientation d'extrême droite.

Par conséquent, cet exemple nous montre que les horizons ne sont pas forcément compatibles face au même fait, et qu'ils dépendent du groupe social auquel ils appartiennent, ainsi que du contexte.

De plus, Moscovici (1961), ajoutait que les RS sont à la fois comme des marqueurs et des modulateurs de l'identité sociale. A propos de cela, Markus (1977) ajoutait qu'elles permettent aussi aux individus de créer leur moi personnel.

Pour pouvoir comprendre les effets du contexte dans les représentations sociales, Rouquette (1996) a souligné trois théories, celle de l'identification personnelle, laquelle prend en compte la relation entre l'individu et un autre individu ou le groupe, l'évaluation sociale, c'est-à-dire la valeur que l'individu donne à l'objet et la possibilité de prendre des mesures concernant l'objet. Une autre c'est l'implication,

c'est une condition indispensable pour la transformation des représentations et l'adhésion aux croyances connexes ; il y a différents niveaux d'implication, dépendant du degré d'accord ou de désaccord par rapport à l'objet. Et la troisième est l'identité sociale, où les représentations sociales jouent un rôle important, comme le disaient Dechamps et Moliner (2008 dans Wachelke, 2010) « les RS sont le produit final de l'action des processus identitaires impliquant l'interaction de la représentation auto, intergroupe et collective avec les processus de catégorisation, de comparaison et d'attribution. »

En somme, les RS vont contribuer à la construction identitaire des groupes : il existe une interdépendance entre les deux. Doise (1999) propose de considérer le soi comme une représentation sociale, puisque la construction de l'identité va s'élaborer en tenant compte des normes existantes dans la société (Cohen-Scali et Moliner, 2008).

Etant donné les différents facteurs qui vont contribuer à la constitution identitaire, Blandin (2010) ajoute que « les médias ne sont donc pas considérés comme de simples reflets ou miroirs des réalités sociales mais en ce qu'ils contribuent à forger l'identité des groupes, nourrissent leurs dynamiques et pèsent sur leurs transformations ». Ils sont un support pour véhiculer les informations et à la fois un moyen par lequel les individus prennent conscience d'une réalité dans un contexte déterminé.

Plus précisément, les journalistes évoquent leur professionnalisme, en appelant leur capacité à remplir un rôle social. « Se positionnant à la fois comme central (droit des citoyens à l'information pour exercice de leur devoir démocratique) et périphérique (quatrième pouvoir, œil extérieur surplombant). Un groupe n'existe pas tant par sa fonction sociale que par sa capacité à maîtriser les éléments constitutifs de son espace social, en particulier, la formation, le contrôle de l'activité et de son marché de travail, et les relations avec les groupes périphériques ou concurrents. » (Ruellan, 1992).

Dans ce sens, les médias vont avoir aussi un rôle important, puisque comme distinguent Cornu et Ruellan (1993) dans le terme professionnalisme il y aura une

modalité technique et plus rationnelle et une autre qui découle de l'expérience, donc là vont interférer les attitudes et les comportements dont le journaliste a éprouvé l'efficacité précédemment dans ce genre de situations. « Le journaliste a les moyens de préciser que l'outil n'est rien sans l'homme, que la technique n'est pas sans le créateur ».

Nous trouvons une idée similaire dans la notion de « représentation professionnelle ». Selon Bataille (2000, p. 181), il s'agit de représentations sociales qui sont « construites, dans le cadre des actions et des interactions professionnelles par des acteurs dont elles fondent les identités professionnelles correspondant à des groupes du champ professionnel considéré, en rapport avec des objets saillants pour eux dans ce champ... » (Bataille, 2000, p. 181).

Dans le cas la profession journalistique, Ruellan (2005) affirme que nous assitons à une expansion du nombre de journalistes précaires, dû à la tendance de faire du journalisme à la pige, à travers lequel il n'est pas possible d'appliquer la loi de 1935 (qui regroupe la réglementation du travail journalistique). Or, il est remarquable que, depuis le début du siècle jusqu'à aujourd'hui, le groupe des journalistes n'a cessé de s'interroger sur son identité professionnelle et les manières de la protéger (Ruellan, 1992).

1.3.4. Les médias et les représentations sociales

Les médias en tant « qu'outil culturel », avec leur façon de présenter la connaissance et la mémoire collective des évènements traumatiques, ayant un fort impact émotionnel (de Rosa, Enrietto, et Gioiosa, 2005), jouent un rôle dans la représentation de la crise au niveau national et international, et sont des outils importants pour la compréhension de l'élaboration sociale et politique d'évènements graves, et de l'intensification de la réflexion sur les pratiques et la culture du capitalisme contemporain.

Comme nous avons observé dans les points précédents, les RS ne sont pas statiques et rigides, elles peuvent changer, évoluer… Ces modifications vont dépendre en grande partie des acteurs du groupe social où elles sont créées. Mais outre les personnes concernées, les médias jouent un rôle important dans leur création.

Dès lors, nous les concevons, identités, représentations et médias doivent être étudiés conjointement tant ils sont complexes et intriqués (Rouquette, 1997).

Les médias concourent effectivement à l'élaboration et à l'évolution des représentations sociales à travers l'institution d'un univers consensuel ; ainsi en servant de cadre de connaissance et de référence, ils permettent d'éprouver la cohésion du groupe ou de confirmer l'appartenance à une communauté idéologique (Valence et Roussiau, 2013).

Moscovici a réalisé une étude de la presse française, en essayant de regarder le fonctionnement de la communication de masse, et la manière dont les médias vont changer leur manière de communiquer en fonction du public vers lequel ils vont se diriger (sens commun, expert, militant), et aussi l'objectif de leur communication (convaincre, persuader, faire faire). Il a établi trois modes de communication : diffusion, propagation et propagande.

D'un côté, il y a la diffusion, qui est une manière de transmettre le message en permettant aux récepteurs de tirer leurs propres conclusions, et qui, selon nous, se situent les agences de presse que nous étudions dans ce travail.

La propagation est une autre manière de communication, qui est plus complexe que la diffusion, dans la mesure où les auteurs des articles doivent créer un lien et un feedback avec leur audience, pour les faire adhérer à la même conception de l'objet dont ils parlent. Par conséquent, il se réalise un processus de transformation de l'information de l'objet, pour qu'il arrive à être accepté et intégré dans le cadre des connaissances du groupe, et pour qu'il se lie avec les critères identitaires du groupe. La propagation va plutôt permettre d'élaborer des attitudes.

Puis, la troisième manière par laquelle la presse peut communiquer, selon Moscovici, c'est la propagande. Ici s'ouvrent deux prises de position claires,

« pour » ou « contre » ; c'est pourquoi il est nécessaire d'instaurer une situation de conflit entre les groupes sociaux pour ce type de communication. La propagande a pour autres fonctions d'inciter à des formes spécifiques d'engagement (ex. manifestant, militant, votant) et de renforcer les convictions préétablies des membres d'un groupe organisé (Rouquette, 1994). Cette polarité va contribuer à la création identitaire du groupe, soit en faveur, soit contre. C'est pourquoi la propagande renforce plus les stéréotypes.

« Si la diffusion ou la propagation permettent une influence générale, vaste sur un ensemble important d'individus et de groupes dans la société, la propagande use d'un autre type d'influence : elle renchérit sur un sentiment d'urgence face à une menace ». (Orfali, 2016).

Tableau 1: Modes de communication (Moscovici) et effets (Orfali, 2016)

Modes de communication	**Diffusion**	**Propagation**	**Propagande**
Effets sur les RS	Opinions	Attitudes	Stéréotypes
Catégories de citoyens	Citoyen penseur	Citoyen acteur	Citoyen pensé
Rapport aux mouvements sociaux	Identité	Enjeu	Opposition
Niveaux sollicités	Individuel	Sociopolitique	Institutionnel

Les représentations sont tributaires des processus de communication permettant le développement d'une vision partagée, d'un code commun à propos d'un objet (Jodelet, 1991). Ces processus de communication prennent la forme d'interactions verbales, mais aussi de communication de masse (Moscovici, 1961 ; Wagner, Kronberger et Seifert, 2002 ; Bangerter et Heath, 2004 ; Marchand, 2005).

Ainsi les mass media participent à l'apport d'informations nécessaires à l'élaboration de RS.

D'après Moscovici (1985, p. 52), lorsque les masses sont là, la politique a pour mission de les organiser. Deux conditions les font mouvoir, la passion et les croyances ; il faut donc tenir compte de toutes deux. Chaque fois que des hommes sont rassemblés, ils sont pénétrés par des émotions analogues. Ils communiquent dans une foi supérieure. Ils s'identifient à une personne qui les tire de leur solitude, et lui vouent une admiration totale.

Egalement, les journalistes, pour transmettre les informations vont faire finalement un choix personnel, en prenant une forme de traitement concret d'une réalité, et pour la fournir avec un degré d'exigence et d'approfondissement, qui permettra aux citoyens de forger leur propre opinion : « il s'appuie à cet égard sur un système de valeurs qui privilégie l'honnêteté par rapport à l'objectivité, celle-ci supposant que le traitement journalistique adéquat découle de la réalité elle-même, et non d'une intervention du journaliste rejetée par principe » (Cornu et Ruellan, 1993).

Comme le souligne Rouquette (1998, p. 7), les médias font partie de notre vie ; ils nous informent, mais non seulement, ils nous aident aussi à appréhender / comprendre notre monde, et ils vont marquer certains sujets de nos conversations personnelles. Il y aura une rétroalimentation bidirectionnelle, du fait que les médias donnent des informations au public, le public va leur inspirer aussi leurs informations. Ainsi l'adéquation entre conversations et médias ne peut être que locale ou temporaire, et non globale et permanente (Rouquette, 1998, p. 29). Plus l'événement est proche et plus l'individu s'y impliquera, d'après la phénoménologie de Merleau Ponty (1945), on ne comprend que si ça résonne personnellement ci encore. « Il n'y a rien là comme un raisonnement par analogie ». Nous le voyons souvent dans les médias : s'il y a une catastrophe loin de la France, le titre va faire allusion à des centaines de morts, mais s'il y a un mort français parmi les victimes, la société française sera plus proche de cet événement.

Retenons que les organes de presse se présentent comme des principes générateurs de prise de position (Bourdieu, 1977) qui participent dès lors à l'insertion des représentations dans l'organisation des rapports symboliques entre acteurs sociaux, et traduisent l'expression de l'ordre idéologique du système social dans lequel ils sont produits (Valence et Roussiau, 2013).

D'autre part, le traitement de l'objet crise par un média passe par son appropriation selon la sensibilité éditoriale et en fonction d'un « contrat de de communication » (Charaudeau, 1991 ; Burguet, 1999, 2000 ; Ghiglione & Chabrol, 2000) qui lie la source à son lectorat. Dès lors, il s'agit, au-delà de l'information, d'investir l'objet pour faire jouer et stabiliser les rapports de coopération / compétition et les relations identitaires qui structurent les champs politique et journalistique.

Si nous nous remontons à l'histoire générale de la presse française, elle a été une arme essentielle pour transmettre les évènements du moment, qui aidaient aux citoyens à comprendre la vie politique, sociale et économique, dans une étape de changements assez importants dans la société, où les journalistes ont dû prendre conscience des besoins des citoyens pour adapter leur discours (Blandin, 2010).

1.4. LES REPRESENTATIONS MEDIATIQUES

De l'objet initial à sa représentation finale, éditorialisée par la presse, une étape intermédiaire nous intéresse particulièrement et concerne le travail des agences de presse, qui revendiquent un positionnement neutre et factuel. Si l'on accepte ce postulat, ou si l'on considère tout au moins que les agences de presse sont moins marquées par l'éditorialisation, leur traitement est à même de révéler la relation existant entre une réalité socio-historique (la « crise ») et les bases de construction des représentations sociales des citoyens.

1.4.1. Les agences de presse

Plusieurs auteurs s'accordent à définir une agence de presse comme une entreprise commerciale, qui fournit des informations aux médias qui se sont abonnés à ses services ; c'est une industrie de collecte, traitement et distribution des informations. Donc il y a un échange à la fois commercial et aussi médiatique, puisqu'il s'agit de la vente d'un produit (aspect commercial) et parallèlement, les agences ont un objectif informatif (aspect médiatique). La plupart des clients d'une agence de presse sont des médias - journaux, radios, chaînes de télévision, magazines et les nouveaux médias, tels que les sites web - mais il y a également des institutions dans sa liste de clients : gouvernements, organisations syndicales, institutions financières, organisations internationales. En définitive, elle fonctionne comme un grossiste de l'information, puisqu'elle vend des nouvelles à ces détaillants (Richard, 2013, p. 9).

De nos jours, avec le développement des technologies, les agences peuvent fournir leurs informations sous tous les formats, qu'ils soient écrits (textes) ou audiovisuels (photos, vidéos, éléments sonores). Cette offre multi-format s'adapte à tous les médias, ils peuvent donc tous s'adresser aux agences de presse pour obtenir des informations.

Et pour parvenir à tous les médias, quelle que soit leur ligne éditoriale, ces informations sont traitées de manière neutre et impartiale, les agenciers[4] se limitant à raconter les faits de la manière la plus objective possible, et sans inclure leur propre opinion dans les dépêches[5]. Mais évidemment l'objectivité absolue n'existe pas, pour la simple raison qu'un journaliste est avant tout une personne, qui a des caractéristiques culturelles et linguistiques propres (Muro, 2006), donc il est presque impossible pour lui de se dégager de tous les éléments de sa personnalité, mais il n'ajoutera

4 Les agenciers, ce sont les journalistes (qui font des travaux écrits et multimédia) ainsi que les photographes qui travaillent dans une agence de presse. C'est une catégorie professionnelle (ou une profession de l'information) qu'on ne voit ni entend guère, même s'ils sont à la source / à l'origine de l'information (Casteran, 2012, pp.5).

5 Les dépêches sont les informations produites par l'agence et diffusées à ses clients abonnés.

pas volontairement des opinions supplémentaires dans ses écrits. Si nous prenons comme exemple notre objet d'étude, à savoir la crise économique, les journalistes de l'AFP et de l'EFE vont avoir certaines différences dans la construction de leurs dépêches et même dans leur conception de la crise économique, du fait qu'il s'agit de deux pays différents avec chacun leurs spécificités et leur contexte national.

Pour réussir à couvrir tous les besoins de leurs clients, les grandes agences ont un réseau de correspondants et de bureaux, répartis aux niveaux national et international, pour être toujours présentes là où surgit un événement, et pouvoir ainsi informer le plus rapidement possible leurs clients de nouvelles autrement inaccessibles. C'est la raison pour laquelle les agences sont une source très importante pour les médias, surtout pour les plus petits, qui sont assez dépendants de ces dépêches pour des raisons budgétaire, technique et de personnel principalement. De plus, les agences informent sur tous les domaines (sport, économie, politique…).

D'ailleurs, les agences ont été typiquement les intermédiaires entre l'événement et le grand public ; mais aujourd'hui, avec la révolution d'Internet, la transformation numérique et l'émergence des réseaux sociaux, les agences peuvent interagir directement avec l'audience sans passer par les autres médias.

En France, les membres du conseil d'administration de l'AFP (qui en sont aussi les clients) se sont opposés à ce que l'agence diffuse directement les informations au grand public en français (Richard, 2013).

Ainsi les agences de presse demandent un droit voisin qui permettra de rémédier à la dévalorisation provoquée par moteurs de recherche et par les agrégateurs de contenus. A savoir : « un droit de reproduction, pour garantir la perception de redevances pour compenser les manques à gagner résultant des exceptions du droit d'auteur, dont la copie privée ; un droit de communication au public, pour assurer une protection contre toute utilisation illicite de leurs productions par des agrégateurs de contenus ou moteurs de recherche, dans un but directement ou indirectement commercial. Les agences de presse se trouvent juridiquement démunies face à des moteurs de recherche qui reproduisent et diffusent sur leurs propres pages, des

millions de textes, de photographies, de vidéographies, sans licence, comme s'ils étaient libres de droits, et qui causent de la sorte un préjudice patrimonial considérable aux agences de presse et à leurs auteurs. Ces moteurs de recherche qui n'emploient aucun journaliste sont devenus de véritables banques d'information, qui exploitent des contenus qu'ils n'ont pas créés » (www.afp.com).

En résumé, il faut souligner que parmi les fonctions des agences se trouvent la production et distribution de nouvelles informations, la couverture des événements, la proposition de nouveaux sujets éventuels et l'élaboration de plusieurs genres journalistiques : analyses, chroniques, reportages… Il est à noter également leurs actifs immatériels : leur capacité d'influence et leur crédibilité. L''influence d'une agence est mesurée par le nombre de médias qui y sont abonnés ; sa crédibilité est, quant à elle, à la base de son expansion nationale et internationale et la clé de son entreprise (Muro, 2006).

« Le journalisme n'est pas qu'une activité laborieuse : c'est un groupe. C'est le siège d'une formation sociale de travailleurs, importante, active, qui a du poids, indépendamment des structures classiques, syndicales, entrepreneuriales, associatives » (Ruellan, 1997).

- **Approche historique des agences de presse**

La naissance des agences de presse tire son origine de l'explosion des journaux de grande information au milieu du XIX^{e} siècle ; à cette époque-là, les lecteurs commencent à s'intéresser aux nouvelles à l'échelle mondiale, et notamment à ce qui se passe en Europe. Par suite, les agences seront créées pour fournir des nouvelles à ces journaux, qui n'ont pas tous les moyens d'obtenir des informations de l'étranger. Le progrès des agences va par ailleurs aller de pair avec le développement des télécommunications : à plus grand développement technique, plus grande couverture géographique et plus grande rapidité d'échange d'informations.

De même, la création des agences de presse est en partie due aux intérêts de pouvoir socio-économique et politique des nations, qui veulent se faire entendre au

niveau international. Etant donné le pouvoir que les propres médias ont, donc obtenir leur contrôle va devenir un enjeu attractif au niveau mondial.

Le rapport[6] de 1953 de l'UNESCO, que seules les grandes agences mondiales pouvaient recueillir et transmettre des informations internationales, dans un délai intenable pour les autres médias : « On doit donc en conclure que l'opinion publique de chaque pays ne peut être informée de ce qui se passe dans ce pays et dans le monde que grâce aux services des agences télégraphiques, nationales et mondiales » (UNESCO, 1953).

Pour connaître l'histoire spécifique des agences, nous allons remonter jusqu'à l'année 1835 et nous rendre au bureau de nouvelles de Charles Havas à Paris. Cet ex-banquier français (qui avait voyagé à travers l'Europe quelques années auparavant) créa un bureau de traduction des nouvelles des journaux étrangers, où il a commencé par traduire des informations boursières. Havas, dans le contexte des grandes révolutions sociales, économiques et politiques du XIXe siècle, a détecté qu'il y avait une nécessité médiatique intéressante à couvrir, à cause des nouveaux journaux de masse qui commençaient à émerger. Ces journaux connaissaient une certaine difficulté à accéder aux informations, et Havas considérait qu'une agence pourrait leur venir en aide en leur donnant les informations de manière rapide et efficace. C'est d'après ce concept qu'en 1835 il transforma sa société de bureau parisien de traductions de journaux étrangers, en fournisseur d'informations aux journaux, en l'appelant « *Agence de Feuilles Politiques et Correspondance Générale* », sous la devise : « *Vite et bien* » (Castéran, 2012, p. 40). Il voulait parvenir aux principales villes européennes et raconter les faits les plus importants. Au début, face à la nouveauté et la méconnaissance des enjeux, les journaux étaient réticents à s'abonner aux services de Havas. Ses premiers clients étaient donc des particuliers : diplomates, négociants et financiers. Ceci jusqu'en 1836, lorsque le journal *La Presse* va s'abonner à Havas ; peu de temps après, *Le Siècle* va le suivre, et finalement, en 1840 tous les

6 Rapport sur les agences télégraphiques d'information écrit après la Seconde Guerre mondiale (1953)

journaux et les ministères reçoivent les articles de Havas. Ce fait suscitera quelques contraintes à une partie des lecteurs qui cherchaient des informations plus éditorialistes, comme Honoré de Balzac, qui va dire dans ce sens : « *Le public peut croire qu'il y a plusieurs journaux mais il n'y a, en définitive, qu'un seul journal* » (Castéran, 2012, p.40). Havas va accroître Au fur et à mesure le nombre de ses correspondants, de même que la rapidité de ses services. Ce fait est rendu possible, tout d'abord, par l'utilisation du télégraphe optique des frères Chappe, puis à partir de 1840, à l'aide des pigeons voyageurs, qui seront un important moyen de transport des dépêches, et qui vont faciliter la connexion et la communication entre Paris et les principales villes européennes (notamment, Londres, Bruxelles, Rome, Madrid et les principales villes d'Allemagne). Ce développement de Havas va inciter les journaux, de plus en plus nombreux, à s'abonner à l'agence.

L'initiative de Havas va inspirer deux anciens employés de l'agence parisienne à créer une agence selon les mêmes concepts dans leur pays d'origine. De façon à ce que nous assisterons à la création de l'agence de presse allemande, Wolff, en 1848. Son directeur, Bernard Wolff (qui était aussi le directeur du journal berlinois Die National Zeitung), va proposer aux différents médias et entreprises commerciales allemandes la création d'une agence de presse, de manière qu'il soit plus rapide et moins cher d'accéder aux informations. A l'exemple de son homologue, l'agence Wolff va commencer par fournir des informations des bourses de Hambourg, de Francfort-sur-le-Main et de Paris. Quelques années plus tard et grâce aux lignes télégraphiques, cette agence distribuera des informations plus générales.

Trois ans après (1851), l'Angleterre verra la création de son agence de presse, de la main de Julius Reuter. Ce jeune allemand (et ancien employé de Havas), ouvrira un bureau d'informations commerciales, comme l'avait entrepris Havas à l'origine. Les journaux anglo-saxons ne s'abonnèrent pas tout de suite aux services de Reuter, car l'agence est née avec une certaine concurrence de la part du journal The Times, qui avait déjà son petit réseau de correspondants à l'étranger, et qui va dans un premier temps clairement s'opposer aux services de l'agence. De plus, les journaux re-

cevaient leurs nouvelles de l'étranger par des navires. Finalement, le premier à avoir eu l'initiative de collaborer et s'abonner aux services de Reuter est le journal The Morning Advertiser en 1858, suivi progessivement par les autres journaux (dont le Times).

Au même moment sur un autre continent, aux Etats-Unis plus précisément, six journaux à New York (dont Journal of Commerce, New York Herald, New York Tribune…) ont décidé en 1848 de créer une coopérative pour obtenir des nouvelles de l'Europe, avec plus de rapidité et en réduisant leurs frais. Ils obtenaient les nouvelles grâce à des navires, vu que le service télégraphique coûtait très cher ; c'est la raison pour laquelle l'arrivée du télégraphe va entraîner un progrès dans le spectre médiatique américain et va voir fleurir de nouvelles agences de presse dans différents états, sur le même concept de coopérative. La création de la Western Association Press, profitant du développement des villes du Middle West, en constitue un bon exemple. Cette agence va se transformer en 1892 en une société indépendante, donnant lieu à l'agence *Associated Press*, dont le siège sera dans l'Illinois, et qui connaîtra une importante croissance dans les années suivantes, aux niveaux national et international.

D'une certaine façon, l'émergence des grandes agences de presse mondiales va être accompagnée des intérêts et des stratégies politiques des gouvernements de leurs pays d'origine. Cette poussée, est clairement illustrée par l'accord que les trois agences de presse européennes ont signé le 18 juillet 1859, par lequel s'est établie la répartition du monde au niveau informatif (avec des intérêts politiques et coloniaux derrière), de sorte que l'information allait être sous le contrôle de trois agences, mais sans qu'elles se fassent concurrence pour autant. De cette manière, l'agence Havas obtient le contrôle de l'information sur la France, la Suisse, l'Italie, l'Espagne, le Portugal, l'Égypte (en association avec Reuter), l'Amérique centrale et l'Amérique du Sud. Pour Reuters, l'empire britannique, l'Egypte (en association avec Havas), la Turquie et l'Extrême-Orient et pour Wolff, l'Allemagne, l'Autriche, les Pays-Bas, les pays scandinaves, la Russie et les Balkans. Du côté américain, Associated Press aura

le domaine de l'information aux Etats-Unis (Unesco, 1953). L'alliance avait aussi pour objectif de contrôler le réseau de télégraphe mondial, dans le but d'éviter l'intrusion des tiers (Gonzalez, 2009).

A priori, ces agences étaient indépendantes du pouvoir politique, mais néanmoins elles vont établir certains accords avec les gouvernements. Chaque agence publiait des communiqués des différents pays où elle avait un siège. Cet oligopole de circulation de l'information va être effectif jusqu'au déclenchement de la Première Guerre mondiale (Gómez et Marín, 1999: 103 dans Norberto, 2012).

Le début de de ce conflit va engendrer l'apogée des nationalismes et des tensions entre les pays, qui vont finir par la coupure des alliances entre les agences. « L'Allemagne ne pouvait donc plus communiquer de nouvelles de source allemande à l'étranger » (Unesco, 1953), le gouvernement allemand va être le premier à créer sa propre agence, Transocéan, laquelle faisait plus un travail de propagande du régime qu'un travail informatif. Ce modèle d'agence d'état va être copié par le gouvernement soviétique avec la création du TASS (1918), dirigé par le Parti communiste de l'Union Soviétique.

Par suite, dans cette période de guerre, chaque agence va se mettre du côté de la stratégie politique de son pays d'origine (où elle a son siège), et va se mettre au service gouvernemental : l'information sera alors plus proche de la propagande que de la diffusion. En fait dans ce contexte, dans lequel les agences européennes traversent des hostilités et s'affaiblissent, que l'agence américaine AP va cesser de se limiter aux Etats-Unis et va commencer à développer son réseau à l'étranger. Elle commencera par les pays les plus proches, en profitant des difficultés de l'agence Havas à faire circuler ses informations en Amérique du Sud (et dans les pays neutres), notamment à cause de la censure.

Plus tard, la défaite de l'Allemagne va modifier le plan médiatique, en laissant la première place aux agences américaines. L'agence Reuters va continuer sa croissance sous la tutelle du gouvernement britannique. L'agence Havas fermera (parce qu'elle avait été au service des Allemands pendant l'occupation de Paris en 1940), et sur ces

bases se créera l'Agence France Presse. L'agence allemande fermera aussi, et plusieurs médias vont collaborer pour créer la Deutsche Press Agentur (DPA) en République Fédérale Allemande.

Dans ce contexte, les Etats-Unis promurent, dans le domaine de la communication, un cadre politique et juridique international favorable à la libre circulation des flux informatifs, qui donne lieu à la doctrine du *free flow*[7]. Cette ambition américaine n'était pas que médiatique, elle faisait partie de toute sa stratégie pour diriger les aspects politiques et économiques du monde occidental. Cela se faisait au détriment de l'hégémonie des grandes agences de presse européennes : les Américains dénoncèrent certains accords signés entre Reuters et Havas pour ainsi faciliter l'expansion des agences américaines, Associated Press (AP) et United Press International (UPI).

L'AP va également entrer en concurrence avec Reuters en Extrême-Orient. Pendant l'occupation[8] de la France, la partie informative de l'agence Havas va être nationalisée sous le nom d'Office Français d'Information (OFI), et ses bureaux seront investis par une agence contrôlée directement par les occupants, nommé AFIP. Mais quelques anciens employés de Havas n'accepteront pas ce compromis de travailler sous le contrôle de l'occupation, et créeront leurs agences à l'étranger (l'une à Londres et l'autre en Afrique) ; par ailleurs, les résistants qui sont restés en France créeront une agence clandestine, l'Agence d'information et de documentation (AID). Pendant les jours de la libération de Paris, aura lieu la naissance de l'Agence France Presse (le 20 août 1944), qui émanera en partie de ces organisations ; elle sera constituée d'anciens journalistes de Havas dans les mêmes bureaux.

Alors que les difficultés de Reuters vont se poursuivre, le spectre mondial de l'information va se repositionner. Pour régulariser et pallier les problèmes liés à la création et la circulation de l'information, la Commission Internationale pour

7 La doctrine du *free-flow* défendait la suppression de toutes les barrières politico-juridiques entre pays, en autorisant la recherche et la distribution libre d'informations, sans l'intervention du gouvernement et en ayant un pluralisme de sources informatives (Terrou, F.: Le Droit de l'information. Unesco, París, 1951, p. 163 in Roman, 2002)

8 Pendant la Seconde Guerre mondiale, la France va être occupée par l'armée allemande.

l'Etude des Problèmes de Communication (présidé par Sean McBride), publiera un rapport, sous le titre, *Many voices, One world*. A l'intérieur de ce dossier, se trouvent des mesures proposant de supprimer les déséquilibres dans les flux informatifs, autant la communication que ses structures, ainsi que des propositions pour le développement des politiques nationales de communication, liées aux objectifs du déploiement économique, social et culturel, pour le renforcement de l'identité culturelle des nations et pour la réduction de la commercialisation de l'information. De plus, le rapport considérait comme vitale l'existence d'agences de presse nationales fortes pour améliorer la couverture nationale et internationale de chaque pays, et il recommandait la création de réseaux régionaux, où il serait possible d'augmenter les flux de nouvelles (UNESCO, 1980 dans Gonzalez F., 2009).

Même si dans cette période vont se créer des agences au niveau national, selon le rapport rédigé par l'UNESCO en 1952, l'information mondiale était aux mains de six agences, les américaines (AP, INS, UP), Reuters (anglaise), AFP (française) et TASS (russe), qui servaient à 144 états et 98% de la population mondiale.

Aujourd'hui, il y a plus d'agences, réparties dans le monde entier, mais parmi les agences historiques, certaines ont encore un grand domaine de l'information au niveau international (AFP, Reuters et AP restent les plus importantes).

- **Constitution d'une agence**

Dans les lignes précedentes, nous avons tracé un contexte qui montre comment a commencé la création des agences, lesquelles ont trouvé au fur et à mesure leur place dans le spectre médiatique. Aujourd'hui une agence est une entreprise commerciale qui a les mêmes conditions juridiques que le reste des médias (donc ses produits vont être protégés par les mêmes droits aussi).

Selon l'article 1er de l'ordonnance de 1945, « Sont considérées comme agences de presse, au sens de la présente ordonnance, les entreprises commerciales qui collectent, traitent, mettent en forme et fournissent à titre professionnel tous éléments d'information ayant fait l'objet sous leur propre responsabilité d'un traitement jour-

nalistique et dont la moitié au moins du chiffre d'affaires provient de la fourniture de ces éléments à des entreprises éditrices de publications de presse, au sens de la loi n° 86-897 du 1er août 1986 portant réforme du régime juridique de la presse, à des éditeurs de services de communication au public par voie électronique et à des agences de presse » (AFP).

Il existe essentiellement trois formes possibles pour constituer une agence de presse : ***soit sous un statut spécial***, où sont incluses celles qui reçoivent des aides financières de l'état. C'est le cas des deux agences avec lesquelles nous allons travailler. L'AFP est régie par un statut particulier défini par la loi n° 57-32 du 10 janvier 1957. Selon l'article 1er de la loi, l'AFP est « un organisme autonome doté de la personnalité civile et dont le fonctionnement est assuré suivant les règles commerciales. Cet organisme a pour objet de rechercher, tant en France qu'à l'étranger, les éléments d'une information complète et objective ; de mettre contre payement cette information à la disposition des usagers. (www.afp.com).

L'agence EFE est une société de commerce d'État sous la forme d'une société à responsabilité limitée, dont l'unique actionnaire est la Société nationale de participation industrielle (SEPI). Selon ses statuts, « son but est d'obtenir et de diffuser des informations nationales et internationales en Espagne et dans le monde entier, en particulier en Amérique latine et dans les régions où la langue espagnole est utilisée. Cette activité sera réalisée par n'importe quel moyen (téléphonique, télégraphique ...) et couvrira tous les domaines de l'actualité (politique, culture, commerce, finances, art, littérature, sport)» (www.efe.com).

Des agences qui forment une ***coopérative de médias***, à l'exemple de l'AP (qui est formée par plus de 1.500 médias) et la Deutsche Presse-Agentur GmbH (avec 191 médias associés). Elles constituent un ensemble d'entreprises de presse et d'information, qui ont pour mission la gestion d'un service d'intérêt commun aux associés, et pour objectif la réduction des frais grâce à la suppression d'intermédiaires. Et il existe également, des ***agences privées***, à l'instar de Thomson

Reuters[9] et l'américaine Bloomberg. Normalement, elles sont constituées sous la forme de sociétés anonymes ou à responsabilité limitée, puisqu'elles fonctionnent comme une entreprise commerciale dont le but va être principalement lucratif et à la recherche d'un profit.

Le fonctionnement interne de chaque agence varie naturellement, selon le type de constitution adopté. Conformément aux législations et aux statuts que nous venons d'examiner, certaines règles particulières de fonctionnement sont parfois imposées dans les pays où existe une législation spéciale pour les agences (UNESCO, 1957).

Par ailleurs, les agences ont établi des accords entre elles depuis leur création, pour échanger leurs services. Cela se régularise soit par des contrats d'échanges (il s'agit d'un paiement de service ponctuel), soit par un contrat d'abonnement, qui fixe un tarif pour les services que l'agence va prêter à son abonné de manière régulière.

Ensuite, leur domaine d'activité est un autre aspect des agences de presse, qui vient déterminer le lieu d'où elles prêtent leurs services ; soit uniquement dans le pays où elles ont leur siège et leurs abonnés nationaux ; soit au niveau international, si elles ont un réseau de correspondants et des bureaux dans différents pays, et si elles servent aussi aux médias d'autres pays.

En somme, les agences internationales ont parmi leur critères, un réseau de correspondants répartis dans le monde, et au-delà des pays où elles siègent, elles ont une rédaction chargée de recevoir et distribuer les informations des correspondants, soit aux bureaux de l'agence installés à l'étranger, soit aux agences nationales abonnées, ou encore directement à l'étranger aux médias avec lesquels elles ont un accord (UNESCO, 1953).

De même, les agences internationales comptent plus de ressources humaines et techniques que les nationales. Les nationales ont un siège, des bureaux et des cor-

9 L'agence Reuters a été fusionnée, entre 2007 et 2008, par Thomson Corporation. Cette fusion a donné lieu à l'actuelle Thomson Reuters qui est très présente au niveau mondial dans le secteur de l'information financière et juridique.

respondants dans leur pays d'origine, et sont une source importante d'informations pour les médias nationaux.

Enfin, il y a des agences de presse généralistes, qui informent sur tous les sujets, et des agences spécialisées, qui informent sur un domaine spécifique, par exemple économique, scientifique, etc.

- **Agence de presse au travail**

Toutes les agences ont une équipe d'agenciers qui organisent le déroulement informatif de l'actualité chaque jour. Selon leur dimension, elles ont un réseau de correspondants et de bureaux répartis au niveau national et/ou international. Ce réseau permet aux agenciers de couvrir tous les événements à communiquer. Les agences prêtent un service continu, 24 h/24 et 7j/7 : l'information ne s'arrête jamais et le travail des agences non plus. De ce fait, rapidité et exactitude constituent les principaux objectifs de l'agencier (Richard, 2013, p.45). L'information d'agence doit comporter notamment trois éléments importants : vérité, impartialité et pluralisme. Etant donné qu'il faut toujours confirmer l'exactitude des faits avant de donner une information, le journaliste doit être le plus neutre possible en racontant l'événement, et dans le cas de conflits, il doit donner la parole à toutes les parties concernées.

Toutefois comme il arrive tout de même parfois des faits imprévisibles dans l'actualité, la rédaction des agences élabore chaque jour un planning quotidien de prévisions, avec les informations à envoyer à leurs abonnés. Pour construire ce programme, l'équipe de rédaction va considérer les communiqués de presse des institutions, de l'administration et des entreprises, les sujets qui sont importants dans l'actualité... Cette feuille avec les prévisions sera envoyée 24 heures avant aux abonnés, de façon à ce que les médias puissent s'organiser avec leurs journalistes pour couvrir d'autres événements qui ne sont pas inclus dans le planning.

Pour indiquer la priorité ou l'urgence des informations, les agences utilisent un langage spécifique, qui comporte plusieurs concepts, le ***flash***, il s'agit d'une information d'urgence maximale, elle est formée d'une seule ligne de texte, sans date et sans

titre, facile à identifier, parce que le texte est précédé du mot « *Flash* ». Il s'agit d'événements d'une extrême importance. Le flash est la plus brève et la plus urgente des dépêches, qui donne une information exceptionnelle d'importance mondiale.
Il existe également le ***bulletin,*** qui est un peu moins important que le flash, c'est une dépêche urgente de moins de 30 mots, qui donne une information de grande importance ; il a un titre et une date et s'identifie par l'emploi du mot « *bulletin »* dans la première ligne.

Un autre type de format de dépêche est celui de l'***alerte***, elle a un grade de moindre importance que le bulletin, elle a au moins deux paragraphes. Elle est utilisée soit comme le développement immédiat d'un flash, soit comme première nouvelle pour des informations ne justifiant pas un flash, mais qui doivent être annoncées de toute urgence (Richard, 2013, p.82). Par exemple dans le cas de la crise économique, il y a des moments cruciaux (chute des marchés…) qui imposent aux journalistes d'envoyer plusieurs dépêches urgentes par heure (Castéran, 2012, p.18). En revanche, l'***avance,*** c'est une modalité prévue pour transmettre les nouvelles importantes, mais pas urgentes. Elle a son titre, la date, et deux ou trois paragraphes, complétés par des envois successifs. Puis, le ***running***, c'est la couverture chronologique d'un événement important (Richard, 2013, p.84). Dans le cas de l'AFP, la version multimédia d'un *running* s'appelle le « direct ».

En plus de leur degré d'urgence, les dépêches seront toujours rédigées sous la structure d'une *pyramide inversée*, qui consiste à aller droit au but, en suivant un ordre d'intérêt décroissant, le journaliste décide de révéler directement l'essentiel de l'information et après il entre dans les détails. De plus, les dépêches doivent répondre dans leur premier paragraphe (le « lead ») aux questions comme, ***Qui*** fait ***quoi*** ? ***Quand*** ? ***Où*** ? Et si possible***, Pourquoi*** ? Et ***Comment*** ? (Castéran, 2012, p.18).

De même, pour rédiger une dépêche, *Le manuel de l'agencier* exige qu'elle soit exacte, rapide, complète, intéressante et concise. « On essaie d'être le plus objectif ou en tout cas le plus honnête possible, même si ce n'est qu'un idéal ! On s'interroge

ensemble par exemple sur certaines formulations : Cesare Battisti, activiste ou terroriste ? Il faut toujours avoir en tête que l'on écrit aussi bien pour L'Humanité que pour Le Figaro, pour les journaux arabes (aussi bien) que pour les journaux américains » (www.afp.com).

Mais si parfois, les agences fournissent d'autres genres journalistiques, dont le reportage, le journaliste aura à fournir un travail de recherche soutenu par des spécialistes, où l'agencier réalisera également une analyse exhaustive, et qui demande une implication plus forte de la part du journaliste que les papiers d'information purement factuelle, et il signera la dépêche. Dans le cas de l'agence EFE, nous trouvons ce type de reportages surtout dans les informations du week-end, quand ils donnent plus de place à ce type de genres journalistiques.

De sorte que, pour bien apprendre la dynamique et les règles d'écriture dans une agence de presse, normalement, chacune a son propre livre de style, qui apporte des conseils pour unifier à toute son équipe la manière de rédiger, et qui permet de produire une information utilisable par différentes clients en même temps, parce qu'elle doit plaire à tous les éditeurs. Donc il y a surtout des conseils liés à la grammaire et aux relations professionnelles avec l'entreprise. Le livre de style aide les agenciers à faire un bon travail, constant et rapide (Gonzalez, 2014). Le résultat est un peu fade et homogène, mais idéologiquement distinctif, vue du monde… (Paterson, 2005).

Par ailleurs, dans les agences se trouve le *scoop*, qui a un caractère spécial et exclusif, lorsqu'une agence est la première à publier une information. Les autres médias pourront la reprendre, mais en précisant d'où elle provient. Par exemple l'AFP a obtenu le scoop de la mort de Joseph Staline en 1953 (AFP). Le fait d'être le premier à donner une information fera que la plupart des autres médias fassent référence à l'agence si elles veulent publier cette information, et être à la source d'une information donne ainsi plus de notoriété.

Les sources sont un élément clé, très important et précieux pour les agences. Toutes les informations d'agence doivent avoir une source (Richard, 2013, p. 50). Il

est indispensable de faire attention et vérifier l'authenticité de ses messages ; il est indispensable d'avoir plus d'une source, il est nécessaire de contraster avec d'autres sources différentes. Puisque les informations seront attribuées aux sources, leur citation montre une qualité des contenus informatifs et exige la reconnaissance sociale des destinataires (González Borges, 2006; Rodríguez Betancourt, 2004, dans Linares, 2010). « *A la fin, celle qui donne la crédibilité de l'information c'est la source* », souligne la journaliste de l'EFE, Matilde Martínez.

Voyons de manière graphique quel est le chemin que va suivre l'information dans une agence de presse, et les processus qui ont lieu avant qu'elle parvienne aux abonnés :

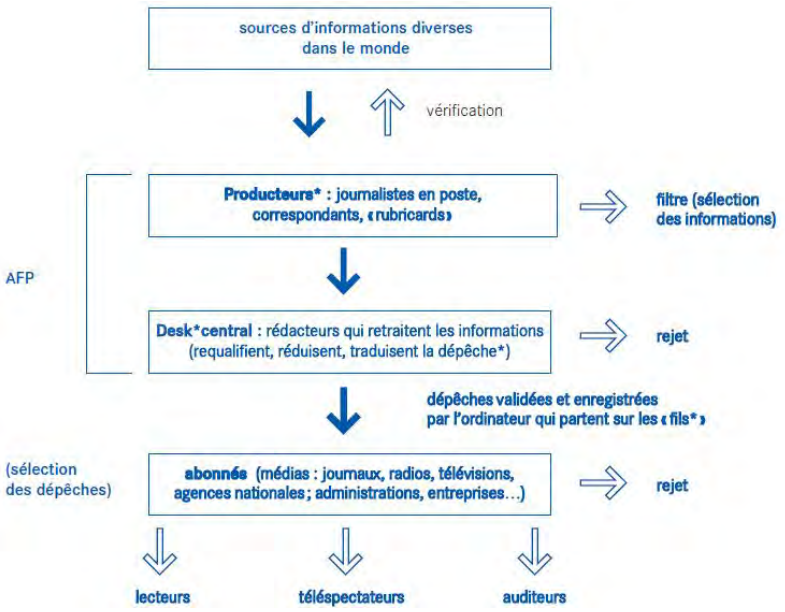

Figure 5: Le chemin de l'information dans une agence de presse (source: AFP)

Pour commençer, la source qui donne l'information, ce sont tout d'abord les journalistes, soit sur place soit parce qu'ils ont eu accès à cette information. Ils vont la traiter, mais après des échanges avec les sources et des contrastes et vérifications, la dépêche va arriver au desk central, où les rédacteurs sont chargés de bien vérifier l'information avant de l'envoyer aux abonnés (puisqu'ils sont le dernier filtre). En fait, c'est dans le desk où il se décide ce qui va être envoyé ou non. Nous ne pouvons pas oublier qu'une des qualités les plus fortes d'une agence de presse c'est sa

crédibilité, et pour la conserver il faut toujours faire un travail détaillé, sûr et très surveillé.

1.4.2. L'Agence France Presse

L'Agence France Presse, héritière d'Havas, est née en 1835 dans le bureau de traduction de journaux étrangers (c'est l'agence mondiale la plus ancienne). Le 20 août 1944, lors de la libération de Paris, huit journalistes membres de la Résistance opposés au régime nazi, et qui avaient travaillé chez Havas, investissent les bureaux de l'OFI (13, place de la Bourse à Paris) et y créent l'agence France Presse, y basent son siège, qui l'est toujours. La première dépêche de l'AFP sort de la salle des Ronéos quelques heures après (11h30) : « (…) *Les premiers journaux libres vont paraître, (…) l'Agence française de presse leur adresse aujourd'hui son premier service (…) Au moment où des combats se livrent encore dans la ville, et où tombent de nouveaux combattants de la liberté, nous saluons tous nos camarades de la presse disparus, emprisonnés et déportés, et notamment nos vingt et un collaborateurs tombés dans les mains de la Gestapo. Au service de tous les journaux libres, l'AFP assurera, avec l'objectivité stricte qui est le devoir d'un organisme d'information, la diffusion de nouvelles scrupuleusement contrôlées et recoupées (…)* » (AFP).

Par ailleurs, pour garantir son indépendance, et pouvoir offrir une information fiable et objective, l'AFP a son propre statut de loi, qui a été voté et signé en 1957.

Actuellement, l'Agence France-Presse est administrée par un conseil d'administration présidé par le président directeur général de l'agence. L'article 7 de son statut remarque que le conseil d'administration comprend en plus du président, cinq représentants des directeurs d'entreprises françaises de publication de journaux quotidiens désignés par les organisations professionnelles les plus représentatives ; deux représentants des sociétés nationales de programmes relevant du titre III de la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 précitée désignés dans les conditions fixées par le décret en Conseil d'Etat prévu à l'article 17 de la présente loi ; trois représentants des services publics usagers de l'agence désignés dans les mêmes conditions et res-

pectivement par le ministre des affaires étrangères, le ministre chargé de la communication et le ministre chargé de l'économie ; trois représentants du personnel de l'agence, soit : deux journalistes professionnels élus par l'assemblée des journalistes professionnels appartenant au personnel de rédaction de l'agence ; un agent, appartenant aux autres catégories de personnel, élu par l'ensemble des agents de ces catégories ; cinq personnalités nommées par le conseil supérieur en raison de leur connaissance des médias et des technologies numériques et de leurs compétences économiques et de gestion, trois d'entre elles au moins possédant une expérience significative au niveau européen ou international. Ces personnalités ne peuvent appartenir ni aux corps d'administration, ni aux entreprises dont sont issus les autres membres du conseil d'administration ou les membres du conseil supérieur.

Le conseil élit, à la majorité des voix, un vice-président, choisi parmi ceux de ses membres qui représentent les directeurs d'entreprises de publication. Le président directeur général ne prend pas part au vote.

La durée du mandat des membres du conseil d'administration est de cinq ans. Leur mandat est renouvelable. (www.afp.com)

Le directeur actuel de l'AFP, Emmanuel Hoog, dans un entretien, a souligné : « Aujourd'hui l'agence a plus de 5.000 clients (journaux, radios et télévisions) qui achètent tous les jours la production journalistique de notre agence. Pourquoi ils achètent cette information ? Parce qu'en plus d'être une information fiable et rapide, elle est aussi sérieuse et impartiale. Notre devoir est de maintenir toujours une distance stable et respectable avec les pouvoirs politiques ou économiques, idéologiques ou religieux » (Norberto, 2012).

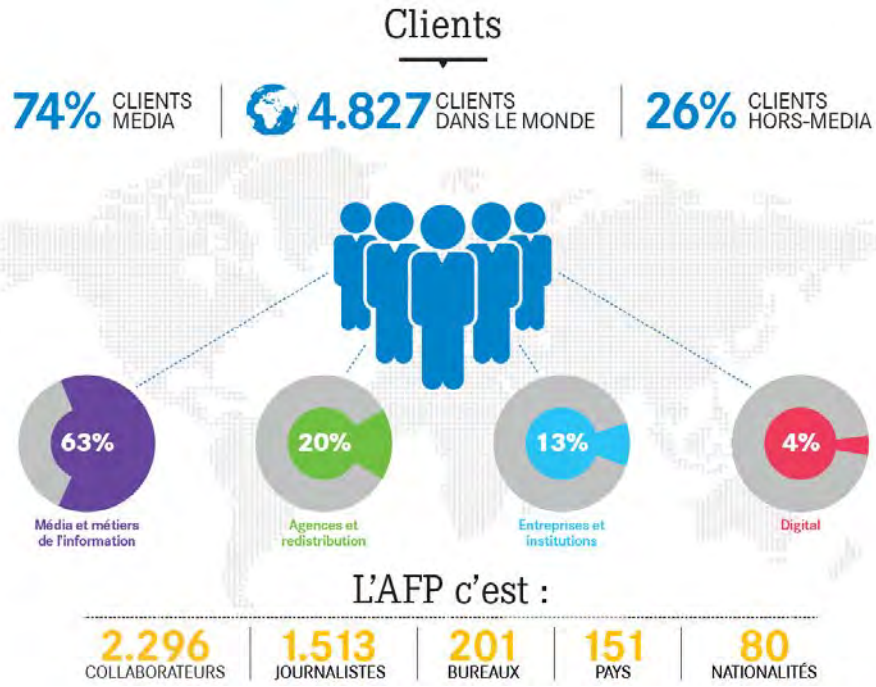

Figure 6 : Clients de l'AFP

Le personnel de l'AFP a le même statut que ceux d'une entreprise privée, son équipe est constituée principalement de journalistes, techniciens, personnel d'administration. Actuellement l'AFP compte 2296 collaborateurs dont 1513 journalistes, 201 bureaux dans 151 pays différents et 5 grandes directions régionales (Paris, Hongkong, Washington, Nicosie, Montevideo). Ses informations sont disponibles en six langues (français, anglais, allemand, espagnol, portugais et arabe), elle a 4827 clients dans le monde. L'énorme rédaction qui compose l'agence, elle couvre l'actualité mondiale dans tous les domaines (politique, relations internationales, économie, sport et faits divers).

Les produits de l'agence sont distribués sous forme audiovisuelle (photos, infographies, documents audio-vidéos) ou de dépêches.

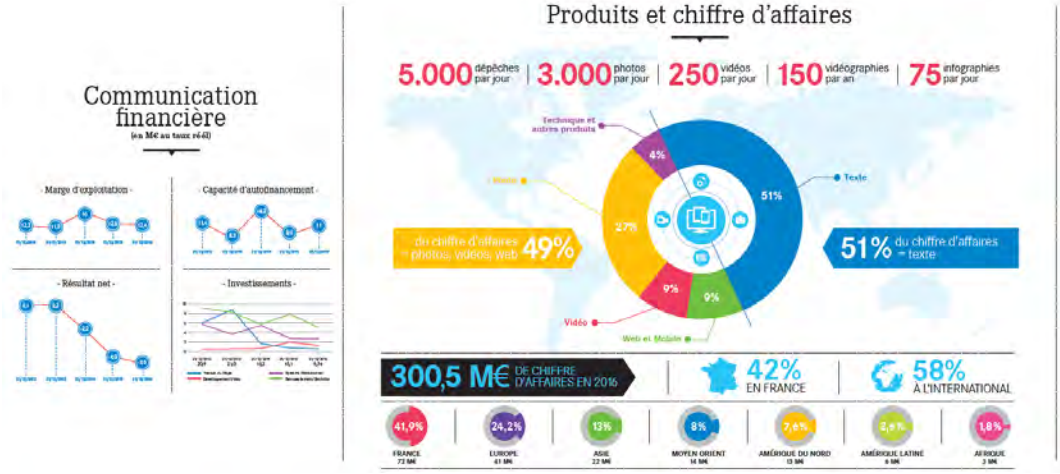

Figure 7 : Produits et chiffres d'affaires de l'AFP (AFP)

Pour leur élaboration, l'agencier doit respecter la charte déontologique de l'agence, qui recense 200 principes et règles de base dont : parler une langue claire (éviter d'utiliser les mots d'une autre langue (par exemple pas d'anglicismes en français), qui soit compréhensible pour tous les publics, pas de « je », ne pas donner sa propre opinion dans ses dépêches, toujours citer ses sources et en préserver la confidentialité sans jamais les trahir, rechercher la vérité des faits. La marque d'une agence est la véracité de ses informations donc, que ce soit en image ou en texte, les journalistes ne peuvent jamais manipuler matériel informatif, et il faut bien vérifier les informations, si possible se déplacer à l'endroit où se passe l'événement et recueillir des informations et témoignages, interroger les protagonistes d'un fait pour recueillir toutes les versions.

En plus, toutes les informations, avant d'être envoyées aux abonnés, passent au service Desk, constitué par des rédacteurs qui reçoivent les dépêches, les corrigent, éventuellement les réduisent ou les traduisent. Le desk est spécialisé dans un secteur d'activités, un domaine géographique ou linguistique (desk sportif, desk latino-américain, desk arabe…). À l'origine, dans les premières agences américaines, le tri de l'information se faisait sur une table, desk. Le terme, par métonymie, désigne la rédaction (AFP).

Les obligations fondamentales de l'agence : « L'Agence France-Presse ne peut en aucune circonstance tenir compte d'influences ou de considérations de nature à compromettre l'exactitude ou l'objectivité de l'information ; elle ne doit, en aucune circonstance, passer sous le contrôle de droit ou de fait d'un groupement idéologique, politique ou économique. L'Agence France-Presse doit, dans toute la mesure de ses ressources, développer son action et parfaire son organisation en vue de donner aux usagers français et étrangers, de façon régulière et sans interruption, une information exacte, impartiale et digne de confiance. L'Agence France-Presse doit, dans toute la mesure de ses ressources, assurer l'existence d'un réseau d'établissements lui conférant le caractère d'un organisme d'information à rayonnement mondial » (AFP). Nous pouvons regarder dans l'image ci-dessous le chemin de l'information sur l'AFP, la découverte du fait alertant le journaliste qui, après vérification de l'information, va procéder à la rédaction et publication de l'événement.

Figure 8: Le circuit de l'information dans l'AFP

La révolution technologique a aussi été une révolution au niveau de la circulation de l'information, car si à son origine des pigeons voyageurs étaient chargés de faire parvenir les informations, maintenant avec les plus hautes technologies les contenus se transmettent en un temps record (il a fallu 1min et 10 secondes pour envoyer aux clients la photo d'Usain Bolt remportant la finale du 100m. aux J.O. de Londres). En plus les réseaux sociaux sont devenus un outil de travail pour les journalistes : ils servent d'alerte et de source d'information (parfois une information sort sur Twitter ou Facebook et c'est une piste pour aller plus loin sur ce sujet). Par ail-

leurs, la plupart des gens dispose d'un smartphone, avec lequel ils peuvent prendre des photos et vidéos à l'instant même et les mettre sur les réseaux sociaux, depuis lesquels les journalistes peuvent éventuellement s'en servir. Au-delà de cela, les réseaux sociaux permettent aussi le contact direct avec le public et le suivi d'un évènement de manière instantanée. Comme le dit Castéran (2012, p. 79), les tweets permettent au journaliste d'exprimer des sensations personnelles, de commenter ou démentir librement des rumeurs fausses qui peuvent circuler sur le web.

L'AFP c'est aujourd'hui, avec l'agence Thomson Reuters et l'américaine Associated Press, une des trois grandes agences mondiales d'information.

1.4.3. L'agence EFE

L'agence EFE est une agence née en Espagne, héritière de l'ancienne agence Fabra, laquelle va être la première agence de presse en Espagne et elle a été créée en 1865 par Nilo Maria Fabra, sous la forme d'un bureau de correspondants. Quelques années après sa création en 1870, son directeur signera un accord avec l'agence Havas pour la distribution de ses nouvelles internationales en Espagne. Pour gagner en rapidité pour le recueil des informations en 1872, Fabra va installer un télégraphe optique à Tarifa (Cádiz), pour recevoir les nouvelles de l'étranger. Comme Havas, il utilisera des pigeons voyageurs pour envoyer ses informations.

En 1919, le bureau de correspondants se transformera en l'agence de presse Fabra, avec la participation d'Havas parmi ses actionnaires. Mais cette relation Espagne-France créera certains conflits entre les médias espagnols et l'agence. Car Fabra était obligé de diffuser les nouvelles selon la perspective française, parfois contraire aux intérêts d'Espagne, comme par exemple dans la guerre entre l'Afrique et Cuba pendant laquelle l'agence défendait toujours le point de vue français. Cet état de fait provoquera la réaction des journaux, qui vont créer d'autres agences comme : Febus, Spes, Ibérica et España-América. Ce contexte avec plusieurs petites agences nationales a donné plus de diversité informative mais aussi une atomisation,

qui a provoqué la demande d'une grande agence nationale pour projeter de manière solide et fiable l'information de l'Espagne vers l'extérieur.

En plus, la dictature de Primo de Rivera (1923) va couper la relation de l'agence espagnole avec l'agence française. Ce dictateur va nationaliser l'agence Fabra et chercher une collaboration internationale avec l'agence américaine Associated Press. Et l'agence Fabra fusionnera avec deux petites agences espagnoles, Febus et Faro.

La demande d'une agence nationale n'arrivera pas jusqu'à la fin de la guerre civile espagnole (1939), car le régime franquiste voulait contrôler les informations qui arrivaient de l'étranger et utiliser l'agence comme un canal de propagande du régime.

Après la guerre civile, la loi de *Serrano Suñer* impose la censure dans toute manifestation journalistique. Cela sera le début de l'agence EFE, née sous forme de société anonyme et qui perdura jusqu'à la fin de la dictature (1978) avec une fonction d' « entreprise officielle ». D'ailleurs, c'est Franco qui va changer son nom pour EFE. Par rapport au nom il y a plusieurs hypothèses, cela pourrait correspondre à la lettre F du parti phalangiste (Falange en espagnol), ou un hommage aux initiales du dictateur (Francisco Franco) ou faire référence aux trois initiales des trois agences (Fabra, Febus, Faro). Les premières années, l'information internationale était d'origine germanique, mais Franco passera ensuite une allianceavec les Etats-Unis, ce qui entrainera la signature d'accords avec les agences nord-américaines aussi.

Etant donné l'importance d'avoir aussi une vision depuis l'extérieur, en 1965 l'agence EFE aura son premier bureau en Amérique du Sud (à Buenos Aires). Un an après, elle ouvrira plusieurs bureaux dans d'autres pays sud-américains. Avec un niveau de correspondants et de bureaux assez important, en 1978 le premier livre de style de l'agence EFE est édité sous la direction du linguiste et académicien des langues Fernando Lázaro Carreter, avec l'objectif de fournir une guide aux agenciers dans la rédaction et homogénéiser les manières de travailler.

A partir du changement politique en Espagne et l'arrivée de la démocratie (1977), l'agence EFE va commencer sa carrière internationale.

Actuellement, c'est la première agence de presse en espagnol et la quatrième au niveau mondial ; moderne, multimédia, mais l'idée de conduite, selon les responsables, reste la même: « une information véridique et urgente » (El País). Elle prête des services en espagnol, portugais, anglais, arabe et catalan.

Elle emploie plus de 3000 professionnels, qui travaillent depuis 120 pays différents, 24 h sur 24, tous les jours de la semaine ; elle distribue chaque jour des milliers d'informations sur différents supports (textes, photos, vidéos, audio et produits multimédias) à plus de 2 000 clients, offrant ainsi une vision du monde espagnole. L'article 2 de son statut remarque que « l'agence EFE peut fournir vos informations à tous les types de personnes, entités et organisations, publiques ou privées, nationales ou étrangères. Elle peut également effectuer toutes sortes d'activités publicitaires » (www.efe.com).

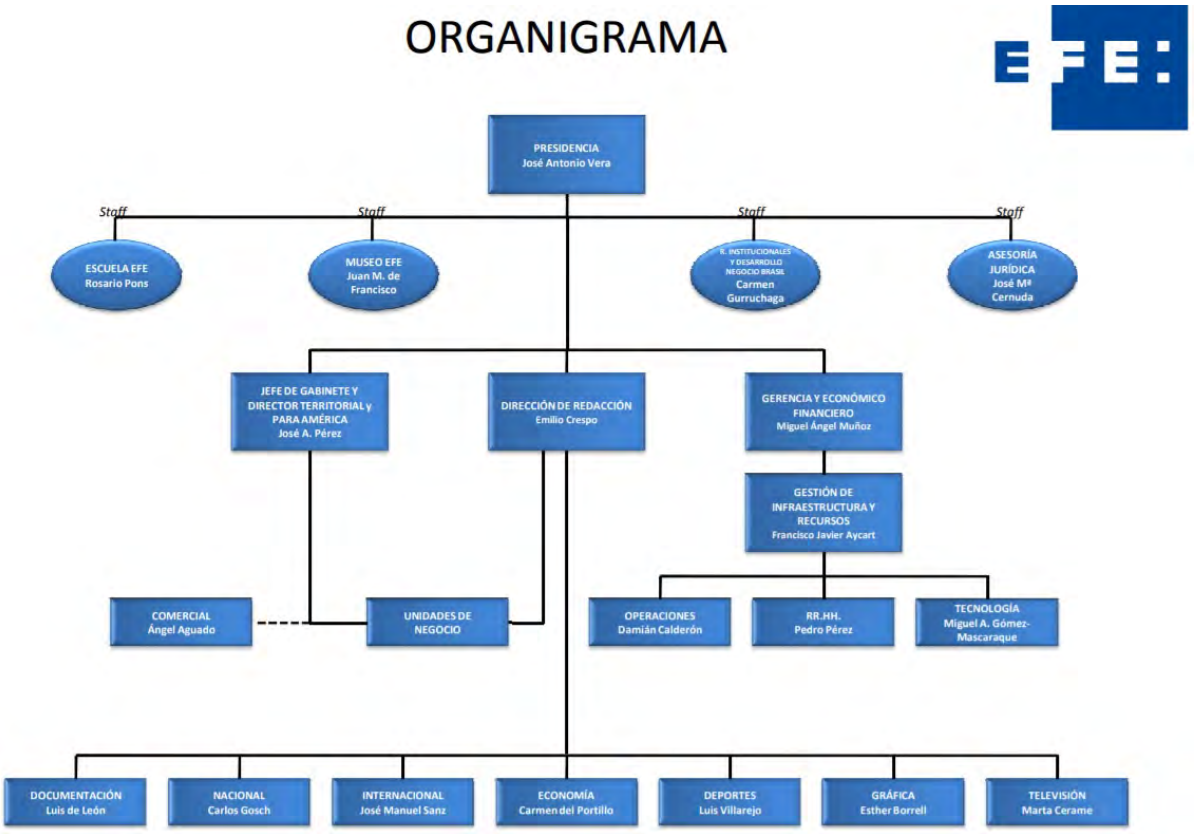

Figure 9 : Organigramme de l'équipe dirigente de l'EFE

Elle a un règlement interieur des normes de travail, qui met en relief que les valeurs qui doivent être fondées sur l'efficacité, l'austérité, l'impartialité et la responsabilité avec lesquelles l'Agencia EFE, S.A.U. est engagée au plus haut niveau et qui inspirent ce code, le règlement répond aux principes suivants: respect de la légalité, intégrité et objectivité dans la performance de l'entreprise, respect des personnes, protection de la santé et de l'intégrité physique, protection de l'environnement, gestion efficace, performance correcte sur les marchés internationaux, utilisation et protection de l'information, qualité (www.efe.com).

L'agence a créé des filiales pour des sujets spécifiques. En 1990, les agences Efeagro et Efecom voient le jour. En 1994 c'est au tour de Euroefe. En 2010 Efeverde (présentée en 2009 au VIIIème Congrès International de Journalisme Environne-mental), et elle reçoit le prix Via Apia pour la transparence de l'information à travers les programmes de journalisme environnemental réalisés au cours de cette décennie. En 2013, Efefuturo, Efesalud, Efe-empresas, Efemotor et Efetur ont été lancées à leur tout.

Ainsi, en 1984, l'EFE rejoint officiellement l'European Pressphoto Agency (EPA), et plus tard, en partenariat avec cette agence, l'International Graphic Service a été lancé en 2003. Efe Data, la première banque d'informations en espagnol, fonctionne depuis 1988, et la Fototeca, qui a été créée dix ans plus tard, est l'un des plus grands atouts de l'Efe (El País).

L'agence EFE a son siège principal à Madrid, et trois au niveau international : Bogota couvre la partie de l'Amérique du Sud, Le Caire est chargé de la partie arabe et Rio Janeiro du portugais, pour offrir ses produits aux clients dans les cinq continents. La présence de l'EFE en Amérique du Sud est très importante : les statistiques rapportent que plus du 40% de l'information internationale publiée dans ses médias provient d'agences appartenaient à l'EFE, où elle a 884 clients.

En Espagne, elle a des délégations dans les capitales des 17 régions, en plus de Ceuta et Melilla, et de subdélégations dans d'autres villes espagnoles. Dans le con-

texte national (Espagne), elle compte plus de lecteurs que n'importe quel journal national.

Elle garde son statut d'entreprise publique (qui appartient à la Société d'Etat des Participations Industrielles) sous forme de société. L'agence EFE est soumise à la loi budgétaire générale (loi 47/2003 du 26 novembre), à la loi sur les contrats du secteur public (texte consolidé approuvé par le décret législatif royal 3/2011 du 14 novembre) et à la Loi organique de la Cour des comptes (loi organique 2/1982, du 12 mai).

HYPOTHESE

Dans son livre « Public opinion », Lippmann (1922) affirmait que dans un monde tellement grand où ce n'est pas possible d'échapper à toute l'information, ce sont les médias qui reflètent et concrétisent une partie de cette réalité en choisissant une sélection d'informations. Puis, cette représentation médiatique est un canal pour que les citoyens puissent avoir une idée sur « la crise ». Selon Rodríguez (2011, p. 80), « les médias ne sont pas seulement des médiateurs, ils ont une influence sur notre perception de l'actualité, en l'encadrant dans une structure interprétative déterminée ». Nous allons nous intéresser à la construction de l'information, c'est-à-dire à la façon dont les événements sont livrés à l'opinion. Ansi, nous voulons comprendre comment la réalité, souvent complexe, est abordée par les médias pour sortir des cercles de spécialistes et être diffusée massivement.

Si nous nous intéressons à l'étude du traitement de la crise, c'est parce qu'il s'agit le traitement de la crise en France et en Espagne repose sur le fait qu'il s'agit d'un phénomène mondial, même s'il y a des spécificités nationales. En plus, la crise est un objet porteur d'enjeu, parce qu'il est apparu brutalement et a beaucoup changé les pensées et les pratiques des gens. Il s'agit d'un évènement médiatique au sens que lui donne Charaudeau (2005), c'est un phénomène qui se produit dans le

monde, et, comme le précise Mercier (2006), qui est jugé imprévisible et donc inattendu.

Si elle a une portée mondiale, la crise économique n'a pas été vécue de la même façon par tout le monde et partout dans le monde. Nous pouvons donc poser l'hypothèse qu'elle a nécessité la construction de représentations sociales et que les médias y ont participé.

La notion de représentation nous est apparue également nécessaire. Plus précisément, nous distinguons les représentations sociales, les représentations médiatiques et les représentations professionnelles.

Ainsi, les RS ne sont pas identiques dans toutes les sociétés : si, d'après l'hypothèse des Nexus de Rouquette (1988, 1994), certaines peuvent avoir un caractère universel dans certaines circonstances (« nazi », « liberté », « justice »…), les autres sont particulières aux groupes sociaux qui les ont produites. Donc, les RS sont celles de l'opinion, construites par et pour les gens, dans un contexte donné. D'après Moscovici (1961), elles sont construites dans les interactions sociales et elles permettent de comprendre la réalité et d'organiser les actions. Pour Jodelet (1989) les sujets sont des créateurs de réalité à travers les RS. Et les groupes affirment leur identité en construisant leurs représentations. La connaissance des choses reflète les relations entre les individus et entre les groupes.

Dans la genèse et la diffusion des RS dans un groupe social, le rôle que jouent les médias, comme générateurs de prises de position (Bourdieu, 1972), doit être particulièrement Pris en compte.

Ensuite, nous posons l'hypothèse que la représentation de la crise économique peut refléter des routines propres aux représentations professionnelles des journalistes, (qui sont celles que les journalistes construisent au long de leur formation et de leur expérience). Elles fondent leur professionnalisme et leur rôle social. Pour le professionnalisme, Cornu et Ruellan (1993) distinguent d'une part une modalité technique et rationnelle, et d'autre part les attitudes et les comportements qui découlent de l'expérience Pour le rôle social, Ruellan (1997) note qu'il est remarquable

que, depuis le début du siècle jusqu'à aujourd'hui, le groupe des journalistes n'a cessé de s'interroger sur son identité professionnelle et les manières de la protéger.

Ainsi, les répresentations profesionnelles (Bataille, Blin, Jacquet-Mias & Piaser, 1997) impliquent des aspects globaux et des aspects locaux.

Sur le plan global, on retiendra des formalisations mondialisées de l'information médiatique, une lecture homogène de l'information, des schémas d'écriture transversaux (par exemple, le modèle de la pyramide inversée : Claude Castéran, 2012, p.18). Sur le plan local, les spécificités culturelles et nationales introduiront des différences et des ressemblances dans les traitements de la crise par les agences de différents pays.

C'est la raison por laquelle nous envisagerons comme intermédiaires les représentations médiatiques, puisque journalistes doivent se situer à l'intersection entre les attentes de l'opinion – et donc des groupes - et les pratiques des médias.

En somme, ce traitement traduit également une certaine façon de vivre l'évènement, qui puises dans les contextes généraux qui fournissent des éléments d'ancrage (Doise, 1982) impliquant la culture, l'importance de l'objet, les caractéristiques de l'identité nationale (Marty, Marchand & Ratinaud, 2013 ; Marchand & Ratinaud, 2015).

Nous rejoignons Blandin (2010) lorsqu'elle dit que « les médias ne sont pas considérés comme de simples miroirs des réalités sociales, mais ils contribuent à forger l'identité des groupes, nourrissent leurs dynamiques, et pèsent sur leurs transformations ». Les médias sont à la fois un support pour véhiculer les informations, et un moyen par lequel les individus prennent conscience d'une réalité, dans un contexte déterminé.

Notre hypothèse est que le discours médiatique, se construit sous l'influence des représentations professionnelles des journalistes, qui homogénéisent le traitement de l'information, et des représentations sociales, partagées au sein d'un collectif national, qui ancre la crise économique dans des savoirs signifiants pour la population ciblée.

2.

LA CONSTRUCTION DISCURSIVE DES OBJETS

2.1. L'ANALYSE DU DISCOURS

Dans la partie empirique de cette thèse nous ferons une analyse du discours médiatique, pour 'étudier la construction de l'information médiatique a et plus spécialement celui des dépêches publiées par les agences de presse AFP (en France) et EFE (en Espagne). Cette analyse permet d'entrer dans les pratiques discursives médiatiques de deux pays différents, et de pouvoir évaluer leurs effets sur la société, dans le contexte particulier de la crise économique européenne et mondiale entre 2008 et 2014. En mots de Echeverria (2003), la connaissance du monde ne réside pas dans les idées mais dans les énoncés qui circulent. Un autre intêret de l'analyse de discours c'est de proposer un lien théorique entre le monde, les discours et la pensée.

2.1.1. Le discours et la communication

Il n'y a pas une manière unique de définir le discours, puisqu'il peut être envisagé différemment en fonction de la discipline académique abordée. Du point de vue des sciences sociales, le discours fait référence aux pratiques sociales (par exemple, les modes de structuration du savoir), et du côté des sciences du langage, le discours est l'usage communicationnel du langage, à la fois dans la co-construction du sens par des sujets sociaux, et à la fois dans les pratiques sociales et discursives (Johansson, 2000). Il s'agit d'une unité linguistique de dimension supérieure à la phrase.

La consolidation du terme « discours » au sein du domaine académique, dans les années 1980, témoigne d'une convergence liée à la formulation de l'objet à étudier. En effet, tel que souligne Ringoot (2014), « Le discours présuppose l'articulation entre énoncé et énonciation », c'est-à-dire, nous avons d'un côté

l'instauration du sujet parlant (l'énonciation), et d'autre côté, le résultat de l'acte d'énonciation (l'énoncé).

A son tour, Van Dijk (2002) envisage le discours comme « un événement de communication [...], les gens utilisent la langue pour communiquer des idées ou des croyances, et font que des événements sociaux deviennent plus complexes ». Dans ce sens, Maingueneau (1996, p. 18) ajoute, « tout discours peut être défini comme un ensemble de stratégies d'un sujet, dont le produit sera une construction caractérisée par des acteurs, des objets, des propriétés, des événements sur lesquels il s'opère ». Donc ce n'est pas la langue qui donne le sens au discours, puisqu'il y aura un enjeu entre l'émetteur, le récepteur et le contexte (Zaldua, 2006).

Autant dire que le langage (mots, gestes, symboles) structure la pensée, permet la communication entre individus et donne du sens à ce qui se passe, de ce fait, le lien entre le langage et la vie sociale donne comme résultat le discours. Effectivement, les discours constituent des unités avec un sens complet, vu qu'ils sont plus qu'une collection de phrases. De manière que les discours transmettent des signifiés et conduisent à des comportements sur des questions qui peuvent être très spécifiques ou plus générales (Manzano, 2005).

En conséquence, la production d'un discours est basée sur des modèles mentaux que les personnes ont sur un événement. Ces prototypes se basent sur des informations telles que la connaissance du destinataire, ou les spécificités des canaux de communication et des ressources d'information. Le discours exprime seulement une partie de l'information et laisse implicite une autre partie de son énonciation (Zaldua, 2006) ; c'est la raison pour laquelle l'étude du discours attire l'attention des chercheurs, afin de comprendre ce qui est dit et ce qui ne l'est pas. D'après Bourdieu (1976), le discours linguistique est inclus comme une interaction symbolique qui implique sa reconnaissance par les interlocuteurs. De ce fait, c'est la la capacité de l'homme politique d'utiliser adéquatement ses talents oratoires, de les adapter à une situation déterminée qui fera que le publique puisse la comprendre.

D'autre part, Satriano (2000) envisage l'existence de trois aspects principaux du discours : les formes de la phrase, le sens et l'acte de communication. Nous allons comprendre cela à l'aide d'un exemple : si le discours est fait pour donner une information au grand public, ses phrases seront courtes et précises, avec un vocabulaire facile et compréhensible, et l'acte de communication va être moins personnel. En revanche, si le discours porte sur la physique quantique dans un laboratoire de recherche fondamentale, le vocabulaire employé va être plus spécialisé, et ainsi le sens du discours va se focaliser sur une dynamique de travail, mobilisant une communication plus directe. Dans ce sens, Manzano (2005) mettait en relief que le discours peut être un outil de persuasion, puisqu'il peut arriver à construire des attitudes, des manières de penser, de sentir, des comportements et une réalité sensible.

Toutefois, le discours ne représente pas que des actions ou des événements de la vie d'une société, il aide également à évaluer, justifier et légitimer quelques aspects de la réalité afin de mettre en évidence certaines questions dans la pratique sociale (Pardo, 2012).

Etant donné que tout discours dépend des circonstances de communications particulières, pour le comprendre, il est indispensable de saisir l'intention qui s'y exprime dans la situation concrète où il est produit. Conformément à Echeverria (2003), la connaissance du monde ne réside pas dans les idées, elle réside par contre dans les énoncés qui circulent. Ce paradigme confère au langage une fonction non seulement référentielle (informative) et épistémique (interprétative) mais aussi de réalisation (créative) ou générative.

- **<u>Comment faire une analyse du discours</u>**

En effet, pour vraiment comprendre le discours, il sera indispensable de l'analyser, autrement dit, ceci suppose d'établir une méthode d'analyse du langage dans sa pratique. De manière générale, l'analyse du discours (AD) permet de fournir un ensemble d'études sur les conduites communicatives (concepts et méthodes) (Puig, 2009), et c'est grâce à l'ensemble d'études que nous pouvons regarder les inte-

ractions entre énonciateur et récepteur, ainsi que la cohérence d'un texte. Il faudra également se questionner : De quoi le texte parle-t-il ? Quel est le sujet abordé ? Qui est derrière le discours ? A qui est-il adressé ? Ainsi que le support et les ressources utilisées.

Pêcheux (1981) envisage l'AD comme analyse (qui suppose un point de vue) de la façon dont les mots prennent sens (les processus sémantiques), dans leur rapport aux formes (la linguistique), aux pratiques (matérialisme historique) et dont la définition (théorie des formations sociales et de leurs transformations) s'applique à la sociologie. (Achard, 1995). De ce fait, l'AD est une discipline composée de plusieurs facteurs (théoriques, descriptifs et méthodologiques), qui vont contribuer à la lecture explicite et implicite d'un acte de communication. Elle est à la fois un champ d'étude et une technique d'analyse. En tant que champ d'étude elle se distingue par son approche multidisciplinaire et hétérodoxe des tendances et traditions qui convergent dans le discours (Sayago, 2014). L'objet de l'AD est l'étude de la relation entre la linguistique, le sens et la société même si l'articulation entre ces disciplines est parfois difficile (Puig, 2009).

Van Dijk (2000) assure que l'AD est l'étude de l'usage réel du langage par les locuteurs réels en situations réelles, et que cette situation a lieu à deux niveaux: au niveau syntaxique, en se concentrant sur les énoncés, et au niveau sémantique, en s'attachant plus particulièrement au sens des mots. La réflexion de Van Dijk est intéressante puisque dans le texte, les mots peuvent exprimer plusieurs choses. Par exemple, selon une étude réalisée par Dupuy et Marchand (2009), nous acceptons plus facilement la violence lorsqu'elle est décrite à la voie passive. Ces auteurs ont également observé, que les médias utilisent davantage la forme passive pour décrire la violence envers les femmes, en comparaison à d'autres actes de violence. Par conséquent, les mots forment un moyen par lequel il est possible de véhiculer une information qui participe à la formation d'une opinion.

C'est pour cette raison qu'il est nécessaire de prendre en compte différents facteurs tels que le contexte, les conditions sociales et culturelles, et les intérêts des ac-

teurs impliqués dans la communication, pour analyser un discours (Zaldua, 2006). En effet, ce sont des éléments dont nous allons tenir compte lors de nos analyses, vu que ne pas prendre en considération le contexte et la culture de chaque pays ne permettrait pas une bonne compréhension des résultats obtenus. Il est difficile de comprendre un texte sans avoir connaissance du contexte.

Selon Van Dijk (2002), la relation entre le discours et la société peut être étudiée au minimum à trois niveaux: celui des structures sociales et de leur interaction (qui vont déterminer l'utilisation du langage), au niveau de la construction du discours et enfin à l'endroit où un sujet est traité dans le langage parlé ou écrit, à partir de la recherche dans des séries télévisées ou des travaux de recherche.

Manzano (2005) remarque que l'analyse du discours va permettre d'identifier les éléments qui se trouvent autour de lui, qui rendent compréhensible son contenu, son caractère déontique et son effet, comme c'est le cas du contexte (physique, psychologique, politique, culturel…), des agents et les acteurs impliqués (qui le génèrent, pour qui, sur qui, quelles relations du pouvoir nourrissent). Aussi c'est grâce à l'AD que le chercheur pourra approfondir dans son contenu dense, tels que l'Idéologie (valeurs, attitudes, vision du monde…), les ressources linguistiques (expressions, métaphores…), l'argumentaire (logique, ressources…) et les techniques de persuasions employées ; ainsi que présenter un modèle complet sur le discours, qui rend compte de la relation entre les éléments analysés, leur expression et leurs conséquences. Grâce à l'analyse du discours, il est possible de catégoriser les discours, les comparer et identifier les choses communes dans des corpus distincts et les caractéristiques propres à chacun (Puig, 2009).

D'ailleurs, il y a plusieurs formats de discours, dans ce cas nous allons nous consacrer aux textes, dont les discours et les textes produisent des messages qui ne sont pas toujours explicites. L'analyse du texte permet de déduire les facteurs et les conditions qui définissent une certaine action discursive. C'est la raison pour laquelle le texte est l'objet d'étude le plus fréquemment utilisé par les experts du langage. Le discours (unité globale du langage) comme le texte (unité d'observation) peut être

abordé, entre autres, à travers quatre angles d'analyse: pragmatique, sémantique, syntaxique et physique. La compréhension du discours implique un fort processus d'induction. L'étude de textes « illustre l'interconnexion de la vie sociale avec la vie mentale » (Zaldua, 2006).

Ensuite, Van Dijk (2002) assure que seulement les séquences de phrases ayant une macrostructure peuvent être considérées comme des textes. Du point de vue sémantique, la macrostructure est la proposition du niveau plus haut et représente un sujet du texte.

Néanmois, le texte peut avoir plusieurs approches selon la perspective analytique adoptée. Cette approche conditionne les opérations liées au contenu textuel. Un texte ne produit pas un sens par lui-même, mais il le fait au travers d'une interaction entre des connaissances textuelles (présentes dans le texte) et des connaissances mémorisées par chaque personne qui lit le texte (Zaldua, 2006).

- **Fonctions de l'analyse du discours**

De sorte que l'analyse du discours permet de décrire et de comprendre conceptuellement une information transmise par un émetteur, contenant possiblement des images et des métaphores, représentant des idées véhiculées dans son discours. Van Dijk (2000) considère que parmi les fonctions d'une analyse du discours, c'est celle de produire des descriptions explicites et systématiques (autant textuelles que contextuelles).

De manière que nous trouverons une fonction ***propositionnelle***, ce que disent les mots, une autre fonction ***illocutoire,*** le sens et la manière d'utiliser les mots (ordonner, demander…), enfin une fonction ***perlocutoire***, qui cherche une réaction sur l'interlocuteur. C'est pourquoi un message publicitaire qui à l'intention d'attirer l'attention du public pour la vente d'un produit, n'est pas élaboré de la même façon qu'un communiqué médical qui alerte sur la propagation d'un virus. Il s'agit dans ce cas-là de transmettre un message dont l'intention est d'alerter sur les dangers pour la santé. Le langage utilisé sera donc différent.

D'un point de vue pragmatique, l'AD permet d'expliquer les effets et les conséquences des discours, puisque comme nous l'avons vu précédemment, la façon de parler (utilisation de phrases, vocabulaire…) va conditionner l'interprétation du message au récepteur. En plus, il y aura bien évidemment d'autres facteurs qui vont influencer la compréhension du message (le canal de transmission, la tonalité si c'est oral, le contexte…). Par conséquent, une fonction de l'AD sera d'aider à la compréhension de tout type de message qui s'établit entre des individus pour communiquer (Zaldua, 2006).

Fairclough (1992, 1995) affirme que l'importance de l'AD se fonde sur deux piliers. Premièrement, puisqu'il s'agit d'une pratique sociale, elle permet d'analyser les actions sociales et de lire la réalité sociale. Deuxièmement, à cause de l'opacité qui accompagne les processus discursifs, l'analyse n'est pas seulement utile, elle devient nécessaire : si les discours étaient transparents, quel sens y aurait-il à les analyser ? (Santander, 2011). Et normalement, le plus intéressant c'est de découvrir ce qu'il y a derrière le discours, c'est-à-dire dans cette partie la plus opaque.

- **La contextualisation du discours**

D'après Van Dijk (2002), l'AD a pour fonction d'étudier l'interaction sociale-discursive, car les locuteurs utilisent une langue pour transmettre leurs messages à l'extérieur et à l'intérieur de leur groupe d'appartenance. Le contexte, c'est la situation concrète dans laquelle le discours est émis. Il s'agit de tout ce que les interlocuteurs ont besoin de savoir pour comprendre et évaluer un discours, de manière que cet environnement englobe les individus existant dans le monde réel (Barry, 2002).

Dans ce sens, Van Dijk (2008) ajoute que le contexte est l'ensemble de connaissances qu'ont les interlocuteurs pour la production et la compréhension de leur interaction. En effet, l'entourage aide les individus à faire une représentation du discours. Par exemple quand un lecteur lit un texte, il se produit une contextualisation interne et externe, interne parce que le lecteur essaie de faire une représentation mentale du contenu du texte, et externe car il essaie de comprendre ce que l'auteur

veut dire, c'est-à-dire appréhender son intention communicative. Dans ces interprétations vont également entrer en jeu la culture, la connaissance, l'expérience et la langue du récepteur (Dooley et Levinsohn, 2007). Le contexte a un rôle fondamental dans la description et l'explication des textes écrits et oraux. Dans tous les niveaux du discours il est possible de trouver de traces du contexte. En plus il est faisable de construire ou de changer le contexte (Van Dijk, l992).

Pourtant, le discours a lieu dans un contexte concret qui le rend compréhensible. Il englobe plusieurs paramètres (Manzano, 2005), notamment, le temporel, car nous vivons dans un moment historique déterminé. Il est important de connaître les points clés de chaque époque pour analyser le discours dans le contexte où il a été créé. Egalement l'aspect géographique est remarquable, puisqu'il s'agit du lieu où se produit le discours, pareillement, il y a l'aspect socio-culturel, qui fait référence à l'identité. Il est important de connaître les conflits sociaux, les revendications des différents groupes, la relation entre le pouvoir, les problèmes dont parlent les médias.

Bref, le contexte social est fondamental pour comprendre le discours. Selon Bromberg, grâce à la contextualisation, l'interaction communicationnelle est possible (Olry-Louis et Chabrol, 2007). Nous pourrons dire qu'il y a une interaction dynamique entre le contexte et le discours. Le contexte ancre les événements discursifs dans l'espace social et physique et dans le temps (Linell 1998a, p. 132 dans Johansson, 2000).

Dans le cas de la crise économique, les journalistes des deux agences ont affirmé que ce changement dans le contexte a provoqué un changement dans la manière d'informer. Ils ont dû adapter leur discours au contexte et au public, car dans ce contexte, il s'agissait d'aspects économiques avec lesquels le grand public n'était pas familiarisé. Donc il a fallu les reformuler de manière à ce que le discours soit compréhensible pour tout le monde. En effet, le public avait un intérêt particulier pour ce sujet : puisqu'il était touché directement par la crise, il lui était donc nécessaire de bien comprendre la situation et les conséquences sur l'avenir. Les journalistes ont

donc dû revoir leur manière de sélectionner l'information et aborder certains sujets qui n'étaient pas prévus dans leur agenda.

2.1.2. L'analyse du discours médiatique

Comme nous l'avons remarqué, l'analyse du discours est pluridisciplinaire, et ici nous allons nous intéresser plus précisément au discours médiatique. Charaudeau (1997, p. 6) considère que « le monde médiatique se trouve devant un miroir dont la caractéristique est double : il reflète l'espace social et, en même temps, il se trouve reflété par celui-ci » (Johansson, 2000), autrement dit, il s'agit d'une bidirection à travers laquelle se construit le discours, lequel va se faire à partir d'un matériel complexe sur lequel les médias vont faire une sélection et une adaptation. Après, ils utiliseront plusieurs moyens pour transmettre le message : visuels, graphiques, sonores, etc. « Le texte produit est porteur de la co-intentionnalité qui s'établit entre énonciateur et destinataire (être de parole)» (Pineira-Tresmontant, 2003, p. 18). Moirand (2007) assure que si les logiques médiatiques construisent l'événement, ce sont les discours qui « font » l'événement.

En effet, le discours médiatique peut être divisé en trois types (Chabrol, Courbet et Fourquet-Coubret, 2004), soit par des produits pour satisfaire les désirs du public (film, jeux…), ou par des produits pour réaliser le « bien public » (informer, éduquer…), ou même par des produits pour essayer d'influencer les individus (publicité, opinion…). Les médias ont différents moyens et techniques pour articuler leurs messages (linguistiques, sémiotiques, esthétiques, de production), et ainsi avoir une influence ciblée sur le public (Chabrol, Courbet et Fourquet-Coubret, 2004). Nous incluons ici les médias traditionnels (la télévision, la presse écrite) et leurs sous-genres (interview pour raconter une information du point de vue du protagoniste, une chronique où le journaliste apporte son avis sur l'information qu'il traite…) (Bonnet et Boure, 2008). La presse écrite et les agences de presse constituent de ce point de vue un espace pertinent pour analyser les modalités

d'émergence, de diffusion et de circulation de ces sous-genres et de leur contenu (Barats et Leblanc, 2013).

D'autant plus que le discours journalistique a des caractéristiques propres, comme la forme et la construction de l'actualité, et la diffusion d'une idéologie particulière (Noboa, 2008). La réception des contenus par le récepteur va également dépendre de ses filtres sociaux, acquis au sein de la famille, de communautés religieuses, de groupes politique etc. Puisque les mots ne sont pas que des étiquettes que les journalistes posent sur des objets, l'univers qu'ils créent dans le champ linguistique est un ordre de connaissance qui permet la représentation, l'interprétation et l'explication du monde, et qui a une influence aussi sur notre façon de parler et de regarder autour de nous (Mey, 1993, p. 300 dans Saura, 2008). Dans une étude réalisée par Burguet et Girard (2008), les auteurs ont pu montrer que le langage produit par les médias ne sert pas seulement à informer, mais également à évaluer et sélectionner l'information.

Réellement, si le discours d'information est une construction sociale, l'acteur qui le produit s'engage dans un processus de 'mise en sens' du monde représenté dans le discours, mais également dans un façonnage de l'image du soi qui découle de la production de ce discours (Tavernier, 2009).

Certainement, dans la construction du discours médiatique va être présent le contrat de communication défini par Charaudeau (1997) comme : « ce qui parle avant que quiconque ait parlé, ce qui est compris avant même qu'on l'ait lu ». Il va s'établir quelques règles entre les médias et l'audience, prenant en compte certains éléments comme le type de public, la thématique de l'information et le rôle qu'à l'audience dans ce cas (Marty, Burguet et Marchand, 2008).

Dans ces conditions, nous pouvons regarder comment la fonction des médias a changé depuis le XIXème siècle. A l'origine les médias suivaient une logique plutôt commerciale, puisqu'ils devaient servir l'opinion publique et fournir ce qui était susceptible de l'intéresser (Habermas 1992a, p. 14 dans Johansson, 2000). Aujourd'hui d'une part, le discours médiatique se propose d'informer, et de l'autre, il ambitionne

de divertir, même entre médias publics et privés le dosage de ces fonctions diffère (Charaudeau, 1997, p. 110).

Notamment, les sujets de l'espace privé envahissent de plus en plus les médias (Johansson, 2000). D'un côté les médias vont construire leur discours (sous couvert du devoir d'informer) afin d'être compétitifs et toucher le plus grand nombre possible de récepteurs. D'autre côté, les médias vont articuler le discours en fonction du public auquel ils s'adressent, en construisant une représentation du monde (Pineira-Tresmontant, 2003). Ainsi les médias sont le moyen grâce auquel les individus vont comprendre une partie du monde tel qu'il leur est présenté. L'ancrage professionnel et contextuel va déterminer aussi le discours médiatique ; en plus chaque média aura sa propre identité éditoriale qui provoquera différentes façons d'aborder l'information (Ringoot, 2014).

En somme, les connaissances du téléspectateur vont se compléter à partir de son expérience, sa culture et son idéologie (Saura, 2008). Van Dijk (1997, p. 30) remarque que la plupart de nos connaissances sociales et politiques ainsi que nos croyances sur le monde proviennent de toutes les informations que l'on lit ou écoute tous au jour le jour (Noboa, 2008). Saura (2008) considère que les médias ont une forte capacité à pouvoir manipuler les informations parce que ces informations sont reçues par denombreuses personnes.

D'où, le discours médiatique est très répandu et donc suivi par un grand nombre de personnes (Noboa, 2008). C'est la raison pour laquelle il y a intérêt de la part des pouvoirs publics à prendre le contrôle de l'information médiatique. Le président Américain Harry S. Truman (1884-1953) affirmait qu' « avec une télévision, un politique peut être l'invité dans n'importe quel salon du monde » (Saura, 2008). Habermas (1992) confirmait que le pouvoir médiatique exerce une influence fondamentale sur les citoyens.

Spécialement, dans le discours médiatique, nous pouvons trouver des aspects particuliers liés à l'idéologie, l'identité et le pouvoir, ainsi qu'à des aspects plus généraux qui font référence à l'objectivité, l'intention et la réaction (Saura, 2008). En

conséquence l'analyse du discours médiatique est essentielle pour la compréhension et l'explication des réalités sociales, qui orientent les formes du faire, du dire et du penser dans le monde. Le discours est déterminant dans la construction, l'utilisation, et la transformation cognitive et la matérialisation des savoirs individuels et collectifs. Dupuy et Marchand (2009) signalent que « la connaissance des choses et sa diffusion ne relèvent pas de leur simple description, mais qu'elles reflètent souvent les relations entre les gens ».

Egalement, dans une étude réalisée par Bonnet (2011) sur le discours médiatique dans le milieu sportif, elle a constaté que les qualités morales, l'authenticité et la fidélité sont évoquées le plus souvent par le journaliste, et concourent à la fonction de régulation de quotidienneté sociale. « De plus, de nombreux travaux ont par ailleurs montré l'importance du pouvoir des médias pour biaiser l'information, le plus souvent de façon totalement contrôlée et intentionnelle, le LIB[10] ne serait que l'énième, même si à la différence des autres procédés il semble échapper à la conscience (Maass et al., 1989) » (Burguet et Guirard, 2008).

Néanmoins, il n'existe pas de modèle d'analyse unique du discours médiatique, au contraire, selon les intérêts qui motivent l'investigation, en fonction de l'hypothèse et les objectifs avoués ou implicites, le producteur d'information se fixera un modèle d'analyse spécifique (Santander, 2011). L'analyse du discours médiatique permet de classer, systématiser, interpréter et contextualiser les informations au travers de la linguistique et de la sémiotique textuelle (Noboa, 2008) ainsi que d'analyser les représentations discursives dans la circulation pour chaque média.

Etant donné que le discours est fait de mots, il faudra étudier de près le lexique utilisé, ainsi que son vocabulaire et sa sémantique, puisque quel que soit le corpus abordé nous aurons affaire à des phénomènes de co-construction de l'événement (Barats et Leblanc, 2013). Par conséquent, pour analyser un discours il est nécessaire de tenir en compte de différentes dimensions, en partant du texte original où entre-

10 Linguistic Intergroupe Bias

ront en jeu les pratiques discursives (les connaissances du chercheur sur ce sujet analysé, les références bibliographiques…) ainsi que la pratique sociale, le contexte du sujet, les acteurs…

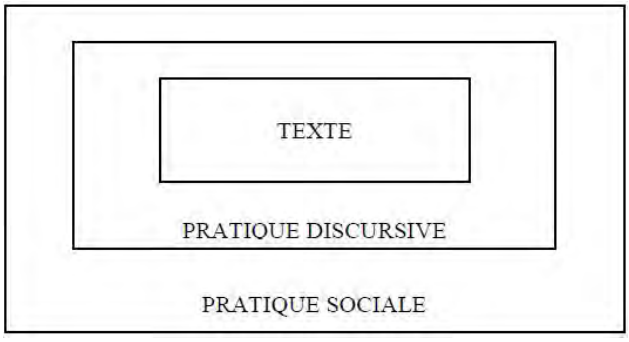

Figure 10: Dimensions du discours selon Fairclough (1992)

Ces trois dimensions (pratique sociale, pratique discursive et texte) sont mélangées dans le discours, donc elles ne seront pas analysées séparément. Le discours fait partie de la pratique sociale des individus d'une société, car il permet l'interaction entre eux. Dès lors les médias ont un rôle important à jouer dans la transmission des informations et des connaissances, puisqu'ils produisent des messages qu'ils transmettent au public récepteur. C'est pourquoi dans le milieu médiatique, les producteurs et récepteurs de l'information sont séparés par des contextes sociaux et discursifs : les uns font partie de l'espace public, les autres de l'espace privé.

Bien évidemment le langage va avoir une fonction essentielle, du fait qu'il va favoriser les échanges sociaux. De plus, le langage va participer à la construction symbolique et identitaire du groupe social.

Au niveau de la pratique discursive, les médias s'organisent selon trois logiques : technologique, économique et symbolique (Charaudeau, 1997, p. 5). Chacune de ces logiques pourrait être abordée du point de vue des pratiques discursives, c'est-à-dire, des processus de production, de consommation et de réception de l'information dans des contextes sociaux divers – culturels, institutionnels ou médiatiques, soit dans la presse, la télévision, Internet ou la radio (Johansson, 2000).

Lorsque nous nous concentrerons sur la dimension textuelle de l'analyse, une première lecture du corpus nous permettra d'extraire quelques données simples : la quantité d'articles produits par chaque média, la fréquence de publication, le grade de pertinence octroyé par l'auteur. Pour étudier les représentations discursives dans la circulation de la presse, il nous faut approfondir les éléments qui permettent de reconstruire la matrice de signification du discours (Sayago, 2014).

Par ailleurs, pour réaliser l'analyse médiatique, il est intéressant d'envisager certains paramètres tels que ceux formulés par Saura (2008), le ***message explicite***, c'est le sens strict des mots du discours, qui se concentre sur la signification des mots et des images contenues dans le discours. Il s'agit d'une première lecture superficielle sur le contenu et de déroulement des actions relatées d'un texte donné. Le ***message implicite***, c'est une lecture approfondie du texte. Ce niveau d'analyse porte une attention particulière aux connotations des expressions et des images contenues dans les textes étudiés. Les entités, les idéologies et les valeurs vont être les objets d'étude principaux à ce stade de l'analyse. ***L'effet du discours sur l'audience***, à partir des éléments d'analyse tel que la culture, le statut social, l'idéologie politique, les circonstances et expériences personnelles, nous nous demanderons comment le discours affecte l'individu au contact d'une information donnée. ***L'attitude et la réponse critique***, dans un dernier temps l'analyse nous amène à nous demander quels sont les après propos et les intentions qui transparaissent dans la manière dont l'information est présentée. Dans le cas des journaux**,** il faudra analyser l'énonciation textuelle (des énoncés journalistiques, iconiques (photographies, infographies, verbaux) ainsi que l'énonciation éditoriale (Souchier, 1998, p. 144) « *Les analystes du discours de presse attirent l'attention sur deux écueils à éviter dans une démarche objective. Le premier est de confondre la posture du lecteur avec celle de l'analyste, le deuxième est de confondre parole publique et parole journalistique* » (Ringoot, 2014).

2.2. ANALYSE QUANTITATIVE ET QUALITATIVE

Maintenant que nous avons compris ce qu'un discours signifie, il y a un deuxième pas qui est la prise de décision sur les critères que nous allons suivre pour faire notre analyse. Dans notre travail, nous allons nous appuyer sur la méthodologie quantitative et qualitative, puisque nous trouvons intéressant d'aborder le discours médiatique avec ces deux approches qui se complètent et permettent d'extraire plus de détails de nos corpus.

2.2.1. L'analyse quantitative

Ainsi, la méthode quantitative suit un modèle rationaliste, positiviste et scientifique, pour assurer son objectivité et sa rigueur, elle prend en compte plutôt les chiffres. En effet, elle cherche une connaissance systématique, vérifiable, comparable et mesurable - dont la cause des phénomènes - dans le but de généraliser les processus observés. Ainsi, la méthode quantitative suit une méthodologie hypothético-déductive, en utilisant des méthodes quantitatives et statistiques (Pérez, 2007). Au contraire de l'analyse qualitative, la recherche quantitative est plus cherche à comparer, vérifier, montrer l'existence d'une théorie précédemment formulée.

Ainsi, les méthodologues attribuent à l'approche quantitative les épithètes "positiviste", "objectiviste" et "déductive" (face à l'approche qualitative, "subjectiviste", "compréhensive", "naturaliste", "inductive" et "constructiviste"). Le positivisme fait référence à l'action de reconnaître le savoir à travers l'observation et l'expérimentation, autrement dit, il est positif dans la mesure où il est certain, évident, réel et attesté, donc objectif.

D'ailleurs, la méthodologie quantitative suit une procédure de causalité linéaire, puisqu'il n'y a pas d'effet sans cause, ni de cause sans effet. Il s'agit d'une méthode déductive qui consiste à partir d'une hypothèse générale pour arriver à une conclusion spécifique (Gauthier, 1986, p. 522 dans Comeau, 1994).

En conséquence, la méthodologie quantitative met l'accent sur l'analyse des relations causales parmi les variables, sans oublier l'importance de pouvoir mesurer les données. En fait, le chercheur va créer son propre échantillon, la fréquence va être un élément-clé pour mesurer certaines caractéristiques dans le texte et obtenir des statistiques.

2.2.2. L'analyse qualitative

Par suite, analyser les données qualitatives implique de découvrir ce qui se dit et ce qui ne se dit pas. Il s'agit de comprendre les échanges de connaissances entre les sujets et de chercher de nouvelles connaissances (Schettini et Cortazzo, 2015, p. 14-15). Ruiz-Olabuenaga (2008) souligne que la méthodologie qualitative a pour objectif de découvrir, capter et comprendre une théorie, une explication, une signification.

L'histoire de la recherche qualitative remonte aux années 1920. Les anthropologues et les sociologues ont été les premiers à mener des recherches sur des phénomènes humains dans leur environnement naturel et d'un point de vue holistique (Aubin, 2008).

Dans ce sens, Gegeo (1988 dans Pérez, 2007) affirme que l'investigation qualitative consiste en des descriptions détaillées de situations, événements, personnes, interactions et comportements. En plus de prendre en compte ce que les participants disent. C'est un processus actif, systématique et rigoureux d'enquête dirigée (car le chercheur va prendre la décision de comment le réaliser). L'enquête qualitative nous permet de nous placer dans le contexte dans lequel se déroule l'événement.

Effectivement, les trois étapes d'analyse des données qualitatives décrites par Miles et Huberman (2003) sont généralement bien connues de la communauté scientifique : la réduction, la condensation et la présentation des données (Blais et Martineau, 2006). Dans la méthodologie qualitative nous trouverons différents élé-

ments (Schettini et Cortazzo, 2015, p. 18-19), la construction sociale de la réalité, la relation entre le chercheur et son étude, les constructions du contexte qui conditionne la recherche, et la présence ou absence d'une caractéristique de contenu déterminée dans une partie du texte analysé.

Du fait que la méthode qualitative prend en compte la perspective objective et subjective, elle suit un modèle inductif en partant d'une hypothèse concrète pour déterminer une explication et conclusion de l'objet d'étude plus général, tout en essayant de répondre aux questions : Comment ? Et pourquoi ? Les données qualitatives (plutôt descriptives) restent plus proches des situations humaines, si on tient compte du comportement observable des personnes. La méthode analyse des actions et interactions en tenant compte des intentions des acteurs. Dans une démarche qualitative, les verbes ont une importance particulière (description des actions) et les sujets des verbes sont des acteurs, pas des variables ou des entités abstraites (Pérez, 2007; Dumez, 2011).

De même, les « qualitatifs » étudient les significations par une série d'efforts de compréhension. Ils soutiennent aussi que l'approche qualitative est naturaliste, en désignant par là leur désir de « connaître les personnes telles qu'elles évoluent dans leur milieu naturel » (Deslauriers, 1991, p. 11).

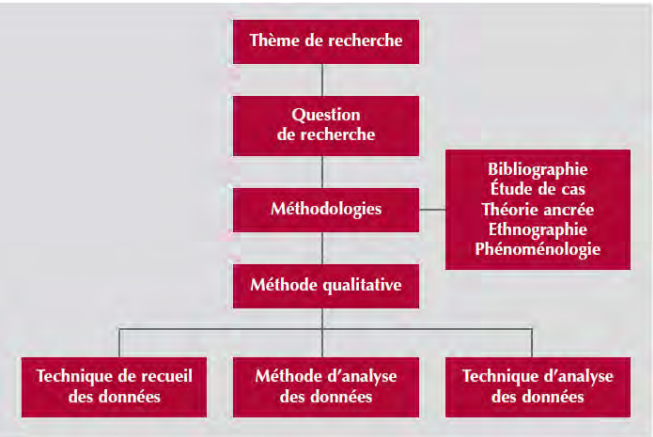

Figure 11: Démarche qualitative d'après Paul Van Royen et al (2007)

Dans ce schéma nous pouvons observer les étapes à suivre pour réaliser une analyse qualitative de données. Tout d'abord, il est indispensable de formuler des questions de recherche, sans oublier que tout cas empirique doit être constitué en unité d'analyse, c'est-à-dire mis en relation avec un problème scientifique, au sens de Popper, une tension entre savoir et non savoir (Popper, 1979 dans Dumez, 2010). De plus, Weber a bien montré qu'aucun cas réel ne constitue en soi une unité d'analyse (Dumez, 2011). Puis, une fois que l'objet est défini, le pas suivant est celui de l'extraction des données, pour ensuite constituer le corpus (transcription et codage de l'information), et pouvoir en réaliser l'analyse. En revanche, il existe différentes méthodes d'analyse de données qualitatives, mais il n'en existe aucune qui soit meilleure que les autres. Neanmois, il y a des méthodes qui sont plus appropriées que d'autres compte tenu de la tradition dans laquelle le chercheur travaille (Trudel & Gilbert, 1999) et, nous ajoutons, des objectifs de recherche et du matériel disponible (Wanlin, 2007). En dernier lieu, l'étape finale va être la rédaction du rapport de recherche (Comeau, 1994; Fernández, 2006).

De plus, dans la réalisation d'une analyse qualitative l'inférence est importante, elle désigne une série d'étapes permettant d'établir des liens entre les catégories ou, autrement dit, de passer de la description à l'explication. Pour Bardin (1977, p. 140), l'inférence désigne « l'induction à partir des faits » et met un terme à l'analyse proprement dite. Trois outils d'analyse nous permettent de procéder à l'inférence : la fiche analytique, la matrice explicative et le schéma (Comeau, 1994).

C'est notamment l'hétérogénéité des sources empiriques dans la recherche qualitative qui en garantit l'objectivité : elle permet en effet la triangulation, c'est-à-dire le fait que des analyses fondées sur un type de données peuvent être confirmées par l'analyse de données obtenues de manière indépendante (Dumez, 2011).

En définitive, nous faisons une recherche qualitative dans le but de détecter des besoins, pour poser un choix, prendre une décision, pour améliorer un fonctionnement, des performances, pour cerner un phénomène et pour tester aussi des hypothèses scientifiques (Kakai, 2008).

Dans la méthodologie qualitative, il existe quelques contraintes comme par exemple la représentativité de l'échantillon. Autre obstacle est la fiabilité de l'étude, c'est-à-dire la technique, la validité des décisions théoriques et méthodologiques que l'auteur a décidé de mettre en place (Schettini et Cortazzo, 2015, p. 17).

2.2.3. Analyse quantitative vs analyse qualitative

Tout compte fait, les deux approches, quantitative et qualitative, ont des caractéristiques particulières, qui vont permettre d'analyser des discours à partir de différents paramètres, Sans en excluant d'autres, au contraire, il s'agit de méthodes complémentaires.

Recherche quantitative	Recherche qualitative
Questions plutôt biomédicales	Plutôt adaptée à l'étude de phénomènes sociaux
Mesure, quantifie des variables	Explore l'existence et la signification de ces phénomènes
Relations causales entre des variables mesurables	Compréhension du contexte Étude des sujets dans leur environnement
Teste des hypothèses	Crée des hypothèses
Déductive	Inductive

Figure 12: Analyse quantitative vs Analyse qualitative

La recherche qualitative est parfois définie en référence ou en opposition à la recherche quantitative. En réalité, il n'y a pas opposition mais complémentarité entre les deux, car elles n'explorent pas les mêmes champs de la connaissance. La recherche qualitative ne cherche pas à quantifier ou à mesurer, elle consiste le plus souvent à recueillir des données verbales (plus rarement des images ou de la musique) permettant une démarche interprétative. C'est un terme générique qui regroupe des perspectives diverses en termes de bases théoriques, méthodes. De façon plus générale, la recherche qualitative permet de répondre aux questions de type « pourquoi ? » ou « comment ? ». De son côté, la recherche quantitative essaie aussi de répondre au « pourquoi ? » (Quels sont les facteurs de risque ?) Quand il s'agit

d'étudier un lien de causalité, mais d'une manière statistique, alors que la recherche qualitative s'intéresse particulièrement aux déterminants des comportements des acteurs (comprendre) plutôt qu'aux déterminants des maladies (compter) (Aubin, 2008).

En effet, l'échantillon utilisé dans la méthode quantitative est probabiliste et il y a certaines règles à déterminer, dont le nombre d'unités (objets, textes, individus) et la sélection au hasard de chaque unité. En revanche, pour la méthode qualitative, l'échantillon est plutôt orienté vers la garantie de la quantité et la qualité de l'information, la sélection de l'échantillon n'est pas faite au hasard, elle est intentionnée. C'est pourquoi il est intéressant de se servirdes deux modalités : la première, lorsque le chercheur fait sa sélection à partir de critères personnels : connaissances de la situation, facilité... et l'autre, plutôt théorique quand le chercheur veut générer des théories où l'analyste récolte, codifie et analyse ses données.

Axiomes concernant...	Paradigme objectiviste (méthodes quantitatives)	Paradigme constructiviste (méthodes qualitatives)
la réalité	Tangible, fragmentable et permanente	Construite, holistique et changeante
la relation observateur /observé	Indépendante	Interactive et inséparable
la généralisation	Nomothétique	Idiographique
la causalité	Linéaire	Rétroactive
la neutralité axiologique	Possible	Empreinte de valeurs

Figure 13: Postulats des paradigmes constructiviste et objectiviste (Lincoln et Guba, 1985)

En réalité, l'approche qualitative porte son attention sur les significations et aux sentiments des acteurs sociaux, alors que le quantitative prend comme objets les "choses" ou les événements. Au contraire, l'approche qualitative possède une épistémologique relativiste, tandis que celle de l'approche quantitative est plutôt essentialiste et logique.

Bref, les « qualitatifs » se donnent pour tâches d'observer, de décrire, de comprendre et d'interpréter, cependant, les « quantitatifs » cherchent plutôt à mesurer et à expliquer de manière causale. De sorte que la validité qualitative privilégie le réa-

lisme et la richesse des informations, tandis que le bien-fondé quantitatif insiste sur la fidélité et la legitimité.

Bien entendu la théorie qualitative est inductive et empiriquement fondée et elle n'hésite pas à prendre la forme de récits. La théorie d'inspiration quantitative est déductive et opérationnelle. Les valeurs des qualitatifs sont l'engagement et l'égalité ; les « quantitatifs » se disent idéologiquement "neutres" (Comeau, 1994).

En conclusion, les deux perspectives permettent de faire une analyse complète de la réalité. Nous voyons donc bien que la recherche qualitative ne peut pas se permettre d'exclure le quantitatif (Dumez, 2013). Les deux exigent des compétences différentes de la part du chercheur, mais elles peuvent s'enrichir mutuellement et, notamment, le traitement de séries chiffrées peut constituer un apport substantiel à la recherche qualitative. Autrement dit, dans les approches quantitatives, l'accent est mis sur les variables, et les acteurs n'apparaissent vraiment que quand les variables ne parviennent pas à expliquer un phénomène. Dans les approches qualitatives, l'accent doit être mis sur les acteurs et non sur les variables. Le second point est que les acteurs pensant, parlant et interagissant sont étudiés dans un contexte ou en situation (Dumez, 2011).

En somme, la recherche qualitative impose un contexte à découvrir et une exploration et la quantitative, une vérification et une comparaison.

2.2.4. L'analyse de contenu

Par la suite, en suivant les méthodologies qualitatives et quantitatives nous pourrons faire une analyse de contenu. Il s'agit d'une méthode qui cherche à découvrir le sens du message, qui classe et codifie les éléments d'un message en catégories pour mieux faire ressortir le sens. Mayntz et al. (1980, p. 198) définit l'analyse de contenu comme une technique de recherche qui identifie et décrit d'une manière objective et systématique les propriétés linguistiques d'un texte, dans le but d'obtenir des conclusions sur les propriétés non-linguistiques des personnes ou groupes so-

ciaux. Du même, c'est une technique qui combine le complexe, l'observation et l'analyse documentaire (López-Aranguren, 1986 p. 66).

Ainsi, les propos d'une analyse de contenu sont, donc montrer le contenu latent dans les données analysées (Bardin, 1996; Krippendorff, 1990; Mayring, 2000), réélaboration des données brutes, ou établir des relations et inférences parmi les thèmes analysés ; et finalement générer une information valide et fiable, compréhensible et qui permet de comparer les résultats avec d'autres investigations (MacQueen, McLellan, Kay & Milstein, 1996; Carey, Morgan & Oxtoby, 1998 dans Caceres-Serrano, 2008).

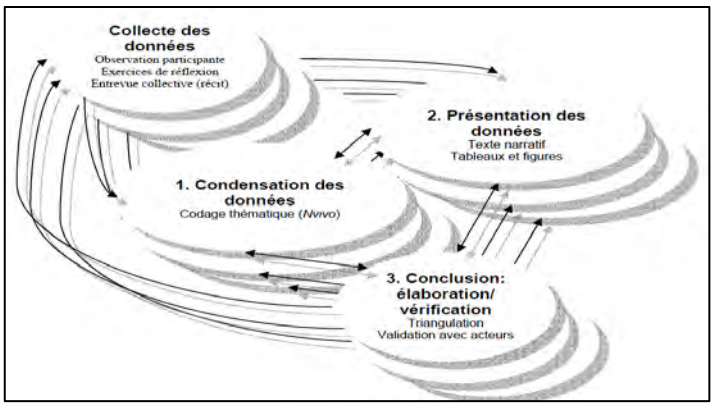

Figure 14: Formalisation de l'analyse selon le modèle interactif en trois temps (Rocha, 2004)

Wanlin (2007) souligne que l'analyse de contenu s'organise autour de trois phases chronologiques, à savoir, la pré-analyse, l'exploitation du matériel (le codage de données) ainsi que le traitement des résultats, l'inférence et l'interprétation. En fait, elle va être beaucoup utilisée durant la seconde guerre mondiale, pour analyser la propagande et, après la guerre, elle sera étendue à d'autres domaines. Parmi ses caractéristiques se trouvent (L´Écuyer, 1987, p. 50), le fait qu'il s'agit d'une technique indirecte car il y a un contact avec les individus par le biais de leurs productions, c'est-à-dire avec les documents sur lesquels il est possible d'extraire l'information. Il est possible de prendre des productions écrites, orales et audiovisuelles, pour rendre compte des comportements.

Etant donné que l'analyse de contenu permet de découvrir, par une méthode rigoureuse d'analyse des textes, la signification des messages contenus dans le matériel consulté. La mise en relation des textes permet de mesurer la complexité du phénomène étudié, et d'en dégager une vue d'ensemble de celui-ci.

Pour réaliser l'analyse de contenu, il est possible de faire attention à la sémantique, aux mots utilisés ainsi qu'aux phrases ou thèmes.

Krippendorff (1969 p. 103) définit l'analyse de contenu quantitative comme « une méthode valide à travers des inférences statistiques depuis un texte à ses sources et propriétés »

L'analyse qualitative de contenu est incluse dans une approche empirique, et ses textes sont dans un contexte (Mayring, 2000 dans Caceres-Serrano, 2008). Ce n'est pas seulement l'interprétation du contenu. L'analyse de données qualitatives est un processus impliquant un effort d'identification des thèmes, de construction d'hypothèses (idées) émergeant des données ainsi que de clarification du lien entre les données, les thèmes et les hypothèses conséquentes. Ce processus comprend donc deux moments distincts mais complémentaires : l'organisation des données impliquant une « segmentation », et entraînant une « décontextualisation », d'un côté, et leur interprétation, ou encore catégorisation, menant à une « recontextualisation » de l'autre (Savoie-Zajc, 2000 dans Wanlin, 2007). Dans l'analyse qualitative, le chercheur est l'instrument de mesure, car les données sont filtrées par son critère, plutôt qu'une méthode pour vérifier théories et hypothèses, il génère ses propres théories et hypothèses. Il n'existe pas de règles pour le faire, le modèle d'investigation est émergent, il se fait à mesure qu'avance l'analyse (López, 2002).

Ringoot, (2014) envisage que l'objectif de l'analyse de contenu est de dégager les sujets et les thèmes majeurs diffusés dans les médias en comptant des occurrences de certains mots ou familles de mots.

L'analyse de contenu peut être utilisée pour déterminer l'état psychologique des personnes et découvrir leurs styles de communication, mesurer la compréhension de la communication, décrire les tendances et regarder les ressemblances et différences

dans le contenu de la communication écrite par personnes, groupes, pays…, identifier les attitudes, croyances, désirs, valeurs, intérêts, etc. de personnes, pays, etc. (Fernández 2002).

Dans ces conditions, la constitution du corpus doit obéir, selon Bardin (2001), à quatre règles principales (Richard, 2006) : la règle de l'exhaustivité, complétée par la non-sélectivité; la règle de la représentativité ; la règle d'homogénéité et la règle de pertinence par rapport à l'objectif de recherche.

2.3. VERS LE CONCEPT DE LA TEXTOMETRIE

La textométrie, ou lexicométrie, est une méthodologie d'analyse textuelle qui est née en France dans les années 80 suite aux recherches de Benzecri (1973) à propos de l'analyse de données. Lebart (1997) a été un des premiers auteurs à commencer à étudier la lexicométrie et à s'intéresser à ce type de méthodologie qui observe à la fois le contenu et le style des textes (Heiden, 2010).

Pour Salem, la lexicométrie regroupe « toute une série de méthodes qui permettent d'opérer des réorganisations formelles de la séquence textuelle et des analyses statistiques portant sur le vocabulaire à partir d'une segmentation » (Salem, 1986 dans Marchand, 2007).

En effet, la textométrie permet d'observer des caractéristiques significatives de données textuelles (Pincemin et Heiden, 2008) et Reinert (1993) affirme que l'analyse des données donne une première représentation iconique et schématique globale des relations formelles modélisées dans un tableau de données.

Pour Lebart et Salem (1994), toutes les méthodes d'analyse de données partagent un même schéma : des dimensions d'un tableau de contingence, de données numériques qui permettent de définir des distances (ou des proximités) entre les éléments.

Tableau 2.8

Le Tableau Lexical Entier (TLE) du corpus I muni de la partition en 3 classes et ses marges

forme	P1	P2	P3	*fréquence des formes*
C	2	2	0	4
A	2	1	0	3
B	1	1	0	2
D	0	1	1	2
E	0	1	0	1
F	0	0	1	1
longueur des parties	5	6	2	13

Figure 15: Tableau lexical (Lebart, 1997, p.58)

Comme l'illustre la figure 12, pour résumer les principes de base de l'approche lexicométrique, il faut simplement imaginer que l'on va chercher à construire et à analyser statistiquement un tableau qui compte un nombre important de données. On retrouve un tableau dont les lignes sont composées des segments de textes et les colonnes des partitions. Il s'agit du principe de base de la lexicométrie, puisque tout type d'analyse passera par ce processus et qu'il y aura des variations en fonction des analyses effectuées (ex : AFC= ST en ligne et Var_mod en colonne ; CHD = ST en ligne et formes pleines en colonne,…). Chacune de ces opérations nécessite une prise de décisions de la part du chercheur. Par ailleurs, d'autres décisions interviendront dans la façon dont on va remplir ce tableau ainsi que dans le choix des analyses qui lui seront enfin appliquées (Marchand, 2007 dans Gauzente & Guillard).

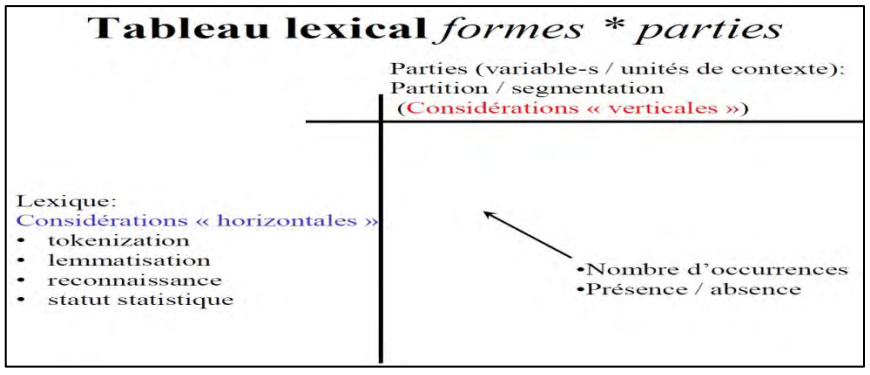

Figure 16: Tableau lexical (Marchand, 2007)

Ainsi, si la lexicométrie fournit des outils de réflexion et de vérification, ses limites se trouvent dans la sémantique que seul l'interprétant peut fournir (Gobin et Deroubaix, 2009).

Il s'agit là d'une méthodologie qui propose à la fois une approche quantitative et qualitative. En effet, l'approche est quantitative dans le sens où elle repose essentiellement sur la base d'analyses statistiques, puisqu'elle effectue une série de calculs contrastifs (fréquences de formes, quelles sont les formes les plus utilisées…). En outre, elle permet d'opposer la présence et l'absence d'éléments qui détermineront certains indicateurs qui guideront notre recherche et observeront les distances entre les formes.

En conclusion, la textométrie va permettre d'aborder un texte sous un prisme quantitatif, en comptant l'occurrence des mots, leurs proportions, leurs usages, leurs emplacements, et tout en donnant des informations, en regardant le vocabulaire utilisé et son sens, en observant la diversité et la représentation des formes utilisées, etc. (Pincemin, 2009).

De plus, la textométrie est une méthodologie qui a un aspect qualitatif, car dès lors que nous avons les données qui ont suscité les calculs, il est possible de regarder le contexte des textes, « car les mots dépendent des "situations" d'emploi, causes et conditions de leur énonciation, et l'on sait bien que celles-ci varient à l'infini, dans le temps comme dans l'espace » (Heiden et Tournier, 2001). Il va de soi qu'un texte n'a pas de sens en dehors de son contexte, et ce, qu'il soit synchronique (qui parle ? où ? à qui ? pourquoi ? comment ?) ou diachronique (l'histoire du locuteur et de son ou ses interlocuteurs, l'histoire du lieu et du moment de l'énonciation…). Tout cet ensemble de textes et de co-textes constitue la matrice dans laquelle les mots du discours inscrivent leurs mouvements (Gobin et Deroubaix, 2009).

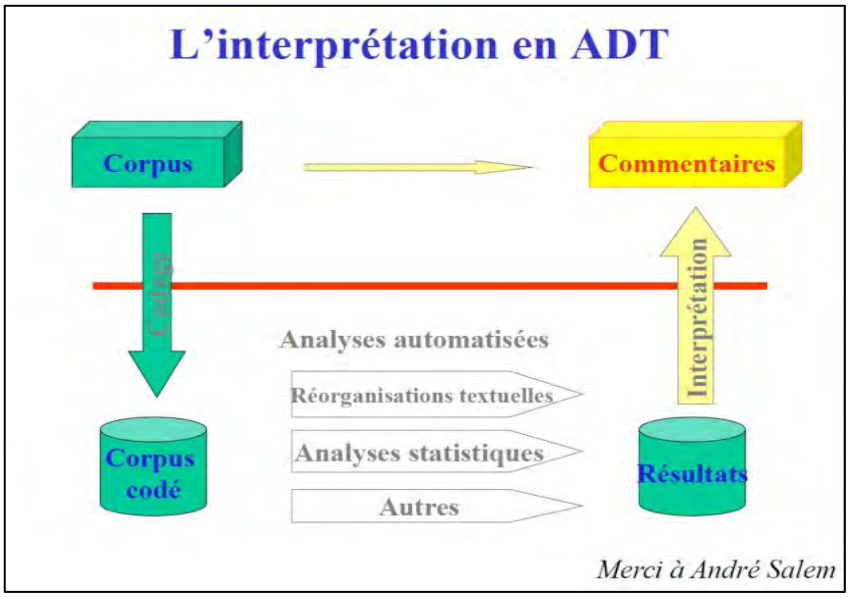

Figure 17: L'interprétation en ADT (Marchand)

En résumé, le textométrie est aussi une démarche épistémologique, qui considère le discours comme un objet qui peut être analysé, c'est-à-dire coupé en unités, et formalisé, c'est-à-dire décrit dans ses structures. Pour Ronny Scholtz (2016), la textométrie est une plus une heuristique qu'une herméneutique. Nous chercheons davantage à expliquer qu'à interpréter.

Dans le cas que nous allons étudier, la crise économique, est un objet pertinent pour l'approche lexicale, car le vocabulaire est précis et s'impose. Il y a une dimension factuelle de la crise. Les faits parlent d'eux-mêmes.

3. LA CRISE ECONOMIQUE COMME OBJET

La crise mondiale des marchés financiers qui a éclaté en septembre 2008 est l'une des plus graves crises économiques survenues ces cent dernières années (De Rosa, Bocci & Bulgarella, 2010).

Cette crise se déclenche en 2007, aux Etats-Unis, avec la crise des subprimes ou prêts hypothécaires à haut risque. La crise gagne alors les marchés financiers, avec une dégradation des banques et places boursières, puis finit par toucher l'économie réelle, avec des conséquences significatives sur la vie quotidienne : «cette situation exceptionnelle a donné lieu à des défauts de paiement, voire des situations d'insolvabilité pour certains foyers, et ceci a inévitablement pesé sur certains établissements de crédit spécialisés qui ont été confrontés à de graves difficultés financières. Des réactions en chaîne se sont alors fait sentir sur les marchés » (Resche, 2009). Le Krach de la bourse nord-américaine, la faillite de la quatrième banque de finances la plus importante des États-Unis, Lehman Brothers, le sauvetage par le gouvernement américain de plusieurs banques et entreprises, dont General Motors, icône américaine qui domina en son temps l'industrie de l'automobile, ont des effets sur l'économie américaine qui se propagent à l'Europe en 2008. Cette crise démontre alors clairement la fragilité et les défaillances de beaucoup d'institutions nationales et internationales et du système financier mondial (De Rosa et al., 2010).

La période analysée (2008-2014) est donc marquée par un contexte économique, social et politique perturbé impliquant des mesures fortes, autant en France qu'en Espagne.

3.1. QU'EST-CE QUE C'EST UNE CRISE ECONOMIQUE ?

En premier lieu, le mot crise vient étymologiquement du grec «krisis» littéralement «jugement, déchirement, choix, décision» (Ernst-Vintila et al., 2014), et signifie un changement dans une réalité instable (Luna, 2015, p. 9). Mais les crises économiques ne sont généralement pas déclenchées par des catastrophes naturelles, des attentats ou des accidents spectaculaires. Les grandes crises constituaient des pé-

riodes de rupture et de changement structurel. De manière très simple, *Le Monde Diplomatique* fait la définition suivante *une crise économique est une dégradation brutale de la situation économique et des perspectives économiques d'un pays ou d'une zone économique. Elle peut ne concerner qu'un seul secteur pendant un temps limité, ou s'étendre à l'ensemble de l'économie mondiale pendant plusieurs années ; on parlera alors de récession économique ou, plus grave, de dépression. Elle se traduit généralement – en fonction de sa temporalité – par une baisse du PIB et /ou des valeurs boursières, un accroissement du nombre de faillites d'entreprises et une augmentation du chômage, et souvent, par voie de conséquence, par des tensions sociales».*

En effet, la crise fait partie d'une constellation de relations avec d'autres objets sociaux (argent, insécurité, confiance, politique, etc.) et elle est étroitement liée aux normes et aux valeurs sociales, à la fois générales et spécifiques (Ida et al., 2010).

Ainsi, une crise ne touche pas seulement l'aspect financier, elle englobe également l'aspect psychologique qui joue un rôle important. Parfois la faillite d'une entité peut ne pas être pertinente, mais si le marché a peur et prend des décisions irrationnelles, la spirale de la confiance peut faire chuter un système, alors que dans un autre cas, il pourrait être conservable (Valpuesta, 2015, p. 65). C'est important egalment la dimension et la place de l'entreprise sur le marché financier, puisque cela peut arriver parfois, ne pas la soutenir pourrait entraîner la faillite du système financier (même la confiance en lui), cette situation on la connait sous le nom de « too big to fail » (trop grand pour faire faillite). Et c'est juste ce qui est arrivé dans les cas de plusieurs banques, dont Bankia en Espagne ou l'AIG aux États-Unis.

D'ailleurs, un type de crise qui s'est répété plusieurs fois dans notre histoire est lié au cycle du crédit. Elle se déroule à peu près de la même manière. L'histoire des cycles économiques montre que les époques d'austérité, de croissance, d'euphorie et de dépression se répètent sans que les humains arrivent à en comprendre les causes. Nous commençons seulement à nous en inquiéter lorsque la crise survient (Valpuesta, 2015, p. 65).

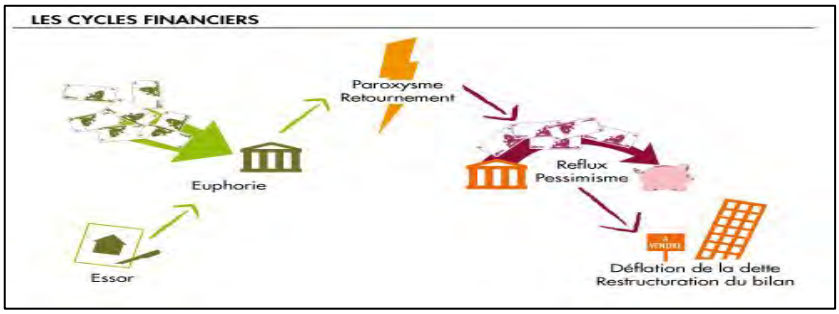

Figure 18: Le processus d'un cycle financier (source : la finance pour tous)

En premier lieu, dans cette crise liée au crédit, se trouve la phase de reprise, sous le nom de*la phase* d'euphorie, où tout se passe bien, l'économie est en croissance grâce à la consommation et l'investissement qui suit un bon rythme. Les taux d'intérêt baissent, en plus, au cours de cette étape glorieuse les banques prêtent facilement à tout le monde, sans faire vraiment attention à leur situation économique. Par conséquent, tout le monde est content, les banques touchent leurs commissions, la population peut avoir ce qu'elle veut, la consommation augmente, et le gouvernement ne doit pas traverser des situations économiques difficiles qui l'obligent à prendre des mesures drastiques et d'austérité (qui ne sont pas populaires).

Alors, durant la période d'euphorie la plupart des indicateurs économiques sont en vert, et personne ne voit la fin de cette période de prospérité. Mais malheureusement cela ne sera pas éternel, puisqu'il s'agit d'une croissance fictive et instable. « C'est-à-dire que le prix de l'action n'augmente pas parce que l'entreprise est en meilleure santé, mais juste parce qu'un excès d'optimisme alimenté par du crédit facile, pousse à un emballement spéculatif» (Bersinger 2016, p. 119).

Ensuite, la phase 2 de ce cycle démarre, c'est le moment où les prix qui avaient augmenté de manière vertigineuse commencent à baisser. Tout le monde va vouloir vendre ses maisons et actifs le plus vite possible, avant que les prix s'effondrent. Beaucoup de personnes seront ruinées sans pouvoir rembourser leurs dettes. Dès lors, les banques se retrouveront avec des personnes qui ne pourront pas rembourser leurs crédits, et sur le marché, puisqu'il y aura également une baisse de la consommation qui va tirer l'économie vers le bas.

Pendant la dernière phase du cycle de crédit, il s'accomplit une amélioration de l'activité économique, car les prix commencent à être intéressants pour les investisseurs potentiels et la finance se dynamise (Bersinger 2016, p. 121). Le désendettement se réalise beaucoup plus lentement que la chute des prix des actifs, ce qui entraîne de nombreuses faillites. Nous pourrons voir ce type de mécanisme lors de la crise de 1929 ou celle de 2008 aux Etats-Unis, en Islande, en Irlande ou en Espagne.

3.2. ECLATEMENT DE LA CRISE : LES CAUSES

Comme nous avons annoncé au début de ce chapitre, en 2007, mais plus évidement en 2008, les Etats-Unis traversent une crise financière due à la faillite de Lehman Brothers[11] (la quatrième banque d'affaires des Etats-Unis) et à la faillite et sauvetage de l'American International Group[12] (la plus grande compagnie d'assurances du monde) un jour après. « Lehman, c'est une catastrophe. Mais l'effondrement d'AIG, lui, serait un cataclysme. Si AIG tombe, on est tous morts », affirmait à Paris Match Baudouin Prot, qui a été le directeur général de la banque BNP Paribas jusqu'au 2014.

En conséquence, le mois de septembre de 2008, va être un des pires pour la finance, puisqu'il y aura des banques en difficulté qui ont besoin d'une aide financière urgente pour ne pas s'effondrer comme Lehman Brothers. Ainsi que nous pouvons constater sur le cadre suivant où on retrouve des banques de plusieurs pays, dès le 7 septembre par le sauvetage des américaines Fannie Mae et Freddie Mac, jusqu'à l'injection de 6,4 milliard d'euros le 30 septembre à la Banque Dexia (qui appartient à la France et à la Belgique). Cette adversité dans la finance se verra également reflétée sur le marché boursier, où l'index Dow Jones est tombé plus de 1000 points ce mois-ci.

11 La faillite de Lehman Brothers a eu lieu le 15 septembre 2008

12 La faillite de l'AIG fut le 16 septembre 2008. Considéré Too big to fail, la Réserve fédérale a apporté à l'assureur une aide de 85 milliards de dollars. L'Etat américain recevra en échange 79,9% de son capital.

Figure 19: Le septembre noir de la finance (source: AFP)

Malgré le fait que la crise s'est d'abord développée dans le secteur financier, elle s'est rapidement propagée à l'ensemble de l'activité économique mondiale (système bancaire et économies des ménages), et notamment en Europe (Méndez, Abad et Ochaves, 2015, p. 17; Uria, 2015, p. 81). A chaque mauvaise nouvelle ou publication des comptes d'une banque, le titre de la banque chutait sur les marchés financiers. En 2010 se sont déroulées les réunions du G-20[13], et a été créé le Conseil de Stabilité Financière qui va être un lien entre les instructions politiques du G-20 et l'authentique régulateur financier international : Le Comité de Bâle sur le contrôle bancaire[14], qui a pour objectif de renforcer la sécurité et la fiabilité du système bancaire international (Uria, 2015, p. 82). D'autant que depuis 2008 il y a eu beaucoup de banques qui se sont retrouvées avec de gros problèmes et elles ont eu besoin de l'aide publique pour pouvoir se financer et éviter la faillite.

13 Le Groupe des 20 (ou G20) est un groupe de 19 pays plus l'Union européenne dont les ministres, les chefs des banques centrales et les chefs d'États se réunissent régulièrement.

14 Cette institution a été créée en 1974 et regroupe des banques centrales et des organismes de réglementation et de surveillance bancaires des principaux pays industrialisés (France, Belgique, Canada, Italie, Japon, Luxembourg, Allemagne, Pays-Bas, Suisse, Espagne, Suède, Royaume-Uni et les États-Unis).

En effet, cette crise a mis en évidence, entre autres, le poids des lobbies financiers, l'avidité des financiers, la déconnexion entre la sphère financière et l'économie réelle, l'importance des paradis fiscaux, la faiblesse des contrepouvoirs politiques ou citoyens ou des régulations macro prudentielles. Toutefois, selon des économistes tels que Pascal Salin ou Guy Sorman, dans « *l'économie ne ment pas* », même s'il est difficile de prévoir les crises, dont la responsabilité revient aux politiques qui n'ont pas respecté les principes économiques, notamment en prêtant à bas taux d'intérêt à des catégories pauvres sans garantie (crise des subprimes). Dès lors que les interconnexions liées à la mondialisation jouent un rôle d'amortisseur des chocs et de mutualisation des risques, la crise résulte de mauvaises politiques (Hugon, 2010). D'après Torres (2010), l'origine ultime de la crise financière n'est pas que dans la finance, elle découle aussi par la puissance excessive qu'exercent les banquiers et les grands propriétaires. George (2010) considère que la récession actuelle est plus qu'une question strictement économique, elle est aussi sociale et politique (Méndez, Abad et Ochaves, 2015, p.17).

- **Quels sont les effets les plus remarquables du déclenchement de la crise ?**

Etant donné que la crise économique déclenchée en 2008 a entraîné beaucoup de conséquences, nous allons en citer les plus remarquables. Comme nous l'avons évoqué, la crise a commencé aux Etats-Unis avec les crédits hypothécaires américains risqués, connus comme « les subprimes », autrement dit, les banquiers ont octroyé des crédits immobiliers à des ménages aux revenus très modestes et peu solvables, en calculant leur capacité d'emprunt sur la valeur de la maison achetée. Tant que les prix immobiliers progressaient ce système fonctionnait. Mais lorsque l'immobilier a commencé à se replier aux Etats-Unis en 2007, l'effet pervers de cette mécanique s'est enclenché. Pendant l'été de 2007, il commence à y avoir une alerte due aux hypothèques subprimes, qui ont été vendues aux investisseurs sous la forme de titres, et qui ont pour conséquence la fermeture des fonds communs de place-

ment, par exemple, Bear Stearns[15], qui va semer la peur et le panique sur les marchés financiers.

La crise s'est ensuite diffusée à tout le système financier par le canal de la titrisation[16]. Effectivement, l'accélération de la mondialisation financière, au cours des dernières décennies, a rendu inévitable ce type de contamination, une sorte d'effet papillon, puisque des investisseurs du monde entier possédaient des dettes américaines titrisées (Delhommais, Gatinois et Michel, 2008).

Un autre effet de cette crise, a été la multiplication de sauvetages de la part des états, en raison de l'insolvabilité de nombreuses entités financières, tel que la Grèce, le Portugal ou encore l'Irlande, ont dû demander à l'Europe des aides financières du moment que leurs économies étaient effondrées. Il y a eu également des restrictions du crédit et une augmentation du déficit public, ce qui s'est traduit par la réduction de la croissance économique, jusqu'à arriver à des valeurs interannuelles négatives, à cause d'un endettement public élevé, et qui a donné lieu à la crise de la dette souveraine en Europe en 2010.

La spéculation sur la dette souveraine de certains pays se développe, du fait que les banques accordent des prêts hypothécaires (la quasi-totalité) et vendent ces contrats dans les marchés dits «secondaires».

15 La banque JPMorgan Chase acquiert la Bear Stearns par 270 millions de dollars (2$ par titre, quand l'année précédente chaque titre avait une valeur de 169$) pour éviter sa faillite, puisqu'elle avait perdu plus du 98% de sa valeur dans le marché boursière.

16 Cette technique née dans les années 1970 consistait à transformer des prêts bancaires en obligations achetées par les investisseurs du monde entier.

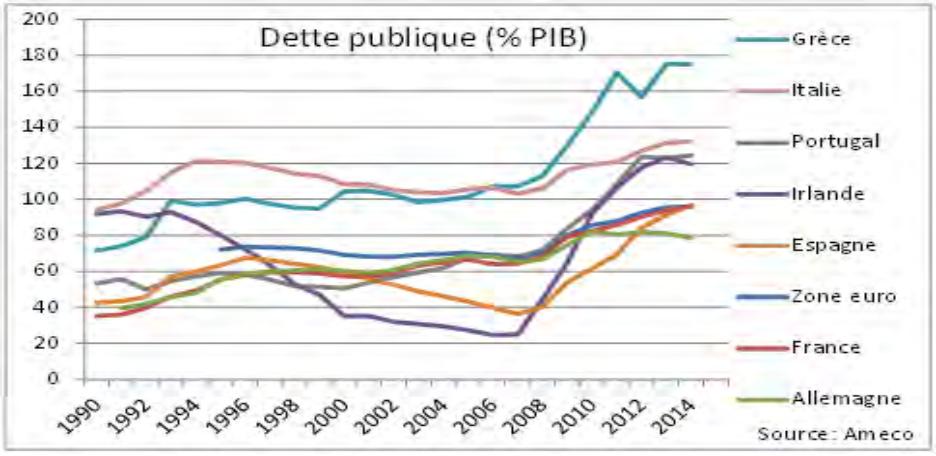

Figure 20: Evolution de la dette publique en Europe (source: Ameco)

En outre, la dégradation de la situation économique a provoqué une hausse du chômage: de nombreuses fermetures d'entreprises ont eu lieu, ainsi que l'effondrement de nombreuses entités financières, cela a été un des effets les plus drastiques aux Etats-Unis et aussi dans quelques pays de l'Europe, dont l'Italie, la Grèce ou l'Espagne.

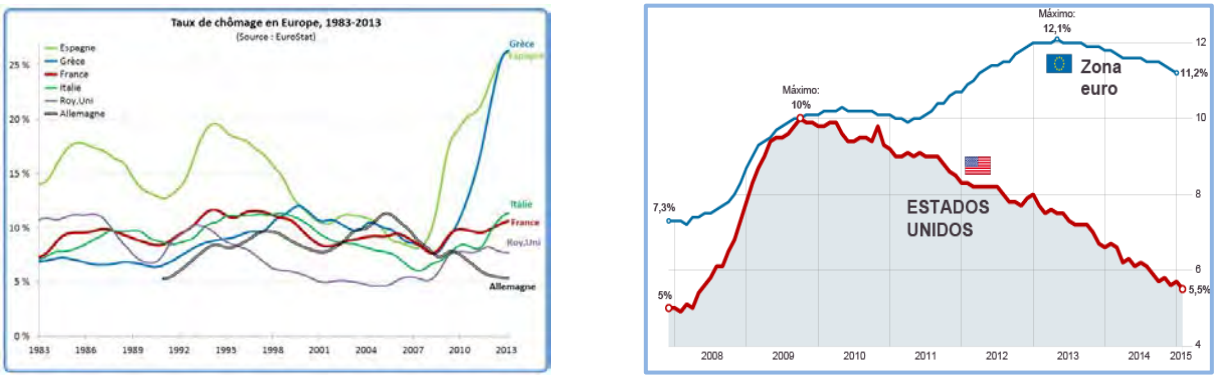

Figure 21: Taux de chômage en Europe (gauche) et taux de chômage aux Etats Unis et la zone Euro (droite)

De plus, cette dégradation sur l'économie mondiale a provoqué la détérioration des conditions sociales: il y a moins de pouvoir d'achat et plus de personnes au chômage, donc il va y avoir une dégradation dans le milieu social et cela entraînera une augmentation des inégalités.

Ce contexte de récession de 2008 va démontrer que ses origines viennent des années précédentes, où le système financier international ne marchait pas de manière adéquate. Les pays de l'OCDE (États-Unis et Europe) connaissent une faible croissance et un chômage élevé. La nervosité des marchés financiers, alimentée par des rumeurs et des comportements alternant euphorie et dépression, est un formidable témoin des comportements irrationnels et jeux spéculatifs auxquels se livrent les opérateurs du monde entier. En 2008, pour éviter une crise systémique due à un effet de contagion après la crise des subprimes et la faillite de Lehman Brothers, les gouvernements et les banques centrales des pays de l'OCDE (FED et BCE) ont transformé une grande partie de la dette privée en dette publique.

En effet, cette crise de confiance des marchés interbancaires va entraîner la faillite de certaines banques, malgré l'injection de milliards de dollars par la réserve fédérale américaine. De nombreuses banques se sont donc retrouvées dans des situations difficiles, dont la Northern Rock qui a dû être nationalisée en Grande Bretagne, sous peine de disparaître (politique.net).

- **Comment les Etats-Unis sont arrivés à cette situation ?**

En vue de ces caracteristiques, il est licite de se poser la question sur comment les Etats-Unis sont arrivés à cette situation ?

Après la bulle d'Internet dans les années 2000 aux Etats Unis, le président de la Reserve Fédérale de l'époque, Allan Greenspan, a mis en œuvre son plan pour améliorer la situation économique du pays, qui consistait à baisser les taux d'intérêt pour rendre plus accessible l'investissement des entreprises et celui des particuliers, ainsi créer un flux de consommation et d'investissement. Donc il devient très facile d'obtenir un prêt pour n'importe quoi, une nouvelle voiture, une maison… Et c'est de cette façon que la consommation décolle aux Etats- Unis. « Tout le monde est content : les entreprises américaines qui profitent de la hausse de la consommation, l'industrie financière qui prélève sa dîme sur cette consommation à crédit. Le crédit

est donc un moyen bien commode de satisfaire les désirs consumériste des oubliés de la croissance économique ». (Bersinger 2016, p. 125)

Le bien par lequel les ménages américains (surtout la classe moyenne et inferieure) vont le plus s'endetter, ce sont les maisons. Grâce (ou à cause du…) au crédit volontairement facile, les classes populaires auront l'opportunité de devenir propriétaires, et les classes moyennes acheter une maison bien plus supérieure que celle que leur permettent leurs revenus. En réalité, cela entre dans une dynamique peut-être culturelle, peut-être globalisée, de devenir propriétaire, c'est-à-dire, la satisfaction personnelle que reporte le fait d'acheter une maison au lieu de la louer, même s'ils habitent dans les mêmes circonstances, il y a une chose qui change et c'est la propriété. Mais cela n'est qu'un exemple dans une société de surconsommation, où les personnes aspirent à de plus en plus de choses, une maison, si c'est possible une seconde résidence, une voiture, une moto, etc. et qu'importe s'il faut demander un crédit pour avoir tout cela et si parfois il s'agit de choses qui ne sont pas indispensables, il faut « avoir ».

De plus, dans le secteur de la construction, les chiffres d'affaires étaient très positifs et augmentaient chaque trimestre un peu plus, ce qui a provoqué la formation d'une bulle spéculative sur l'immobilier. Nous pouvons regarder dans ces deux graphiques ci-dessous la hausse qu'ont xpérimentée les crédits hypothécaires et la vente de maisons, plus spécialement à partir de l'année 2000.

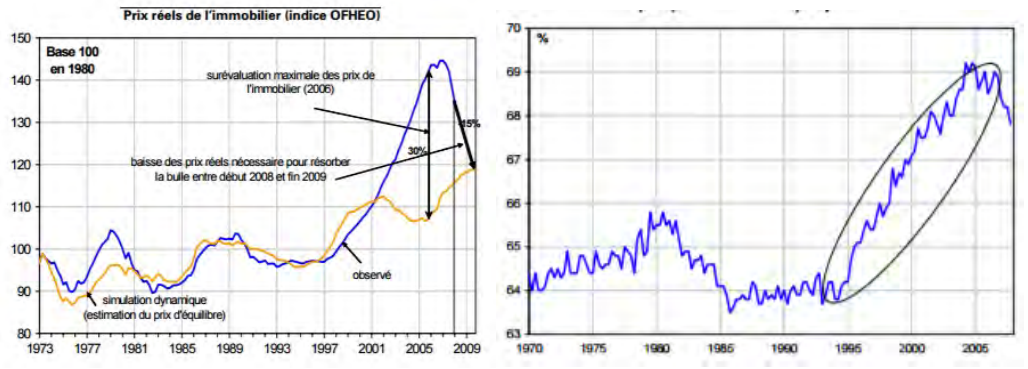

Figure 22: A droite, prix de vente de l'immobilier et à gauche, taux de propriétaires aux États-Unis (source: OFHEO, calculs DGTPE, Census)

En revanche, le fait de convertir la maison en un bien d'investissement a priori sûr, avec une réévaluation rapide et financée grâce aux prêts hypothécaires aux taux d'intérêt faibles, a attiré vers elle une proportion croissante de capitaux spéculatifs et l'épargne des ménages, augmentation de la dette privée à des limites à peine supportables (Méndez, Abad et Ochaves, 2015, p.23).

Pendant quelques années (jusqu'en 2007) il n'y avait pas de problème si le prix de l'immobilier montait et les propriétaires ne pouvaient pas payer leur dette, car elle se vendait facilement pour le même montant de son crédit (même plus). Le problème se pose quand les prix ont commencé à baisser en 2007 et que les taux d'intérêt ont augmenté. D'un côté ce n'a pas été facile de vendre des maisons, même si les prix plongeaient, et d'un autre côté il y a eu des ménages qui avaient acheté leur maison quelques années auparavant et qui ne peuvaient pas payer l'hypothèque.

Face à cette situation, certains qui ont profité pendant l'étape d'euphorie vont souffrir de terribles conséquences. Des banques auront des problèmes de liquidité car elles comptent beaucoup d'impayés, des maisons qu'elles n'arrivent pas à vendre, et en plus les titres qu'elles avaient émis avec leurs crédits vont s'effondrer, Lorsque le marché s'est effondré elle s'est effondrée avec. Ce sont donc des banques ou des fonds d'investissement des cinq continents qui subissent des pertes : un premier canal de transmission de la crise au reste du monde. En France, BNP-Paribas est obligée de fermer plusieurs de ses fonds. La Société Générale, en pleine affaire Ker-

viel[17], annonce une dépréciation de 2 milliards d'euros suite à la crise des «subprimes».

Une autre des raisons pour laquelle les Etats Unis sont arrivés à cette situation a été la titrisation et des sauvetages financiers. Comme nous avons dit plus haut, lorsqu' un prêt subprime est accordé, il va se transformer en titres créances (obligations) pour être revendu sur les marchés, en d'autres termes les banques revendent les crédits à des tiers (aux fonds d'investissements, aux Etats ou encore à d'autres banques). Ici les agences de notation vont jouer un rôle important (Moody's, Standard & Poor's et Fitch), qui sont chargées d'estimer la fiabilité du produit à être remboursé. La note maximum est AAA et plus on descend dans l'alphabet, plus faible est la capacité de remboursement, et ces agences ont vraiment la confiance des investisseurs, donc elles ont quand même un rôle important dans le marché financier. Il existe une assurance d'un type particulier appelé CDS (Credit Default Swap) qui consiste à se couvrir contre le risque de défaut de paiement d'un emprunteur (Bersinger 2016, p. 128), qui se sont trouvés débordés avec le déclenchement de cette crise.

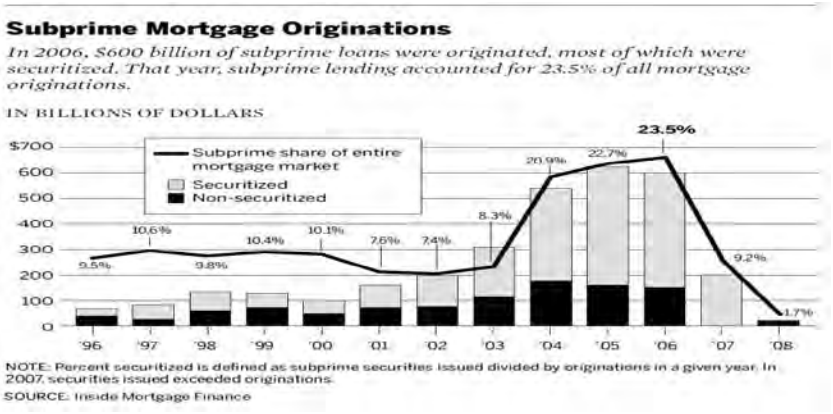

Figure 23: L'origine et l'évolution des hypothèques subprimes (Source: Inside Mortgage Finance)

17 Le 24 janvier 2008, la Société Générale annonce avoir été victime de la part d'un de ses traders, Jérôme Kerviel, 31 ans, d'une fraude portant sur des produits dérivés, qui lui a valu une perte de 4,9 milliards d'euros (Challenges).

Le problème de la titrisation est arrivé quand la bulle a explosé et la valeur de l'immobilier s'est effondrée, donc les prix des maisons se sont placés au-dessus du crédit contracté pour les acheter, ce qui a provoqué d'un côté l'impayé des emprunteurs, et de l'autre la perte des investisseurs dans les titres, puisque les crédits sur lesquels étaient créés ses titres, n'ont pas été remboursés (Diop, 2009).

La crise de 1929 avait montré qu'il n'est pas conseillé de laisser tomber le système bancaire. Par conséquent, après la faillite de Lehman Brothers, les Etats vont devoir faire face aux dettes des banques pour les soutenir, ce phénomène connu comme *too big to fail*.

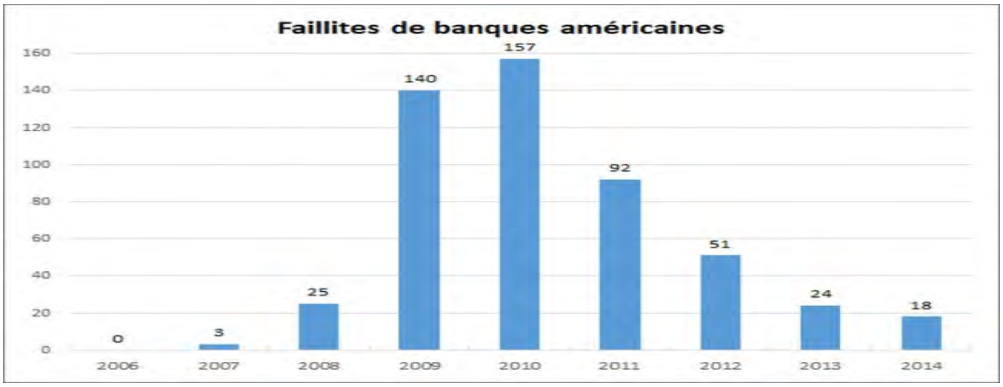

Figure 24: Faillites des banques américaines du 2006 au 2014 (source: journal du net)

La Fed a dû nationaliser de grandes entités financières pour éviter une faillite totale. Le 7 septembre 2008, Fannie Mae et Freddie Mac, deux piliers du crédit immobilier aux Etats-Unis sont sauvés grâce à un chèque de la Fed d'un montant de 200 milliards de dollars. Dix jours plus tard, c'est au tour du premier assureur américain, AIG, de se faire nationaliser à hauteur de 80%, moyennant une nouvelle injection de 85 milliards de dollars de la part du Trésor (Ruffin, 2008).

La Reserve Fédérale va injecter des milliards d'euros aux banques en difficulté pour essayer de mettre fin à cette chute bancaire et éviter une faillite généralisée. Ces mesures seront prises aussi dans le cas européen.

➢ Le déclenchement de la crise en Europe

Même si nous avons commencé à traiter la crise du côté des Etats Unis, elle n'a pas tardé à arriver en Europe. Etant donné la réalité, que nous habitons dans un monde globalisé, donc lorsqu'une crise se développe aux Etats-Unis, elle met peu de temps à se propager en Europe (vers la fin 2008 et début 2009). La croissance économique commence à baisser, les indicateurs économiques empirent et le chômage augmente.

Hugon (2011) affirme que la gravité de la crise financière est essentiellement celle de la dette publique et des banques de l'OCDE, elle a mobilisé à la fois la vulnérabilité des banques qui n'étaient pas bien provisionnées et aussi le caractère non soutenable d'une dette publique explosive.

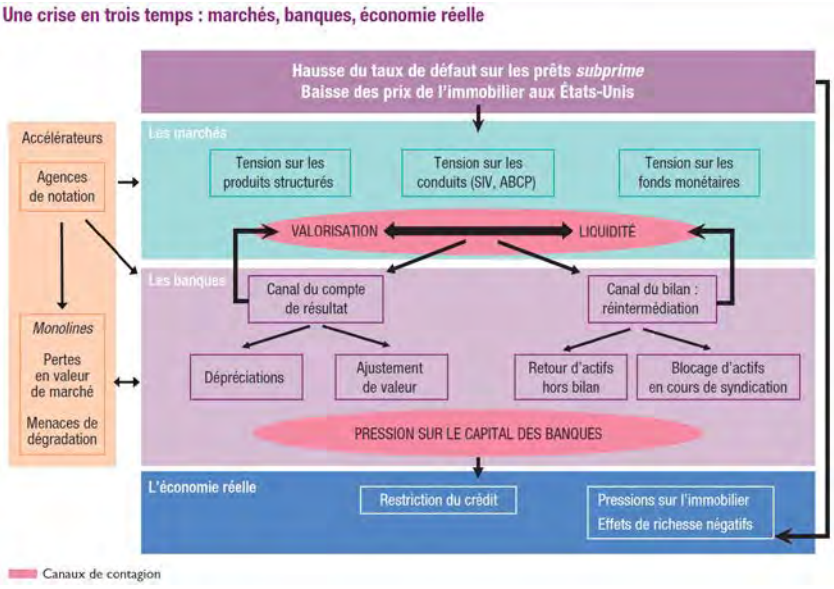

Figure 25: Crise en trois temps (Source: Banque France)

Aussi il est possible d'identifier d'autres causes structurelles de la crise en Europe, telles que l'inégalité croissante dans la répartition du revenu primaire et secondaire, la financiarisation de l'économie, et le poids croissant de la dette en tant qu'attaquant de vol pour maintenir des taux de croissance significatifs, la diversité de la production et des spécialisations commerciales en Europe et, enfin, le manque de

fonctionnalité des institutions et des politiques de l'Union monétaire pour relever les défis ci-dessus (Peralta, Luengo et Uxo, 2013).

Mais tous les pays européens ne sont pas concernés de la même manière. La crise va toucher spécialement les pays du sud, que les anglo-saxons appelleraient de manière péjorative les PIIGS (Portugal, Italie, Irlande, Grèce et Espagne), métaphoriquement ils les appellent « cochons ». La thèse fondamentale de cette explication serait que la croissance en Europe du Sud avait été basée sur un endettement excessif de tous les secteurs (ménages, entreprises productives, les institutions financières et les états) ou, en termes populaires, ils avaient vécu depuis 2000 au-dessus de leurs moyens. Les symptômes qui ont soutenu cette explication seraient les comptes publics grecs truqués, les problèmes d'épargne des caisses espagnoles, l'endettement public du Portugal et de l'Italie (Peralta, Luengo et Uxo, 2013).

Même si ces pays ne sont dans la même situation, et n'ont pas les mêmes causes de crise, la Grèce, l'Italie et le Portugal peuvent être considérés comme un premier groupe ayant des problèmes identiques : un excès d'endettement public et une perte de compétitivité, car ils ont mal utilisé tout l'argent qu'ils avaient emprunté, puisqu'ils n'ont pas réalisé les investissements indispensables en infrastructure, éducation ou nouvelles technologies. Par conséquent, quand la crise survient ils ne vont pas avoir les outils nécessaires pour y faire face.

La Grèce sera le pays plus touché par la crise. Parmi les causes, jusqu'en 2009, l'Etat grec pouvait emprunter à des taux d'intérêts très faibles ce qui va l'amener à s'endetter fortement sans faire d'investissements adéquats. En plus, lors d'un changement de gouvernement en octobre 2009, on apprend que l'ancien gouvernement (du parti de Nouvelle Démocratie) avait trafiqué les chiffres du déficit grec entre 2004 et 2009. Les investisseurs ne voulaient pas faire de prêts au Trésor grec et ceux qui le faisaient exigeaient des taux plus élevés. La Grèce sera obligée de demander des prêts d'urgence à la Troïka[18] pour éviter la faillite. L'annonce du plan de sauve-

18 Nom pour désigner l'union du Fonds monétaire international, de la Banque centrale européenne et de la Commission européenne.

tage de la Grèce[19] si difficile à mettre en place n'a pas calmé le jeu. Au contraire, on est vite passé d'une crise de la dette d'un pays à une déstabilisation de l'ensemble des marchés financiers et au retour du risque systémique que l'on avait connu en octobre 2008 après la faillite de Lehmann Brothers « Tous les signes en étaient réunis, constate l'économiste Michel Aglietta (interview à l'Expansion 10 mai 2010), la hausse des taux obligataires, la chute des indices boursiers et les difficultés de financement sur le marché interbancaire » (Hugon, 2010).

Par contre, le cas de l'Espagne et de l'Irlande est diffèrent, car ces deux pays sont entrés en crise à cause de la bulle immobilière et un excès d'endettement privé. En fait en 2008 ces deux Etats étaient moins endettés que la France ou l'Allemagne. C'est l'éclatement de la bulle immobilière et le sauvetage des banques (car les emprunteurs qui comptaient rembourser leur emprunt en revendant leur maison plus cher qu'ils ne l'avaient achetée sont ruinés, dont les banques en difficulté puisqu'elles ne sont plus remboursées), qui vont faire que ces deux Etats soient très endettés pour payer ces dettes publiques à très haut taux d'intérêts. En plus ils s'agit de deux pays qui ont parié sur le secteur de la construction donc ils se trouvent dans un déficit de compétitivité car ils n'ont pas pris en compte les autres questions telles que l'investissement en innovation (Bersinger 2016, p. 146).

A partir de l'année 2010, les institutions financières en difficulté devraient être rapidement recapitalisées par leurs états d'appartenance , alors que certains pays européens semblaient disposer de ressources suffisantes et pas d'autres, y compris l'Irlande[20] qui était le premier cas à montrer l'insuffisance des ressources publiques pour entreprendre la tâche de recapitalisation une bonne partie de leurs plus grandes entités (Torres, 2008).

Les spéculations et la spirale de la hausse des taux d'intérêt et de la dégradation des notations sur les dettes souveraines déstabilisaient le Portugal, l'Espagne et menaçaient de s'étendre à d'autres pays de la zone.

19 La Grèce a obtenu trois aides de financement de l'Europe, le premier a été au mois de mai 2010.

20 Au mois de novembre 2010, l'Union européenne a mis un plan de 85 milliards d'euros pour sauver l'Irlande.

Les banques, en particulier, ont retrouvé des profits élevés notamment en plaçant et en achetant massivement les obligations émises par les États, pour financer des déficits liés à la crise financière engendrée par leurs agissements antérieurs, et en fournissant aux *hedgefunds* les moyens de spéculer contre les États endettés, mais en spéculant elles-mêmes pour leur propre compte. La zone euro était menacée d'explosion (Hugon, 2010).

"Il y a ce sentiment de peur sur les marchés, mais aussi peut-être l'espoir sous-jacent que si un événement terrible survient, les banques centrales seront là pour stabiliser les marchés. Mais cette complaisance des marchés peut disparaître en un instant", a déclaré Anthony Limbrick, gestionnaire de portefeuilles et directeur de la recherche quantitative à 36 South.

Voici le VIX, un indice de volatilité également connu comme l'indice de la peur. Il montre des niveaux approchant ceux de la crise de la dette souveraine dans la zone euro en 2011 et la crise financière mondiale de 2015.

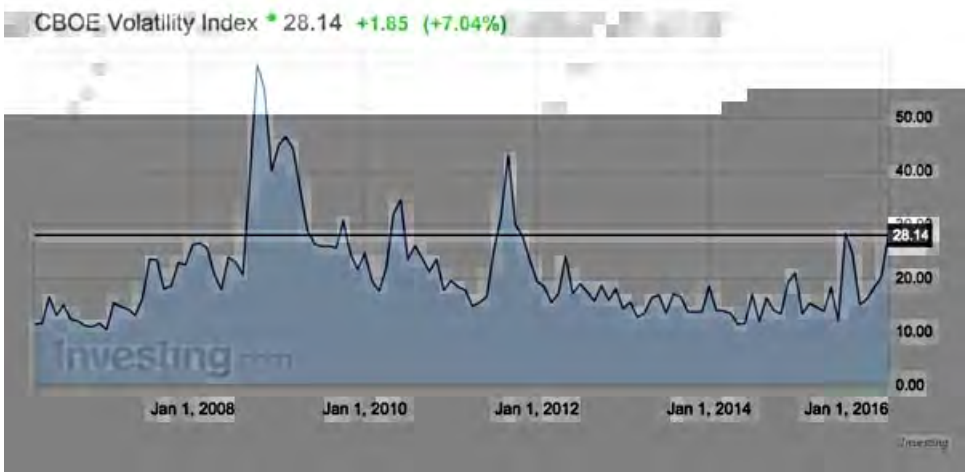

Figure 26: VIX, un indice de volatilité (source: investing.com)

"C'est un désastre économique qui s'explique, dans une certaine mesure, par la mort lente de l'économie de l'offre. Les taux négatifs ne fonctionnent pas et les banques centrales peinent de plus en plus à stimuler l'économie mondiale" déclare Limbrick au Journal du Net.

Au-delà de cela, en économie deux théories s'opposent pour expliquer les causes d'une crise : pour les néoclassiques les causes sont dues à des facteurs externes propres au système financier, donc le réajustement sera moins radical. Par contre, la théorie Keynésienne envisage que la crise est provoquée par des éléments internes au système, où les agents économiques ne fonctionnent pas comme ils devraient, et il y a également un souci au niveau de la circulation de l'information (www.lafinancepartous.com).

3.2.1. Causes : le cas français

Certainement, la nature protectionniste du système financier français par l'Etat, explique qu'il soit moins touché par la crise que les pays voisins.

Par ailleurs, ses opérations financières sont plus diversifiées, cela la rend moins vulnérable à certaines variations. Les banques françaises réalisent leurs investissements, surtout en Europe ou en Asie, au lieu de le faire aux Etats Unis (où le niveau du risque de l'investissement est plus grand) (De Rosa et al., 2010).

En revanche, l'été 2007, la banque française BNP Paribas, annonçait la suspension temporaire de trois de ses fonds (Parvest Dynamic ABS, BNP Paribas ABS Euribor et BNP Paribas ABS Eonia). Cela signifie que les clients de ces produits sont bloqués : ils ne peuvent plus vendre leurs parts (Le Monde). Il ne s'est pas assez parlé de cette situation, pour éviter de semer la panique sur les marchés financiers.

La crise économique a été annoncée en France pendant l'été 2008. À cette période, le niveau de croissance économique du pays se situe entre 2.5 et 3%, le niveau d'inflation est de 0.1% et le niveau de chômage autour de 9% de la population active. Cependant, les analystes concluent à une situation économique en récession et

à une situation boursière négative. Sur la seule année 2008, le CAC 40[21] fond de 40% (de 5550 points à 3350 points) et cela s'est prolongé jusqu'en mars 2009, avec un plus bas juste au-delà de 2500 points.

Figure 27: Indice CAC 40 (source: Euronext - Le Figaro)

Tel que nous pouvons regarder sur le graphique en bas, la dette publique commence à monter à partir de 2008, en partie due aux mesures législatives prises, qui se présentent sous la forme d'aides financières aux banques, par des approvisionnements en liquidités, et par la mise en place d'un plan de relance économique (Ida et al., 2010). L'endettement des administrations publiques françaises est passé de 64,2 % du PIB en 2007 à 92,7 % du PIB en 2013, soit une augmentation en six ans de 28,5 points de PIB (Le Masne, 2014).

21 CAC (Cotation Assistée en Continu). Il s'agit du principal indice boursier de la place de Paris. C'est un panier composé de 40 valeurs de sociétés françaises. Ces sociétés sont choisies parmi les 100 sociétés françaises dont les volumes d'échanges de titres sont les plus importants.

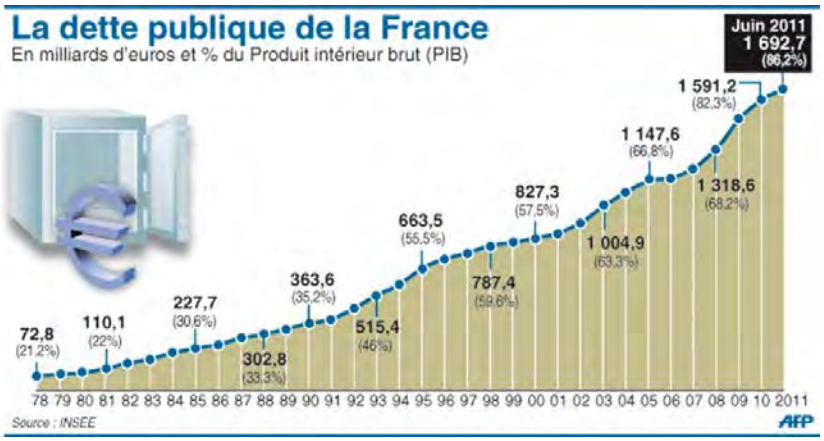

Figure 28: Evolution de la dette publique en France (source INSEE - AFP)

Mais contrairement à l'Espagne, les effets de la crise en France ont été en quelque sorte le fruit de la crise mondiale, et il y a eu moins de caractéristiques nationales comme nous verrons dans le cas espagnol.

3.2.2. Causes : Le cas espagnol

Ainsi, le cycle dans lequel s'était envolée l'économie espagnole depuis quelques années, a commencé à décliner et à montrer des effets négatifs évidents à partir de 2008 et plus notamment en 2009. Les indicateurs économiques ont dénoté un important ralentissement au troisième trimestre. Une perte de confiance des consommateurs pour les investissements a provoqué une baisse généralisée sur les ventes de tous les secteurs, bien sûr spécialement des maisons, puisque la bulle immobilière a explosé (Luna, 2015, p. 44).

Toutefois, toute analyse de la crise économique en Espagne exige de porter une attention particulière à l'immobilier, qui a vécu une croissance anormale pendant une décennie et a conduit à certains déséquilibres impossibles à soutenir à long terme. La bulle immobilière a aussi provoqué un excès d'endettement privé, qui est devenu un mal social, car beaucoup de personnes n'ont pas pu payer leur hypothèque et ont perdu leur maison (Méndez, Abad et Ochaves, 2015, p. 49), puisqu'en plus, la plupart des hypothèques ont été approuvées avec un taux d'intérêt variable, l'Euribor

en atteint 5% pour la première fois en mai 2008, cela a provoqué une hausse des mensualités à laquelle beaucoup de familles n'ont pas pu faire face.

Par conséquent, la bourse espagnole, dans une certaine mesure reliée à la construction, a été une des plus touchées par la crise financière mondiale. Parmi les principales raisons, l'IBEX 35[22] est formé principalement par des institutions financières et des entreprises de la construction, très touchées par la crise. Fin décembre 2007, ces entreprises immobilières avaient perdu environ 43% de valeur sur le marché boursier. Le 13 octobre 2008, l'Ibex 35 a eu sa plus grande chute de l'histoire, avec une chute de 39,4%. Cette situation a créé une barrière pour l'investissement étranger en Espagne (Murray, 2015, p. 126), et ce fait va provoquer qu'en 2010 l'Espagne demande à l'Europe un sauvetage financier, car elle manquait d'investisseurs internationaux.

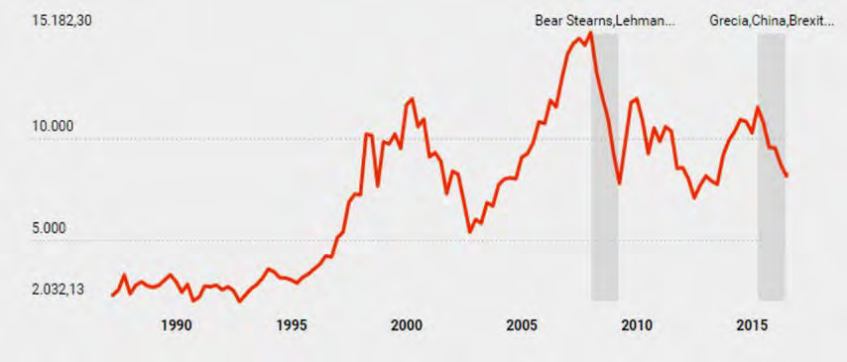

Figure 29: Evolution de l'Ibex 35 en points (source: El Español)

De telle façon que le fort endettement des ménages et des entreprises, et le défaut de compétitivité de l'économie espagnole, ont fait que la faillite ait contaminé tout le système, ce qui a donné lieu à une crise de grande ampleur et qui a touché tous les secteurs (industriel, services, agraire).

Dans ce sens, Sebastián (2015, p. 17) remarque que deux grands excès macroéconomiques ont causé la crise espagnole : *un c'est le niveau très élevé de la dette privée*, à

22 L'Ibex 35 est le principal indicateur boursier espagnol

cause de la hausse d'achats de maisons et autre le *déficit élevé de compte courant*. Cela a permis que, malgré des indicateurs macroéconomiques paraissant brillants, l'équilibre était précaire et qu'un quelconque mouvement pouvait provoquer un cataclysme.

De même, au niveau macroéconomique, il faut signaler aussi la régularisation de l'industrie. Il existait une dérégulation bancaire, c'est-à-dire que les banques sont informées de la valeur des actifs et du risque de leurs clients, donc elles se régularisent elles-mêmes.

Dans le cadre microéconomique, parmi les causes de la crise espagnole, nous pouvons remarquer: le fait que la référence des prêts hypothécaires soit l'Euribor[23] au lieu des taux à long terme (bonus et obligations). Avec le déclenchement de la crise aux Etats Unis, le taux a commencé à monter aux niveaux historiques. L'été 2008 le prix du pétrole a atteint également son plus haut niveau près de 150 $. L'inflation dans toute l'Europe augmentait aussi et la Banque centrale européenne n'a pas eu autre choix que de relever les taux d'intérêt et par conséquent l'Euribor montait, cela s'est traduit par une augmentation des mensualités des hypothèques. Par exemple, une maison qui avait été achetée avant 2005 par 300.000 euros avec une hypothèque fixée à payer à 30 ans, pourraient coûter environ 1.100 euros par mois au début, en 2008, cela a augmenté à 1.500 euros, c'est-à-dire, la famille devait payer 400 euros par mois de plus, ce qui veut dire 4.800 euros par an.

23 Le taux Euribor est établi à partir du taux d'intérêt auquel les 42 grandes banques européennes prêtent de l'argent (El País).

Figure 30: Evolution du taux d'intérêt Euribor (Source: Bloomberg - Cinco Días)

En réalité, en Espagne il y avait un excès de bancarisation, c'est-à-dire le secteur bancaire est très important dans le système économique et il a fallu le reconvertir et faire la fusion de beaucoup de caisses d'épargne (Sebastián, 2015, p. 70).

En plus Sebastián (2015, p. 26) remarque, pour caractériser les causes de la crise espagnole, la manque d'innovation, la nécessité d'une stabilité budgétaire et une réduction de la dette publique.

Effectivement, comme nous avons vu dans le début de ce chapitre, une bulle est, par définition, une augmentation d'un bien réel ou financier, qui s'explique strictement par des attentes de réévaluation. Autrement dit, le prix monte parce que les gens s'attendent à ce qu'il monte. Cette dynamique n'est pas explicite, si les gens pensent que le prix d'un bien qui sert comme moyen de l'épargne va monter le prix, ils l'achètent et si son prix monte effectivement, leur prévision se réalise et cela peut les conduire à continuer à acheter. Le problème est que l'évolution du prix de ce bien relève d'un phénomène spéculatif (Sebastián, 2015, p. 88).

Alors, spécialement à partir des années 2000, l'Espagne a vécu un boom immobilier sans précédent. La construction d'immeubles entre 1989-1990 a été de 300.000 unités par an, contre 760.000 qu'en 2006. Un fait surprenant, c'est celui qui a montré les statistiques de 2003, où le nombre d'immeubles construits en Espagne a été supérieur à l'ensemble des maisons construites pendant la même période en Allemagne, France, Italie et Royaume-Uni réunis: plus de 600.000 (Sebastián 2015, p. 93-94). *« Au point du pic [en 2007], 60% du crédit total était concentré sur la construction,*

l'achat et la vente de maisons, pour atteindre un billion d'euros (soit 100% du PIB) », a déclaré José García Montalvo, professeur d'économie à l'Université Pompeu Fabra à Barcelone au journal El País.

Comme nous pouvons constater sur la carte suivante de l'Espagne, la construction immobilière s'est concentrée en grande partie dans les espaces du littoral, avec environ 50% de maisons construites par l'Etat et dans l'entourage de la capitale madrilène (Murray, 2015, p. 76).

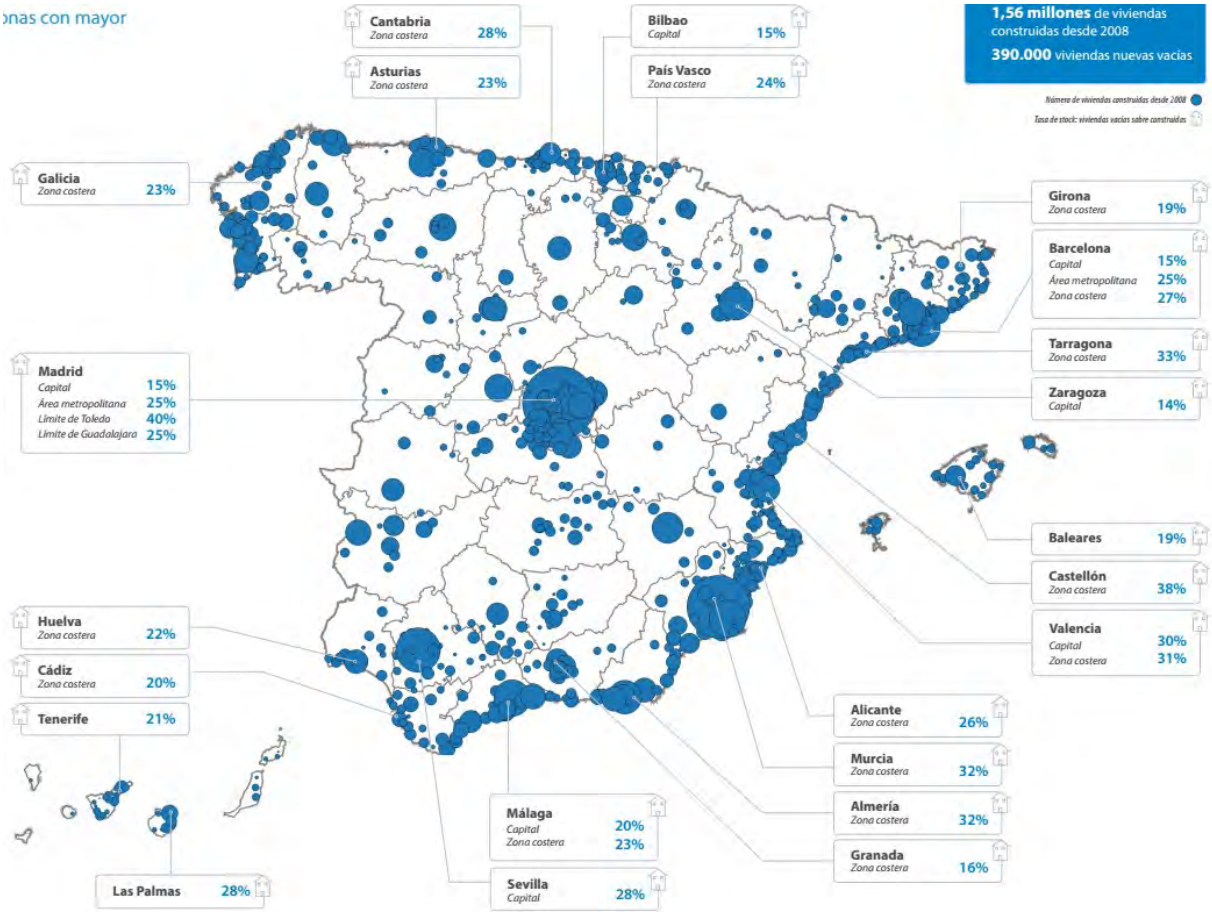

Figure 31: La nouvelle construction des immeubles en toute l'Espagne en 2008 (Source: Libre Mercado)

Par contre, s'il a été possible d'arriver jusqu'à ce point, ce n'est pas seulement parce que la demande a augmenté, mais qu'il y a d'autres facteurs à prendre en compte, tels que la classe politique, qui donné presque carte blanche pour construire

partout, par exemple avec l'approbation de la «Ley del Suelo (1998)», qui a autorisé que la plus grande partie du territoire puisse être urbanisée, sauf protection explicite, a profité à l'investissement privé, qui bénéficiait aussi de l'aide des gouvernements locaux en termes de régulation, et des banques pour le financement (Méndez, Abad et Ochaves, 2015, p.23). Il s'est produit une construction massive de maisons et en conséquence une croissance accélérée de leurs prix qui n'est pas comparable avec la France et même pas avec les Etats Unis.

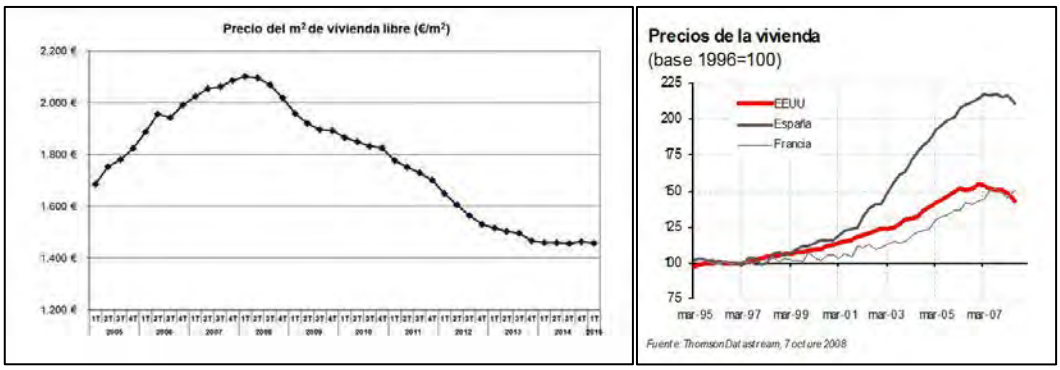

Figure 32: A gauche : Prix moyen du m2 de l'immobilier en Espagne 2006 - 2014 (Source: Ministerio de Fomento), à droite : évolution du prix moyen des maisons en France, EEUU et Espagne (source : ThomsonDat astream)

Bien évidemment, ce processus a été lié avec le secteur bancaire, qui accorde le prêt hypothécaire, les banques ont donné des crédits assez facilement. Le résultat fut qu'en 2007, 87% des résidents en Espagne accédaient à une maison sous la forme de crédit (Méndez, Abad et Ochaves, 2015, p.50). Entre 1994 et 2007 la concession d'hypothèques est passée de 508.000 à 1,76 millions, en même temps que la quantité des prêts est passée de 47.284 euros par hypothèque en 1994 à 168.677 euros par hypothèque en 2007. Par ailleurs, la durée de l'amortissement s'est allongée de manière disproportionnée: 27 ans en 2007 face aux 12 ans de 1990. Des prêts à taux d'intérêts bas mais variable, donc porteurs d'un niveau de risque élevé ont été accordés. Et comme le boom immobilier et celui des hypothèques sont intimement liés (l'un explique l'autre), le secteur financier (banques et caisses d'épargne) et le

secteur de la construction étaient aussi liés, avec des participations croisées parmi les entreprises de ces secteurs (Murray, 2015, p. 85).

Des conséquences du boom immobilier ont également bénéficié aux agences immobilières, aux banques, au secteur énergétique, aux entreprises de télécommunication, à l'industrie des meubles et des matériaux de construction, aux notaires, aux architectes, aux administrations publiques et aux mairies, en plus du secteur de la construction. Donc l'activité économique générée par le boom comprenait plusieurs secteurs d'activité (Sebastián, 2015, p. 116). Cela a provoqué qu'après l'éclatement de la bulle (vers la fin 2007), beaucoup de personnes et de secteurs se sont trouvés affectés. Cela a généré un climat de morosité, car les taux d'intérêt ont monté, avec un effet de contagion dans le secteur financier, à partir de la crise des subprimes et la hausse du prix du pétrole (Murray, 2015, p. 76) et une hausse du taux de chômage.

En plus, de fin 2007 au printemps 2008 se produit la bulle photovoltaïque, les mairies et les régions facilitant les démarches bureaucratiques pour les demandes d'installation de panneaux photovoltaïques, à travers lesquels ils voulaient obtenir des bénéfices. En conséquence 3000 mégawatts de panneaux photovoltaïques se sont installés en Espagne, soit sept fois l'objectif que le gouvernement s'était proposé avec son décret de loi pour promouvoir les énergies renouvelables (Sebastián, 2015, p.168), ce qui a donné comme résultat une source de pertes de millions d'euros aussi.

Enfin, un autre problème économique et social en Espagne: le taux élevé de chômage structurel, en plus du taux élevé de chômage cyclique. Dans les moments de boom, le taux de chômage peut être 9 points au-dessus du taux structurel et dans les moments de récession 9 points en dessous (Sebastián, 2015, p. 220).

Par ailleurs, les problèmes auxquels le secteur bancaire espagnol est confronté sont ancrés dans les déséquilibres accumulés dans la période précédente de l'expansion économique. Plus précisément, les racines se trouvent dans la combinaison des facteurs suivants, l'abondance des liquidités avaient accès à des banques espagnoles, sur les marchés internationaux dans un scénario de taux d'intérêt bas; l'accélération

de la croissance d'emprunt; un taux élevé de croissance du crédit bancaire, bien au-dessus de l'augmentation du PIB; une forte concentration du risque de l'activité liée au secteur de la construction et le développement immobilier; et une expansion accélérée de la capacité installée en termes de bureaux et de l'emploi (Maudos, 2011).

Ainsi l'insuffisance de l'épargne intérieur pour financer la forte croissance des investissements, a donné lieu à l'existence d'un besoin accru de financement sur l'économie espagnole, qui a fait tomber plus encore le déficit espagnol.

La crise immobilière a été le facteur déclencheur de la détérioration des banques, affectées par une forte exposition de crédit avec une incidence élevée et lourde des actifs problématiques (Domínguez, 2012).

3.3. MESURES POUR SORTIR DE LA CRISE

D'après Torres (2008), les solutions immédiates existent et ne sont pas difficiles, contrairement à ce que nous sommes amenés à croire. Elles sont à chaque fois plus urgentes et nécessaires: contrôler la spéculation en régulant la finance internationale, pour assurer la sécurité et la stabilité; apprivoiser les ressources en capital et la force financière au service de l'activité productive par le biais des taxes mondiales; et finalement, prévenir la logique du marché qui devient la logique sociale.

Ainsi la rapide montée de la dette publique, en raison de la baisse des recettes fiscales, a causé la récession économique, à savoir, les sauvetages des états et des entités financières.

Effectivement, ici les deux postures dont nous avons parlé précédemment se confrontent. Autant pour le Keynésianisme, il faut augmenter les dépenses publiques en période de crise pour relancer l'activité économique, de manière qu'il soit possible de relancer l'économie, de financer des investissements collectifs et de soutenir la consommation, mais tout en maintenant des taux d'intérêt bas qui favorisent le crédit et l'investissement (Hugon, 2011). C'est le sujet, alors : alors que les libéraux jugent cette stratégie inadaptée ; d'après eux, il est indispensable de rétablir la

confiance, en luttant «tout de suite et maintenant» contre la dette, quitte à faire augmenter le chômage. D'ailleurs, les conditions difficiles imposées à la population, seront un signal de la détermination de l'Etat à combattre son excès d'endettement, et renfonceront la crédibilité de sa politique, pour attirer les investisseurs, relançant ainsi l'activité économique (Bersinger 2016, p. 148).

De plus, la réunion du Conseil européen en mai 2010 a approuvé un changement radical dans la politique économique de l'Union européenne, qui représente un plan d'urgence. Cet ensemble de mesures ont été imposées avec une rigueur particulière dans les pays périphériques les plus endettés qui avaient besoin d'un plan de sauvetage complet ou partiel (Grèce, Irlande, Portugal, Espagne, Chypre) pour éviter leur faillite. Puis, à partir de ce moment-là, ces pays seront soumis à la surveillance de la troïka, qui équivalait en pratique, à fonctionner avec une souveraineté limitée (Méndez, Abad et Ochaves, 2015, p. 24). Egalement, la Troïka a obligé les pays « sauvés » à mettre en place certaines reformes structurelles sur le plan économique de leur pays, pour relancer l'économie, de telle manière que ces reformes se traduisent en politiques d'austérité assez sévères. En plus, le taux d'intérêt et les taux d'emprunt vont être très élevés, et même en 2012, elles seront encore plus élévés pour l'Espagne et l'Italie.

Dans ces conditions, et comprenant la situation critique, Mario Draghi, président de la BCE, annonce le 2 août 2012 dans son discours à Londres, qu'il est décidé à faire « *tout ce qui est nécessaire pour sauver la zone euro* ». Hurlements indignés des Allemands, grâce aux mots de Draghi, les investisseurs reprennent confiance, prêtent à nouveau aux pays en difficulté (la Grèce étant un cas un peu à part) et la situation se stabilise. En somme, la BCE mènera une politique de plus en plus expansionniste (notamment du Quantitative Easing ou QE lancé début 2015), dans le but avoué de faire baisser les taux d'intérêt (pour faciliter le financement des Etats et inciter les entreprises à emprunter pour investir) mais aussi dans le but, un peu moins défendu celui-là, de faire baisser l'euro. A son tour, Bersinger (2016, p. 148) détaille qu'une politique d'austérité consiste à augmenter les impôts et baisser les

dépenses publiques, pour équilibrer le budget de l'Etat et rembourser la dette publique.

Cependant, le problème c'est qu'il s'agit d'un cercle vicieux, les pays demandent de l'argent car ils sont trop endettés. Le fait de mettre en place une politique d'austérité pour essayer d'épargner de l'argent et de rembourser sa dette, génère dans quelque mesure un arrêt de la croissance. Puisque, si les impôts montent, il y a moins de dépenses publiques, ce qui signifie moins de postes de travail, et aussi moins de pouvoir d'achat pour la population. Cela se traduit alors par une hausse du chômage, d'une baisse de la consommation et plus de difficultés pour les ménages. En outre, les entreprises rencontrent des difficultés pour pouvoir payer leurs dettes et leurs impôts, ce qui donne comme résultat l'effondrement de l'activité économique. De même que les recettes fiscales sont proportionnelles à l'activité économique, l'Etat prélève moins d'impôts et n'arrive pas à résoudre ses problèmes d'endettement.

Par conséquent, l'austérité risquait donc d'asphyxier la croissance, de faire augmenter le chômage et donc de ne pas atteindre son but premier : rembourser la dette publique. Dans ces conditions, la Troïka a proposé un plan : augmenter les exportations. Pour arriver à ce point, il est nécessaire de créer un marché du travail flexible, baisser les salaires, ainsi ces pays en difficulté pourront gagner de la compétitivité et augmenter leurs revenus grâce aux exportations (Bersinger 2016, p. 148).

À la place des failles de la fermeture des taxes, les politiques d'austérité ont porté sur les réductions de dépenses, ce qui a entraîné le report ou l'annulation des projets d'infrastructure, ainsi que la réduction des dépenses récurrentes dans les domaines de la santé, de l'éducation, de la prestation sociale et des prestations sociales. L'emploi public a été considérablement réduit dans de nombreux pays et, en raison de la récession et de l'impact des politiques d'austérité, il y a eu une augmentation significative de la proportion de la population à risque de pauvreté. Les secteurs les plus pauvres ont été les plus touchés, mais, dans les pays touchés par la crise, de nombreux citoyens de la classe moyenne ont également été touchés (Liguori, 2011).

D'autres mesures ont été mises en place, ou sont en cours, comme l'Union Bancaire, qui vise à mieux encadrer et prévenir les crises bancaires en Europe. Le Fonds européen de stabilité financière, créé en 2010 au cœur de la crise, a pour objectif de prêter de l'argent aux pays en difficulté (Bersinger 2016, p. 148).

De plus, au début d'octobre, le gouvernement britannique a annoncé une nationalisation partielle des huit plus grandes banques du pays, en déboursant 50 milliards de livres (65 milliards d'euros), dont la banque franco-belge Dexia et la banque-assureur belgo-néerlandais ont été nationalisées, la britannique Bradford & Bingley a été partiellement reprise par l'espagnole Santander. Tandis que l'Allemagne a dû organiser pour Hypo Real Estate le plus gros plan de sauvetage de son histoire. Outre la nationalisation totale ou partielle de certaines banques, les gouvernements et les banques centrales des grandes puissances économiques, sont également intervenus directement sur les marchés financiers. Début septembre, les banques centrales américaines, européennes et japonaises ont injecté des milliards de dollars, ce qui avait alors permis une accalmie des marchés (Ruffin, 2008).

3.3.1. Les mesures pour sortir de la crise : France

En France, la période que nous nous donnons à étudier (2008-2014), coïncide avec le début d'un nouvel exécutif (Nicolas Sarkozy, président de la République ; François Fillon, premier ministre) qui est confronté à la récession de l'économie du pays, et doit prendre les mesures pour faire face à la crise de la dette, c'est-à-dire, l'augmentation des taux d'intérêt sur les marchés pour les pays les plus endettés qui a provoqué la crise de l'euro. Mais il s'agit également d'un « contexte marqué par un certain nombre de troubles politiques internes : une série de polémiques ont brouillé les valeurs traditionnelles de la droite au pouvoir, une politique sécuritaire endurcie implique le Ministère de l'Immigration, de l'Intégration, de l'Identité nationale et du Développement solidaire, des réformes sociales (notamment sur les retraites) divi-

sent l'opinion, les élections européennes s'annoncent problématiques pour la majorité…» (Marty, Marchand & Ratinaud, 2013).

- **Mesures du gouvernement de Sarkozy (UMP) 2007-2012**

Le 4 décembre 2008 le président de la République, Nicolas Sarkozy, a annoncé un plan de relance dont les mesures portent principalement sur l'accélération des investissements publics. « Notre réponse à la crise, c'est l'investissement. C'est la seule manière de préparer les emplois de demain. Car nous avons des retards d'investissements considérables depuis des décennies, car la France sacrifie depuis trop longtemps l'investissement au fonctionnement », justifie le président dans la conférence de presse où il annonçait son plan de relance (Le Point).

De sorte que, l'Etat va destiner 4 milliards supplémentaires pour le développement des réseaux des grandes entreprises publiques (ferroviaire, énergétique, postale), également d'investissements directs de l'Etat dans des secteurs « stratégiques » (dont, défense, enseignement supérieur et recherche, développement durable). Ainsi le gouvernement de Sarkozy, dans son plan de mesures a inclus le remboursement anticipé et définitif du Fonds de compensation de la TVA aux collectivités qui accepteront d'investir plus.

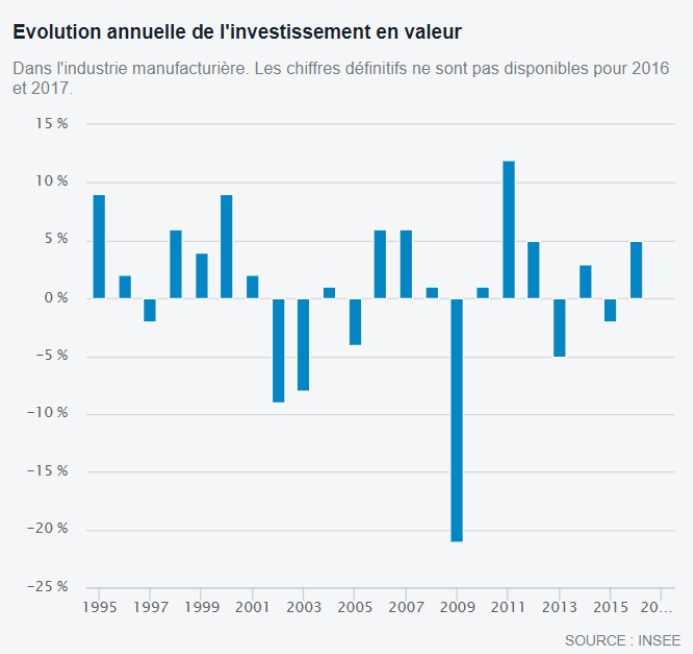

Figure 33 : Evolution annuelle de l'investissement en valeur en France (INSEE)

En matière d'emploi, il est mis en place l'exonération de charges pour les entreprises de moins de 10 salariés qui embaucheront en 2009, aussi le versement d'une prime exceptionnelle de 200 euros pour les bénéficiaires du RSA, et l'indemnisation du chômage partiel passera à 75 % du salaire brut (au lieu de 60 %) dans les branches signant des accords avec l'État (vie-publique.fr). Pour activer l'emploi il a proposé un soutien à l'embauche d'un apprenti ou d'un contrat pro, contrat d'accompagnement formation pour les jeunes.

En plus de l'aide au secteur bancaire, le gouvernement français va s'intéresser au secteur de l'automobile qui a été touché par la crise, donnant une prime de 1000 euros pour l'acheteur d'une voiture neuve peu polluante, qui remplace sa voiture de plus de 10 ans. Il est remarquable que l'activité de l'industrie de l'automobile permettre de créer beaucoup d'emplois en France, c'est pourquoi l'Etat va s'interesser à mantenir son niveau d'activité (Ruffin, 2008).

Pendant son mandat, Sarkozy va faire également une réforme des retraites. Le 10 novembre 2010 il a annoncé un recul de 60 à 62 l'âge légal du départ à la retraite, ainsi, l'âge du taux plein, auquel un salarié peut prétendre quel que soit son nombre

de trimestres de cotisations, était jusqu'ici fixé à 65 ans. Cet âge sera porté progressivement à 67 ans d'ici 2023. Et pour les femmes, les indemnités journalières perçues lors du congé maternité seront désormais prises en compte dans le calcul de la retraite (le portail de la sécurité sociale).

Après la mise en place de toutes les mesures citées dans les paragraphes précédents, le 29 janvier 2012, Nicolas Sarkozy a annoncé d'autres mesures « choc » qui cherchaient à sortir de la crise, surtout afin de combattre la hausse du chômage et d'améliorer la compétitivité des entreprises. Dans ce but, il a créé «une banque de l'industrie, qui sera filiale d'Oséo», et qui sera dotée d'un fonds spécifique d'un milliard d'euros.

«Nous sommes exactement dans la trajectoire de réduction du déficit», ajoutait Sarkozy, lors de son entretien televisé, dans lequel il a justifié la décision de mettre en place une hausse du seul taux normal de TVA de 1,6 point, qui passera de 19,6% à 21,2%. La CSG sur les revenus financiers sera relevée de deux points (AFP).

Le gouvernement a mis en place également des mesures, comme, par exemple, les dépenses de l'Etat (en valeur, hors charges financières) seront gélées et il s'engage à ramener le déficit public à 3% du PIB en 2013 contre 8% en 2010, soit une diminution de 100 milliards d'euros.

- **Mesures du gouvernement de Hollande (PS) 2012-2017**

En 2012, l'élection présidentielle entraîne un changement de gouvernement à la tête duquel se trouve Hollande (PS) avec Ayrault comme premier ministre- cependant, il sera remplacé deux ans plus tard par Valls.

Ce nouveau gouvernement devra mettre en place un plan de relance de l'économie, qui aura aussi pour objectif d'essayer de freiner les déséquilibres et la dégradation des indicateurs économiques. Il veut également réactiver le marché du travail et lutter contre le chômage.

Dans ce plan de relance, le président de la République a confirmé que 500 000 formations supplémentaires seraient assurées cette année en faveur de demandeurs

d'emploi dont les qualifications risquent de devenir obsolètes. L'Etat participera au financement de cet effort à hauteur de 1 milliard d'euros en 2016. Le président a également annoncé une augmentation des contrats de professionnalisation[24], qui devraient passer à 50 000 bénéficiaires, contre 8 000 actuellement (Le Monde).

«Toute entreprise de moins de deux cent cinquante salariés qui recrutera un salarié payé entre 1 et 1,3 smic en CDI ou en CDD de six mois et plus se verra compenser l'ensemble de ses cotisations sociales, assure le chef de l'Etat. Concrètement, cela signifie que l'Etat prendra à son compte la totalité des prélèvements sociaux, ce qui représente une somme de 2 000 euros pour assurer effectivement zéro charge. On est dans l'idée d'un état d'urgence économique et social », affirmait Hollande devant les journalistes.

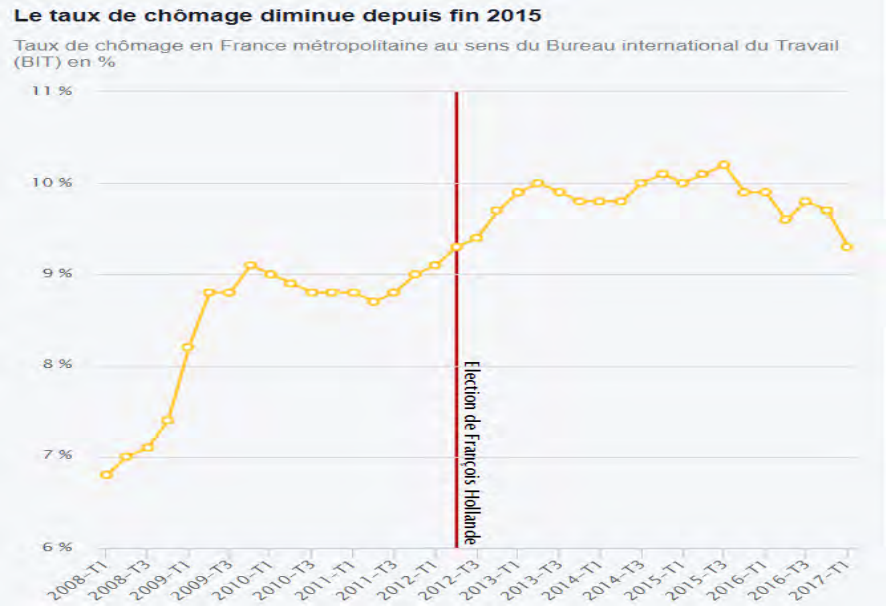

Figure 34 : Evolution du taux de chômage (Le Monde)

De ce fait, les mesures à prendre s'orientent vers une politique de l'offre (investissement), en considérant les grands travaux d'infrastructures (TGV, autoroutes,

24 Le contrat de professionnalisation est un contrat de formation en alternance, associant formation pratique en relation avec la qualification recherchée, et formation théorique dans un organisme de formation externe ou interne à votre entreprise (Le Monde).

immobilier), avec le but de générer un flux dans l'activité et gagner plus de compétitivité.

De même, le gouvernement français va mettre en place un plan d'urgence bancaire de 360 milliards d'euros à travers deux dispositifs, d'une part la création d'une société dotée de 40 milliards d'euros destinée à fournir des fonds propres (recapitalisation) aux banques qui en feront la demande, et d'autra part, une caisse de refinancement des établissements de crédit qui pourra fournir des prêts aux banques qui en feront la demande. Pour financer ces fonds, l'Etat ne fait pas appel à l'impôt mais à l'emprunt (France 24 heures).

En conséquence, le gouvernement de Hollande va mettre en place également, un plan des mesures qui s'appelait « *choc fiscal* », en augmentant des impôts, dont une hausse de TVA, qui a été augmentée en 2014, de 19,6% à 20% pour le taux normal et de 7 à 10% pour le taux intermédiaire, (le capital) et une augmentation des taxes sur les carburants, à partir du 1er janvier 2016, la taxe intérieure de consommation sur les produits énergétiques (TICPE), a eu une augmentation de 2 centimes par litre pour le gazole et d'environ 1,7 centime par litre d'essence sans plomb, hors TVA.

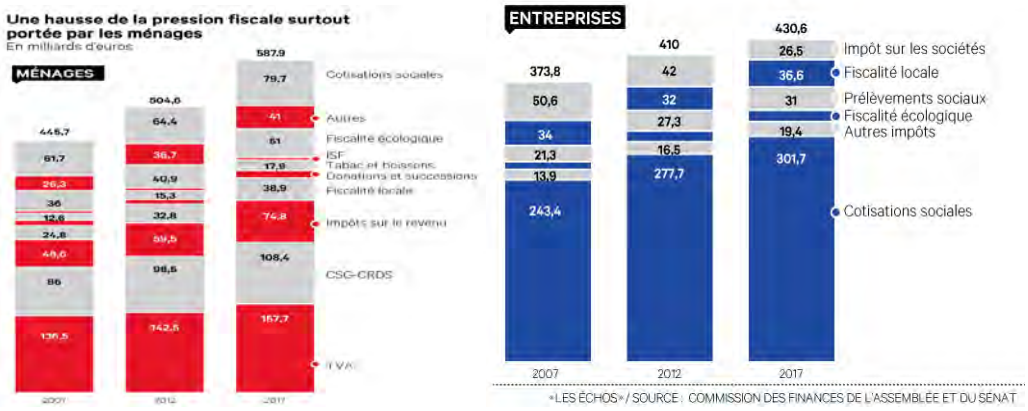

Figure 35: La hausse de pression fiscal portée par les ménages et les entreprises (source: CFAS - Les Echos)

Ainsi, pendant son mandat, Hollande, comme son prédécesseur, a mis en place de reformes sur les retraites, parmi ses pricipales modifications, l'augmentation des taux de cotisations salariales et patronales, la durée de cotisation pour une retraite à

taux plein augmentera d'un trimestre tous les 3 ans, jusqu'à 43 ans en 2035 (contre 41,5 ans avant la réforme).

Il a augmenté les impôts de 7,2 milliards d'euros et gelé 1,5 milliard de dépenses. Du côté des salaires publics il a mis en place un plafonnement par décret de la rémunération des dirigeants des entreprises publiques à 450.000 euros brut par an.

3.3.2. Les mesures pour sortir de la crise : Espagne

Face à la crise qui s'est développée en Espagne, il a fallu s'appuyer sur trois axes pour pallier la situation négative et difficile dans laquelle se trouve le pays, à savoir, la transformation et la consolidation du secteur financier, la réorganisation, la restructuration et la recapitalisation des entités et des réformes de faillite en vue de renforcer la protection juridique et les accords de refinancement (Uria, 2015, p. 81).

Parmi la restructuration du système financier, le 29 juin 2009 le gouvernement va créer le Fonds de Restructuration des Banques Espagnoles (FROB), à travers lequel vont se fusionner des banques d'épargne régionales pour aider à la consolidation du système bancaire, en réduisant tellement les nombre de banques, comme nous pouvons le constater dans l'image suivante.

Figure 36: Restructuration du système bancaire espagnol (Source: ABC)

Ce plan va donner ses résultats le 7 mai 2012 quand le gouvernement de Rajoy fait part d'une une injection monétaire à Bankia (banque résultant de l'intégration réalisée par Caja Madrid, Bancaja, Caja de Canarias, Caixa Laietana, Caja Rioja, Caja Avila et Caja Segovia) et deux jours plus tard, le gouvernement annonce sa nationalisation. Ce fait va provoquer la chute rapide du prix des actions de Bankia ce qui en plus va se propager aux autres sociétés de l'Ibex 35 et accroît la prime de risque à des niveaux exorbitants. Ceci a provoqué le sauvetage de la banque espagnole par les organismes européens qui ont injecté 100 millions d'euros dans les banques nécessiteuses (Luna, 2015, P.49).

Ainsi, il se crée une Société de Gestion des Actifs procédant de la Restructuration bancaire ou « bad bank », pour nettoyer les actifs toxiques des banques. Et ce *bad bank* va mettre sur le marché un volume élevé de maisons appartenant à des banques qui avaient une perte de valeur et une chute de leur prix final (Méndez, Abad et Ochaves, 2015, p.78).

- **La deuxième législature de Zapatero (PSOE) 2008-2011**

D'après Luna (2015, p.45), à la suite du déclenchement de la crise, le président socialiste avec sa promesse électorale du plein emploi, n'a pas accepté l'existence d'une crise en Espagne. Il a mis en place le «*Plan espagnol pour stimuler l'économie et l'emploi*», appelé *plan E*. A l'aide de ce plan, le gouvernement comptait stimuler l'économie du pays en 2008 et 2009, grâce à l'investissement de fonds publics dans les petits travaux de construction contrôlés par les mairies, avec un coût estimé d'environ 50 milliards d'euros. Cependant, la rentabilité de ce projet est hésitante, étant donné le caractère temporaire des emplois qui ont été créés. En plus, Zapatero a été grandement critiqué, à cause du détournement d'une grande partie de cet investissement pour la mise en œuvre des tâches de diffusion et de propagande du régime et par une politique de publicité excessive par la taille des affiches.

Ensuite, un mois après les élections de mars 2008, le ministre de l'Economie Pedro Solbes a annoncé un plan de onze mesures anti-crise, dont six faisaient référence à la crise immobilière, parmi lesquelles des aides fiscales pour la réhabilitation des bâtiments, la réactivation des travaux publics, un investissement de 3 milliardsd'euros à l'ICO (Institut de Crédit Officiel) pour la promotion du logement public. Conséquemment l'ensemble de ce plan a été budgétisé pour un total de 24,200 millions d'euros (Pérez, 2008).

En effet, c'est au début de l'été 2008 qu'il y a lieu une montée constante du prix du pétrole, et d'autre part, l'éclatement de la bulle immobilière en Espagne est évident. De ce fait, le ministre de l'industrie va annoncer de nouvelles mesures pour remédier à cette situation, avec la mise en place du «*Plan Renove*» en donnant des aides pour l'achat d'une nouvelle voiture, et promouvoir l'achat de voitures hybrides et électriques (Murray, 2015, P. 129).

Dans cette ligne de mesures anti-crise, en août 2008, Zapatero va communiquer des nouvelles mesures pour libéraliser l'économie, telles que la suppression d'obstacles aux PME, la rationalisation des déclarations d'impact environnemental pour éliminer les obstacles à l'essor continu de la construction; et en particulier les

travaux publics à déployer sur toute la géographie espagnole en tant que mécanismes anticycliques, etc. (Garea et Bolanos, 2008 dans Murray, 2015, p. 129).

En plus, depuis 2010 l'Espagne a subi la crise de la dette souveraine, car le pays est très endetté et à chaque fois il doit payer un intérêt plus élevé pour son crédit. La prime de risque (écart entre les intérêts payés par l'Espagne par rapport à l'argent emprunté à l'Allemagne, l'économie de référence pour notre pays) a été totalement revue car les investisseurs étrangers n'ont pas confiance en ce pays.

Mais finalement, vu que la situation de l'économie espagnole n'arrêtait pas de se dégrader, en mai 2010 Zapatero va annoncer son plan d'ajustement, qui comprenait une réduction de 5% du salaire des autres travailleurs du secteur public, une réduction de 15% des rémunérations des membres du gouvernement, les pensions de retraite de 2011 sont gelées, la suppression du chèque bébé de 2500 euros pour la naissance de chaque bébé, la standardisation des médicaments dans des récipients à dose unique fractionnés et la résolution du droit des aides de dépendance dans un délai ne dépassant pas six mois, ainsi que l'élimination de la rétroactivité.

Quelques mois plus tard, le gouvernement socialiste approuve une nouvelle réforme du travail et modifie l'âge de la retraite (de 65 à 67 ans). En août 2011 le gouvernement socialiste fait un pacte avec l'opposition (PP) pour réaliser une réforme de l'article 135 de la Constitution espagnole, afin de convenir d'un plafond de déficit du style allemand encore une fois sous la fiscalité européenne et sans entendre l'opinion citoyenne (Luna, 2015, p. 47). Le 20 novembre 2011 Zapatero annonce des élections anticipées, et à ce moment-là ce sera au tour de Rajoy de se jeter dans l'arène pour sortir de cette crise.

- **La première législature de Rajoy (PP) 2011-2015**

Par conséquent, le 21 décembre 2011, le gouvernement du parti populaire tient la barre du pays. Parmi les premières mesures lancées par Mariano Rajoy, on remarque l'approbation d'une nouvelle réforme du travail plus stricte que la précédente (dans le sens où les droits des travailleurs sont concernés), réduction des dé-

penses du secteur public (spécialement dans les secteurs de la santé et l'éducation), baisse des entreprises publiques, et une augmentation considérable de la valeur ajoutée (TVA), tout ce qu'il avait critiqué pendant les années d'opposition (Luna, 2015, P. 48).

De même, la première année du président Mariano Rajoy se referme avec un solde de 29 décrets-lois, 17 lois organiques et 8 lois ordinaires.

Les changements les plus importants dans ces politiques en termes de réductions et d'impacts sur les groupes vulnérables, afin de répondre aux directives d'austérité européennes et la maîtrise des coûts sont les suivants (Mateos & Penadés, 2013): la réforme du marché du travail, ce qui facilite le licenciement, la hausse de la valeur ajoutée (TVA) de 18% à 21%, et le taux réduit de 8% à 10%. Cette mesure augmente également la valeur de certains services produits, le transport, la suppression de la prime de Noël pour les fonctionnaires et le personnel politique, le retrait de la carte de santé aux immigrants illégaux, la réduction des investissements dans les infrastructures, nationalisation des dépenses publiques dans l'éducation (plus petit budget pour les bourses, la recherche, etc.). Cette mesure touche tous les domaines de l'éducation et incorpore la flexibilité dans le nombre d'élèves par classe, l'augmentation du nombre d'heures des enseignants, la rationalisation dans l'éventail des qualifications, entre autres, la réforme sur le financement des partis politiques, ce qui réduit le montant versé des fonds à 20% et la rationalisation du gouvernement local : baisse du nombre de conseillers, la suppression des petites collectivités locales, l'élimination des associations avec peu de durabilité, un projet de loi pour la rationalisation et la durabilité de l'administration locale.

3.4. LES CONSEQUENCES DE LA CRISE

Les conséquences de cette crise en sont arrivées au niveau de remettre en question même la continuité de l'euro et de l'Union Européenne (Guzmán et Quiroga, 2013).

La population est la plus affectée puisque c'est elle qui doit faire face aux conséquences des marchés et à la faiblesse économique que traverse son pays.

Les Etats doivent réduire les dépenses pour payer les dettes, même si au début de la crise ils étaient les acteurs économiques les moins endettés, ils ont dû assumer un niveau élevé des dettes en essayant de redresser la situation économique du pays (Peralta, Luengo et Uxo, 2013).

Ainsi, il semble que pendant les dernières décennies l'économie a été synonyme de consommation, tandis que la crise économique provoque un changement social en ce qui concerne l'économie mettant en lumière la pratique de l'épargne. (Ida et al., 2010)

3.4.1. Les Conséquences de la crise : France

L'impact de la crise s'est diffusé en France au travers de plusieurs canaux, tel que le renchérissement du crédit, malgré les efforts des banques centrales pour apaiser les tensions sur le marché monétaire, les taux d'intérêt ont monté. La chute des marchés boursiers et de l'immobilier ont provoqué une destruction de richesses qui là encore pèse sur le comportement des ménages et des entreprises (Delhommais, GatinoiS et Michel, 2008).

La dégradation de la situation économique s'est vue aussi dans des conditions de vie qui ont baissé leur qualité, en plus il y a eu lieu une multiplication du nombre de sans domicile fixe (SDF).

- **Conséquences économiques**

  - La hausse de chômage

A cause de la crise, le taux de chômage a augmenté, "la crise financière a des conséquences, elle en a déjà sur la croissance et en aura forcément dans les mois qui viennent sur l'emploi, c'est directement lié", a confirmé Luc Chatel, porte-parole du gouvernement, le 30 septembre 2008 (Tricornot, 2008).

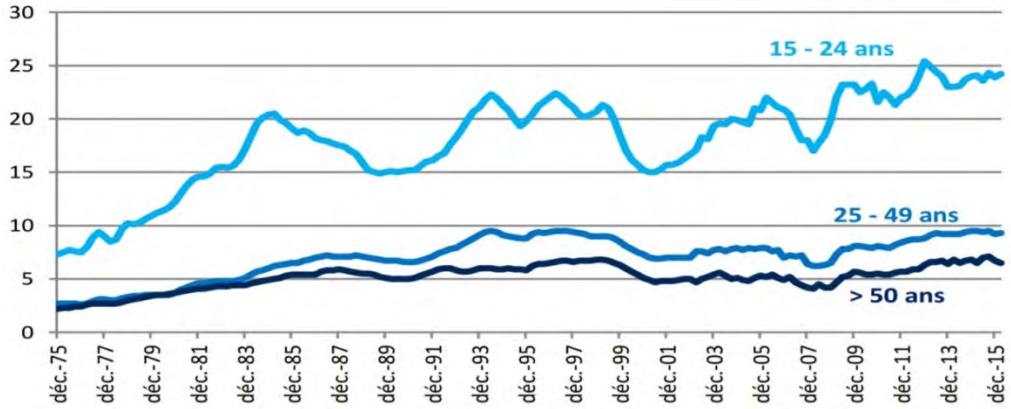

Figure 37: Evolution de taux de chômage (Source INSEE)

En plus il y a une progression du chômage notamment de longue durée. En 2013, 1,1 million de personnes étaient à la recherche d'un emploi depuis au moins un an. Ce sont 400 000 de plus qu'en 2008 (+56%). Pire encore, sur ces chômeurs de longue durée, 600 000 sont dans l'impasse depuis plus de deux ans (sud-ouest, 2014).

- Le déclin de la consommation

Le fait que le prix du pétrole et matières premières monte va avoir un impact sur la consommation, puisqu'il y a parallèlemen une augmentation sur les prix (a noter aussi la hausse du prix du pétrole), donc le pouvoir d'achat va descendre et la consommation aussi.

➢ **Conséquences sociales**

"En France, les personnes les plus touchées par la crise sont généralement celles qui étaient a priori les plus exposées aux difficultés sur le marché du travail", les ouvriers, employés, jeunes, personnes sans diplôme, parents isolés, habitants de zones urbaines sensibles, les licenciés économiques et immigrés sont ceux qui paient le plus lourd tribut (sud-ouest, 2014).

A la fin 2012, il y avait plus de 2 millions de personnes allocataires des minima sociaux dits d'insertion (RSA, ASS), note l'Insee. Soit une hausse de 25% entre 2008

et 2012. "*La crise économique a entraîné une affluence, massive en 2009, dans tous les dispositifs, et du fait d'un marché de l'emploi dégradé, en complique les sorties*" (sud-ouest, 2014). Il y a plus d'inégalités sociales.

3.4.2. Les Conséquences de la crise: Espagne

La crise qui a commencé en 2008 a gouverné aussi les vies des Espagnols si bien qu'elle les a transformées complètement. La crise économique en Espagne depuis 2008 a entraîné en 2012 un contexte de crise sociale et même politique (Luna, 2015, p .9).

Selon Mateos et Penadés (2013), les politiques publiques que le gouvernement de Mariano Rajoy a conçues, dans sa première année de mandat et sous tutelle européenne, ont été dominées par l'austérité et les coupes budgétaires. Ces politiques ont conduit à une augmentation du chômage, les manifestations des citoyens et à la critique de l'action politique qui a fait tomber le bipartisme, et a provoqué même l'abdication d'un roi d'Espagne. Ces critiques représentent une prise de distance des citoyens vers les principaux partis politiques et remettent en question le fonctionnement du modèle décentralisé de l'organisation de l'Etat dans les communautés autonomes.

Nous savons que la profondeur et l'intensité d'un processus qui interrompt brusquement le chemin de la croissance suivie depuis plus d'une décennie vont être brutales, par exemple le chômage se multiplie rapidement, l'activité immobilière se paralyse, on réalise le au sauvetage de nombreuses banques et le frein de la consommation même a changé les habitudes de consommation et de la façon d'économiser. Aussi l'effet de récession subséquente résulte de l'imposition de mesures d'austérité budgétaire et de réformes néolibérales successives structurelles qui ont affaibli l'action de l'État en matière de protection sociale, comme la précarité de l'emploi et ont facilité la polarisation d'une société face à des inégalités croissantes (Méndez, Abad et Ochaves, 2015, p. 33).

Pettit (2008) met en évidence certains problèmes de l'économie espagnole, qui ont augmenté avec la crise la précarité du marché du travail, la difficulté des jeunes à accéder au logement et le manque d'investissement dans l'Innovation et Développement mis en évidence en montrant que le modèle de croissance économique espagnole était basée principalement sur la construction et le tourisme.

- **Conséquences sociales**

En conséquence, la crise a changé la manière sociale d'être en contact, vivre et profiter du temps libre. Si avant la crise la manière la plus fréquente de s'amuser consistait à consommer, dans l'actualité on s'est tourné vers les économies. Face à ce phénomène ont resurgi des passions comme la couture ou la cuisine, c'est-à-dire, le consumérisme et le succès économique ont été relégués par d'autres nouvelles approches davantage centrées sur l'épanouissement personnel. La relation entre les familles a changé également. Les personnes âgées sont devenues un pilier essentiel dans de nombreux cas, familles qui ne disposent pas actuellement d'autres ressources financières que leurs pensions. Le retour à la nourriture traditionnelle est devenu une priorité pour aider à faire des économies (Luna, 2015, p. 15).

Autre aspect de la crise sociale qui accompagne la crise économique, est le nombre croissant de familles expulsées de leurs maisons faute de pouvoir payer son hypothèque, cette question a été un sujet de manifestation sociale aussi. L'année 2012 a été l'année avec le plus grand nombre de manifestations sociales depuis 2003 (environ de 112 par jour) (Mateos & Penadés, 2013).

Les riches sont plus riches chaque fois et les pauvres plus pauvres, mettant en danger clairement le concept de classe moyenne en Espagne (Luna, 2015, p.10).

- **Conséquences politiques**

En effet, il y a une perte de confiance politique, et il y aura des manifestations sociales, des citoyens qui affirment qui ne sentent pas représentés par la classe politique, invoquant que le gouvernement n'a pas été capable de résoudre la crise, et les

problèmes généraux de la société espagnole qui se sont prolongés dans le temps à cause de la corruption (Luna, 2015, p.10). Dans le graphique suivant nous pouvons constater comment a augmenté la valorisation mauvaise et négative par rapport à la gestion du gouvernement.

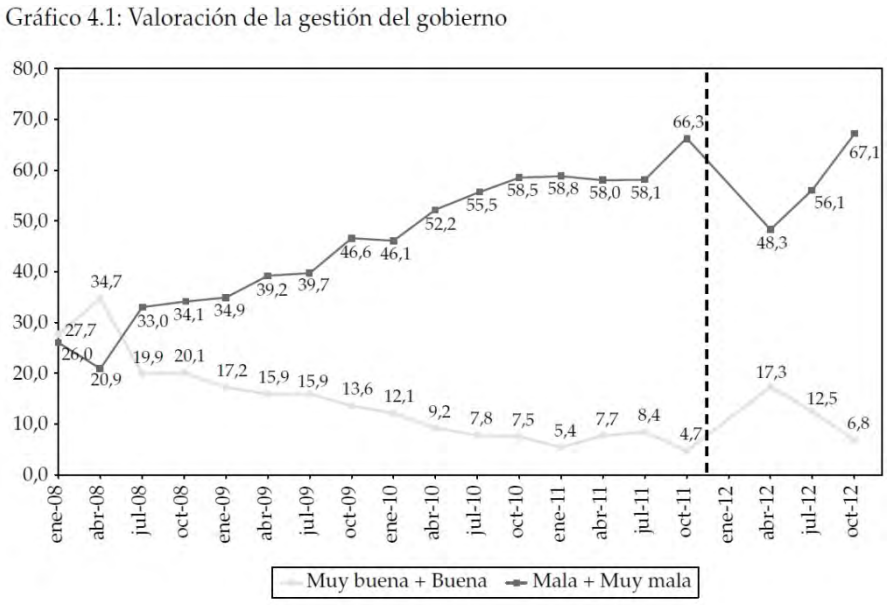

Figure 38: Evaluation citoyenne de la gestion politique du gouvernement (Source: CIS)

En revanche, la crise économique n'a pas seulement plongé les Espagnols dans un pessimisme autour de la reprise économique, mais a également obtenu une augmentation des niveaux d'insatisfaction à l'égard des politiciens et des représentants (au point de les identifier comme le troisième problème le plus grand dans le pays), ainsi que la perte de confiance dans les institutions politiques et la crédibilité de leurs actions. Le rapport sur la démocratie en Espagne 2012 met en évidence que les principaux points noirs de la démocratie espagnole sont les suivants: la distorsion dans la représentation politique découlant de la crise économique, l'incapacité des institutions démocratiques dans leur lutte contre la corruption politique, l'image des partis et des acteurs de la représentation politique. Ces points noirs coïncident avec l'identification, de la part des Espagnols, des quatre problèmes principaux en Espagne, et qui connaissent une augmentation extraordinaire en 2012: Le chômage, les

problèmes économiques, politiques, et la corruption et la fraude (Mateos & Penadés, 2013).

Tabla 4.2: Confianza en el Presidente del Gobierno

	Mucha	Bastante	Poca	Ninguna	NS	NC	Total
Ene. 12	8,8	27,4	32,1	27,2	3,3	1,2	100
Abr. 12	5,6	20,6	31,7	39,9	1,4	0,7	100
Jul. 12	3,0	16,9	30,1	47,8	1,4	0,8	100
Oct. 12	2,7	11,2	28,6	55,9	1,1	0,5	100

Figure 39: Confiance du président de gouvernement Rajoy (source: CIS)

- La corruption politique

Il y a eu un tel degré de corruption qu'en 2015 on denombre 150 cas de corruption ouverts pour lesquels environ 2000 personnes ont été condamnées (Luna, 2015, p. 23).

Le boom immobilier et le virus de la corruption politique concernaient presque tous les partis politiques (Murray, 2015, p. 112), aussi bien à droite (PP), avec les affaires Gürtel, Bárcenas, qu'à gauche (PSOE) avec le cas des ERE en Andalousie[25]. Il n'est pas surprenant que deux de plus grandes opérations de corruption aient été découvertes sur la côte de Malaga, dans lesquelles il y a de forts liens au sein du secteur immobilier (politiques et entrepreneurs). Dont l'affaire Malaya (mars 2006) il s'agit de corruption urbaine dans la ville de Marbella (Murray, p. 92).

Il existe même une affaire qui touche la famille royale, Iñaki Urdangarin (beau-frère du roi Felipe VI), accusé de corruption, de détournement de fonds, de falsification, de fraude, et de deux infractions fiscales dans le cas Noos. Les conséquences graves sont arrivées au moins pour la Maison Royale. Compte tenu de la déconsidération découlant de l'imputation d'Iñaki Urdangarin, l'image de la Couronne s'est

25 « ERE : Procédure de Licenciement Economique ». Entre 2001 et 2010 le gouvernement régional d'Andalucía (présidé par le PSOE) a approuvé de fausses préretraites dans le contexte des ERES, l'administration a comptabilisé jusqu'à 235 bénéficiaires considérées comme suspectes. Ainsi que des aides frauduleuses àcertaines entreprises, au total 887 subventions ont été octroyées de manière irrégulière (ces aides ont été gérés par le directeur général d'emploi de cette région).

effondrée et le Roi Juan Carlos I a été forcé après 39 ans sur le trône, à abdiquer le 2 Juin 2014 au profit de son fils, le roi actuel Felipe VI, dans le discours Don Juan Carlos a dit; "Une nouvelle génération revendique le rôle de premier plan pour faire face aux défis avec une intensité renouvelée» en soulignant le besoin important d'un changement de cycle (Luna, 2015, p. 23-39).

- L'apparition de nouveaux partis politiques

La crise a remis en question le bipartisme espagnol. De plus un nouveau parti s'est rapidement formé, il s'agit du parti Podemos dirigé par un professeur de sciences politiques à l'université, Pablo Iglesias. Ce parti a obtenu pour ses premières élections 7,97% des votes et cinq sièges au Parlement européen (Luna, 2015 p. 30). Un autre parti plus conservateur a également été créé, le parti Ciudadanos.

- L'indépendastisme catalan

Entre autres, 2012 a été l'année de la montée de l'indépendantisme catalan. Pour la première fois une enquête a montré que 57% des Catalans voteraient en faveur de l'indépendance si un hypothétique référendum sur ce sujet venait à se célébrer (Mateos & Penadés, 2013).

Dans le contexte d'une crise internationale qui a commencé à affecter gravement et en particulier l'Espagne, le débat public semblait presque entièrement tourné sur les problèmes de l'économie espagnole. Toutefois, trois questions territoriales sont restées dans l'agenda politique et médiatique plus ou moins pendant le second mandat de Zapatero. Elles ont influencé le modèle de réforme de la discussion publique et des relations intergouvernementales de financement régional pour certaines dispositions des nouveaux statuts, en particulier celui de la Catalogne. En effet, les possibles conséquences juridiques et politiques de l'arrêt sur le statut de la Catalogne pour lequel, après quatre ans d'un vaste et controversé débat, le Tribunal Constitutionnel (TC) a émis en juillet 2010 une sentence négative (Pastor, 2012).

La crise et le refus du nouveau statut peuvent expliquer, entre autres, l'ascension de l'indépendantisme en Catalogne ces dernières années.

De plus, du fait de l'environnement social très tendu par le discours nationaliste économique, qui a longtemps dénoncé le déficit budgétaire de la Catalogne en Espagne, du manque d'investissement de l'Etat sur le territoire et les infrastructures, du caractère inégal des soldes budgétaires et économique, et du slogan «Espanya ens roba» ("L'Espagne nous vole") , il est indéniable que le projet d'indépendance suscite l'enthousiasme et l'espoir dans une société en crise économique, politique et sociale. En outre, l'Espagne est confrontée à des problèmes, elle connaît des moments difficiles dans le domaine des droits sociaux et civils, et par un niveau élevé de corruption (Clua i Fainé, 2014).

Selon Pettit (2008), l'unité de l'Espagne ne dépend pas seulement d'une force centralisée, Madrid, mais également et en particulier de Bruxelles. L'Espagne est reconnue comme une entité nationale et internationale. Pettit rappelle l'incapacité à obtenir l'indépendance dans le cadre de l'Union européenne, étant donné que tous les pays membres ont le droit de veto sur l'inclusion d'un nouveau pays. Ainsi, si le Pays basque et la Catalogne étaient indépendants, l'Espagne et sûrement d'autres pays opposeraient son veto à leur entrée dans l'Union européenne.

- **Conséquences économiques**

Les croissantes restrictions budgétaires générées par les effets de la crise financière, ont engendrées une crise de la dette souveraine et ont restreint les gouvernements régionaux. Cela a fortement nui à la capacité de coordination du système pour répondre à la fois aux exigences internationales de consolidations fiscales et aux demandes de ses citoyens en temps de chômage, mais également aux impératifs électoraux régionaux, locaux et nationaux, et a renforcé une divergence entre les régions (Luna, 2015, p. 14).

Plusieurs auteurs ont récemment montré que la combinaison de la crise financière de 2008 et le système de financement ont appauvri les régions espagnoles. En

conséquence, le gouvernement central s'est tourné vers une politique territoriale en imposant de nouveaux instruments fiscaux pour faire face à la dette publique régionale.

De nombreux auteurs ont montré que la crise de 2008 a eu un effet dévastateur sur les finances des autonomies espagnoles. L'irresponsabilité fiscale induite par le système de financement et de la bulle immobilière a généré de niveaux élevés de déficit et de dette publique.

- La hausse du taux de chômage

Dans la mesure où le travail est une fonction essentielle dans la société, il identifie un ensemble de tâches nécessaires à la production de toutes sortes de biens et de services, et participe à la reproduction de la vie individuelle et collective (Méndez, Abad et Ochaves, 2015, p.110).

Le déclenchement de la crise économique a eu comme conséquence une destruction intense d'emplois. Tout d'abord la perte d'emploi s'est concentrée sur les secteurs les plus sensibles (les constructions et industries auxiliaires, le commerce de gros et de détail) et s'est ensuite propagée à presque toutes les activités. De plus, les successives réformes du travail ont conduit à une précarité de l'emploi, des réductions de salaire et une détérioration de la qualité de l'emploi.

Comme ce fut le cas lors des crises précédentes, le marché du travail espagnol a fortement été impacté par cette situation. Entre le quatrième trimestre de 2007 et 2013, plus de trois millions et demi d'emplois ont été détruits, ce qui représente quatre sur dix d'emplois perdus dans l'Union européenne (Méndez, Abad et Ochaves, 2015, p. 112). Le nombre de chômeurs a atteint 6,2 millions au premier trimestre de 2013, selon l'Enquête sur la population active (EPA), et que 27,16% des Espagnols en âge de travailler ne pouvaient pas par manque d'opportunités. Plus d'un quart de la population est accablée et frustrée (Luna, 2015, p. 10).

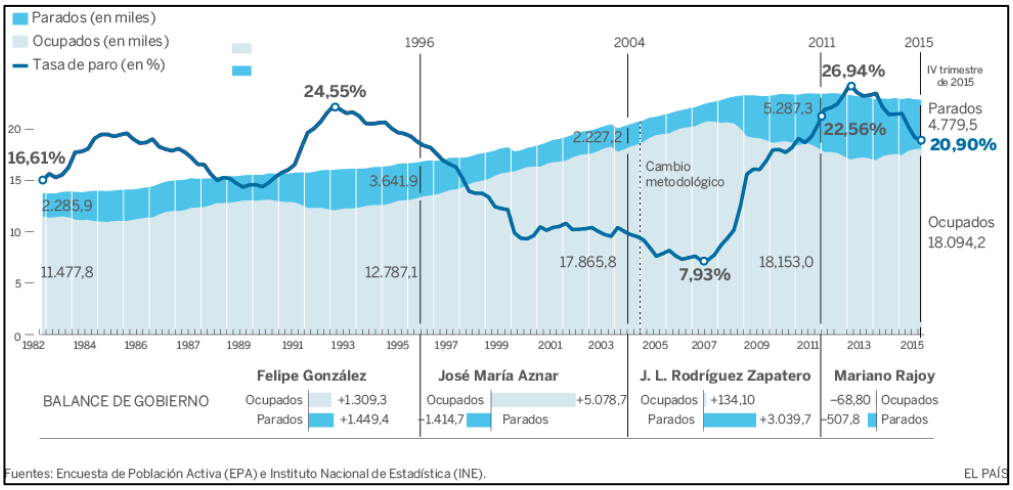

Figure 40: Evolution du taux de chômage en Espagne (Source EPA et INE – El País)

De plus, le chômage de longue durée a augmenté de façon alarmante. A la fin de l'année, plus de la moitié des chômeurs ont été au moins douze mois à la recherche de travail, ce qui n'était jamais arrivé auparavant. Et 30% des chômeurs ont passé plus de deux ans en qûete d'emploi. Ces chiffres indiquent un fort chômage structurel pour l'avenir, même si l'économie a émergé de la crise en raison de la difficulté du retour sur le marché du travail pour les chômeurs de longue durée (Mateos & Penadés, 2013).

- Nouvelles lignes de business

D'ailleurs, avec l'éclatement de la bulle immobilière, les entrepreneurs ont dû faire une recherche pour trouver de nouveaux projets dans lesquels investir car l'immobilier n'était plus rentable. Ainsi de nouvelles entreprises ont émergé sur le marché espagnol, par exemple celles qui avaient un concept «low cost», qui consiste à offrir de petits prix pour attirer une consommation adaptée à la situation. Aussi le monde des franchises est devenu une révolution qui a servi non seulement à dominer le marché espagnol mais aussi l'étranger (Luna, 2015, p. 14).

4. DISCOURS DE PRESSE SUR LA CRISE ECONOMIQUE (FRANCE ET ESPAGNE, 2008-2014)

Pour constituer des corpus comparables, nous avons choisi de privilégier - selon les termes de Moscovici (1961), expliqués dans le chapitre consacré aux représentations sociales de ce travail - une presse plus proche de la diffusion que de la propagation ou de la propagande.

Travailler sur les agences nous permet d'avoir accès, d'une part, à une source de référence pour les médias d'information, et d'autre part, à une écriture factuelle qui précède les processus éditoriaux. Les agences de presse française et espagnole, nous semblent à même d'appréhender de tels ancrages spécifiques pour la genèse et la diffusion des représentations sociales.

Au-delà d'un positionnement épistémologique que nous assumons, la nature de ce type de corpus rend donc indispensable une articulation qualitative / quantitative. La comparaison entre les analyses devra alors recourir à des procédures interprétatives et les procédures formelles devront être articulées avec des parcours plus interprétatifs, déterminants quant aux affinités possibles avec une théorie linguistique telle que la sémantique interprétative (Pincemin 2011).

Nous travaillons sur le lexique et les résultats permettent d'en faire l'interprétation. Notre analyse propose une lecture à la fois qualitative et quantitative d'un corpus complexe, puisqu'il implique deux langues, les deux permettant d'accéder à des informations spécifiques qui enrichissent les connaissances pour décrire et expliquer la formation et la diffusion des représentations médiatiques (Laflamme, 2007).

Le fait de réaliser une analyse de comparaison doit faire en sorte qu'il soit plus complet grâce à l'effet contraste car ainsi on repére plus de détails. Comparer chaque contexte économique, politique et social de ces deux pays, doit permettre de rechercher une relation entre les différences et ressemblances dans chaque cas.

4.1. CONSTRUCTION DES CORPUS

Un corpus, est un ensemble de textes réunis à des fins de comparaison déterminés (Lebart et Salem, 1994). Dans notre cas, nos corpus sont l'ensemble de la recherche des dépêches de presse d'AFP et EFE contenant les mots « crise économique ».

Prost (1973, p. 192) dégage trois règles essentielles selon lesquelles le corpus doit être d'une part homogène dans le sens où les textes doivent être de taille plus ou moins similaire, et d'autre part s'adresser au même public, porter sur le même thème. Cet auteur affirme qu'il serait impossible de comparer dans une même étude des sonnets et des épîtres dédicatoires puisque ces deux textes ne sont pas de même nature. D'autre part, l'auteur (Prost, 1973) insiste sur l'importance de l'aspect diachronique, les textes doivent avoir été écrits à des moments différents. Enfin, ils doivent être également contrastés et recéler donc des différences puisque ce sont justement ces différences que l'on cherche à observer.

Cela nécessite un corpus correctement orthographié et encodé de façon à permettre la reconnaissance du logiciel et ainsi pouvoir réaliser des analyses automatisées, la réorganisation textuelle et les analyses statistiques.

Les dépêches des agences française (AFP) et espagnole (EFE) ont donc été extraites de la base de données de presse *Factiva*, dans le cas de l'agence espagnole et sur *Europresse* dans le cas français, sur la période de janvier 2008 à mars 2014 (l'origine de la crise économique a été fixée à 2008 et c'est actuellement encore l'un des thèmes les plus traités par l'information médiatique). Chaque corpus a été extrait d'une base de données différente pour une question d'accès à la base.

Un premier corpus a été constitué sur la base des mots clés « crise économique / crisis económica », les requêtes s'exerçant par recherche en texte intégral. Nous nous posons la questionde limiter les dépêches à la locution « crise économique » plutôt que la forme simple « crise ». Cette décision a été prise après avoir observé la polysémie du mot « crise », particulièrement dans la presse française, que ce soit

pour qualifier d'autres contextes (« crise sociale », « crise de régime »…), ou par des emplois plus métaphoriques (« crise de nerfs »…).

La construction du corpus sur la base de mots-clés se limite aux dépêches mentionnant explicitement la « crise économique », à l'exclusion d'éléments plus implicites, ce qui pourrait être envisagé comme une limite. Mais c'est au contraire dans l'explicitation des liens entre le fait de nommer la crise économique et d'autres concepts que se situe, selon nous, les différences entre les pays.

Pour constituer nos corpus nous avons soumis le recueil de données, à partir des bases de données de presse (*Factiva* et *Europresse*), à un processus de nettoyage et de mise en forme, pour pouvoir les travailler dans le logiciel d'analyse textuelle iRaMuTeQ, que nous allons développer dans les paragraphes suivants.

En effet, dans un premier temps, les deux corpus ont été extraits de *Factiva*, mais après avoir en vérifié quelques statistiques pour avoir une analyse stabilisée, on s'est aperçu qu'il y avait une absence de dépêches assez notable pendant quelques périodes sur le corpus de l'AFP extrait sur *Factiva* (peut-être à cause d'un *bug* sur cette base de données). Mais une fois que nous nous sommes rendu compte de ce problème, l'université avait expiré le contrat d'accès à *Factiva* et l'avait remplacé par *Europresse*. Cela a donc nécessité un nouveau travail d'extraction des données, cette fois via *Europresse*. Et on n'a pas pu faire de même avec l'EFE car la période analysée n'est pas disponible sur cette base.

Une fois que nous avons extrait les données, il est nécessaire de suivre une procédure d'encodage et nettoyage pour travailler avec le corpus sur le logiciel. Une opération de nettoyage et d'harmonisation des corpus a consisté à enlever les liens hypertextes et métadonnées, ajoutés par *Factiva* en début et fin de chaque dépêche. Il a fallu également supprimer les doublons et coder les métadonnées utiles à notre analyse (essentiellement la date, selon trois formats : en années, mois et jours).

Quand nous sommes dans le bon éditeur de texte[26], le pas suivant va être le balisage du corpus : pour que le logiciel puisse faire la différence entre les textes et les codages d'un corpus, il faut y indiquer les métadonnées par des balises[27]. Ainsi, le corpus doit obligatoirement contenir minimum une variable avec une modalité (la variable étant le côté général et la modalité le spécifique). Dans le cas de notre travail nous avons choisi comme variables la période (année, mois, jour) et la source (rubrique Social, National, International…). Celle-ci nous permettra de voir l'évolution dans le traitement de la crise économique et voir comment cette notion a été traitée à travers les agences de presse à chaque période.

4.1.1. Vocabulaire et lexique dans la textométrie

Il y a un vocabulaire spécifique dans la textométrie que nous allons essayer de décrire dans les lignes suivantes.

Pour commencer, l'unité de lexique doit être définie. En machine, une occurrence, est une suite de caractères bornée par deux caractères délimiteurs (soit un espace ou un caractère de ponctuation) (Marchand et Ratinaud, 2012). La taille d'un corpus et sa longueur sont mesurées en occurrences (de formes simples). L'ensemble des formes différentes d'un texte, donc des « mots » différents, constitue son vocabulaire (Leimdorfer et Salem, 1995). L'index est alors une liste imprimée constituée à partir d'une réorganisation (alphabétique ou selon la fréquence) des formes d'un texte.

Quand nous allons travailler avec le corpus sur IRaMuTeQ, nous devrons définir les mots qui sont pris en compte en fonction de leur forme ou de leur groupe grammatical. Il est possible de faire le choix de la lemmatisation, une option origi-

26 Notre fichier doit être encodé en UTF8 et soit dans OpenOffice ou LibreOffice, mais absolument pas sur Microsoft Word : iRaMuTeQ n'accepte pas cet éditeur de texte.

27 Chaque texte (ici, une dépêche) est précédé de quatre étoiles suivies des métadonnées (variables) qui contiendront le type d'information que nous voulons décrire, selon une syntaxe rigoueuse.

nale initiée par Reinert qui regroupe l'ensemble des formes susceptibles d'appartenir à une même famille morphologique (Delavigne, 2003). Dans notre cas, nous avons choisi de le lemmatiser. La lemmatisation est l'opération de regroupement des formes qui correspondent aux différentes flexions d'une même racine ou lemme (Marchand, 2007 dans Gauzente & Guillard). Il s'agit donc d'enlever le genre, le nombre, la déclinaison et la conjugaison de mots, de manière à ce que les formes verbales passent à l'infinitif, les substantifs au singulier, les adjectifs au masculin singulier et les formes élidées à la forme sans élision. Nous n'avons pas observé de perte de sens du discours puisque ce qui nous importe n'est effectivement pas de savoir quelle forme de mot a été préférée à une autre, mais quel lemme a été choisi. En outre, cette option permet d'obtenir également le nombre d'hapax morphosyntaxiques (les formes qui apparaissent une seule fois dans tout le corpus sans considérer les flexions).

On peut alors distinguer des « formes pleines », qui sont par exemple les noms, les adjectifs, les verbes et les adverbes, qui participent normalement à l'analyse, et des mots outils, qui sont les prépositions, les pronoms, les adjectifs possessifs, certains verbes et adverbes fréquents qui pourront constituer des « formes supplémentaires » (Ratinaud, 2012). Le logiciel IRaMuTeQ traite les formes actives et supplémentaires indépendamment (mais cela reste paramétrable dans les clés d'analyse). Et de manière particulière, c'est le cas des hapax, du grec hapax (legomenon) qui signifie une « chose dite une seule fois ». En d'autres termes, c'est lorsqu'une forme n'apparait qu'une fois dans tout le corpus.

Enfin, un segment de texte constitue la suite de formes comprises entre deux délimiteurs de séquence : il y a certains signes de ponctuation pour délimiter les séquences (Lafon et André, 1983). Quand les segments ont une fréquence égale ou supérieure à deux dans le corpus, on parlera de segments répétés (Lebart et Salem, 1994). Un corpus pourra être découpé en segments de textes pour certaines analyses, ce qui permettra l'extraction de segments de texte : cette option permet de revenir sur le texte original. De ce fait, il est possible d'encadrer le sens des mots

avec plus de précision. Par ailleurs, il est également possible de représenter dans un graphe temporel des segments de textes ou de mots, pour rendre compte de la façon dont ils sont distribués dans le corpus et aider à mieux comprendre la structure du discours.

En fait, nous observons deux types de fréquences : d'une part, la fréquence d'une unité textuelle qui correspond au nombre de ses occurrences dans le corpus, et d'autre part, celle d'un segment de texte qui reflète le nombre d'occurrences de ce segment, dans l'ensemble du corpus.

4.1.2. Le logiciel d'analyse textuelle : IRaMuTeQ

Actuellement, il est possible de trouver plusieurs logiciels d'analyse textuelle. De manière générale, il d'agit d'outils assez pratiques puisqu'ils exercent en quelque sorte une fonction de moteur de recherche sur notre corpus tout en permettant d'observer des éléments précis (catégories, formes utilisés…) (Pincemin, 2009).

Nous allons présenter le logiciel IRaMuTeQ, puisqu'il s'agit de celui que nous avons utilisé pour réaliser notre étude. Le choix de ce logiciel pour notre analyse a été la pertinence et l'adéquation entre les disciplines de psychologie sociale et de communication. Le logiciel est souvent utilisé dans les travaux inscrits dans la théorie des représentations sociales (Geka et Dargentas, 2010 ; Reinert, 1990, 2001, 2008 ; Ratinaud et al., 2009, 2012, 2014). Dans notre recherche, celui-ci a permis de cartographier la dynamique du discours journalistique sur la crise économique.

IRaMuTeQ a été développé par Pierre Ratinaud au sein du Lerass et dans le cadre du LabEx SMS. C'est un logiciel libre développé sur la base de ressources libres : Python[28], R (R Development Core Team, 2009)[29], Lexique 3 (New, Pallier & Ferrand, 2005)[30].

28 http://www.python.org

29 http://r-project.org

30 http://lexique.org

Comme son acronyme l'indique[31], il permet de réaliser une analyse multidimensionnelle de textes et questionnaires, et il est compatible avec tous les systèmes d'exploitation (Windows, Mac OS X, GNU/linux). Son usage est très varié, il peut être utilisé entre autres sur des travaux de recherche comme celui-ci qui contient un grand nombre d'informations assez difficiles à traiter par une approche manuelle. Ainsi, l'utilisation de ce logiciel impliquera une économie de temps et rendra plus facile l'analyse.

Nous nous en servirons pour rendre compte des structures lexicales et des thématiques abordées dans les deux corpus. Basée sur le repérage des cooccurrences lexicales multiples, la méthode définit non seulement les mots récurrents mais aussi et surtout leurs relations, formant des réseaux de significations mis en place dans le discours, que l'on peut qualifier d'univers lexicaux. Les méthodes de classification automatique permettent ainsi d'obtenir, à partir du corpus de base, un petit nombre de groupes d'individus les plus homogènes possible par rapport à leurs caractéristiques de base (Marchand, 1998).

Plus précisément, IRaMuTeQ reprend la méthode *Alceste* (Reinert, 1983, 1990) pour offrir la possibilité de faire une classification hiérarchique descendante. Le logiciel fractionne de façon successive le texte et en extrait des classes de mots représentatives. Cette extraction se fera en fonction de la distribution du vocabulaire présent dans les segments de textes, que le logiciel mettra en relation avec les contextes. Le logiciel proposera donc pour chaque classe un profil réparti sur un arbre de classification (ou dendrogramme) permettant de visualiser les liens entre les classes (Delavigne, 2003).

IRaMuTeQ propose aussi des analyses non fournies par la méthode Alceste, telles que : analyse prototypique, analyse de similitudes, nuages de mots (Bellemare et Lavrilloux, 2016), analyses factorielles, distances intertextuelles, etc.

31 IRAMUTEQ : Interface de R pour l'Analyse Multidimentionnelle des Textes et des Questionnaires

En outre, il est possible de travailler dans plusieurs langues sur IRaMuTeQ (mais le logiciel ne peut traiter qu'une langue à la fois), ce qui nous a permis de travailler avec un corpus en français et un en espagnol. Mais toutes les opérations effectuées sur le lexique (lemmatisation, reconnaissance syntaxique, reconnaissance des locutions) reposent sur des dictionnaires. Le corpus en espagnol a nécessité un travail préalable de développement du dictionnaire espagnol d'IRaMuTeQ afin d'obtenir une reconnaissance maximale de mots dans notre analyse, ainsi que pour les mettre sur la catégorie correcte (soit sur forme pleine ou supplémentaire). Un travail a enfin dû être effectué sur le dictionnaire espagnol d'IRaMuTeQ pour rendre comparables les opérations de reconnaissance et lemmatisation des formes et locutions dans les deux langues. Il existe d'ailleurs des informations relatives au développement du logiciel en espagnol, la traduction de l'interface et un enrichissement de dictionnaire. Ces développements ont été effectués par nous-même dans le cadre du présent travail doctoral (Moreno, 2014).

Une fois ces différentes opérations réalisées, nous avons obtenu les résultats, et les corpus ont les caractéristiques suivantes :

Tableau 2: Caractéristiques lexicométriques des corpus « AFP » et « EFE »

	Agence France Presse (AFP)	Agence de presse espagnole (EFE)
Nombre de dépêches	28 643	38 147
Nombre de segments de texte	400 110	459 599
Nombre d'occurrences	14 279 109	16 528 112
Nombre de formes	113 721	125 246
Nombre de lemmes	85 738	100 450
Nombre de formes actives	83 116	97 646
Formes supplémentaires	2 622	2 757
Moyenne de formes par segment	35.68	35.9
CDH :		
Nombre de classes	9	9
Segments classés	337 234 (95.96%)	452 283 (99.95%)

La légère différence de taille entre les deux corpus peut être due à un effet de contexte (différence d'importance de la question de la crise économique dans chacun des deux pays) ou d'agenda médiatique (différence d'importance du traitement

de cette question par les agences de presse) ou encore à l'utilisation ou pas de l'expression « crise économique » pour parler de la « crise ». Les journalistes de l'EFE que nous avons interviewés affirmaient que, dans le champ lexical qu'ils ont utilisé en parlant de la crise, « crise économique » a été très fréquent. A l'inverse, les journalistes de l'AFP affirment que, même s'ils ont utilisé le mot « crise », il n'était pas forcément accompagné d'économique, mais qu'ils utilisaient à la place crise financière, crise politique, crise de la zone euro, crise Grecque, par exemple.

Enfin, il est à préciser que la taille moyenne des dépêches est comparable pour les deux agences (le nombre moyen d'occurrences par dépêche est de 498 pour l'AFP et de 433 pour l'EFE). Après avoir constitué le corpus composé des différentes dépêches, nous avons codé le texte en format lisible pour le logiciel et nous l'avons soumis à l'analyse par IRaMuTeQ.

Les traitements suivants s'inspirent de la méthode *ALCESTE* (Reinert, 1983, 1990) : reconnaissance et lemmatisation des formes, découpage en segments de texte, et création de la matrice habituellement soumise à une classification lexicale. Lorsque la taille des corpus que l'on étudie devient plus importante, le nombre et la longueur des segments répétés ont tendance à augmenter (Lafon et Salem, 1983).

Ces analyses utiliseront des segments de texte comme unité d'analyse dans le sens où les corpus sont découpés en segments d'une quarantaine d'occurrences en tenant compte de la ponctuation. Dans ces segments, une distinction est faite entre les formes « pleines » (les substantifs, les adjectifs, les verbes et les adverbes) et les mots outils (les pronoms, les conjonctions, les auxiliaires…). Seules les formes pleines participent aux analyses (« actives »), les autres sont mises en éléments « supplémentaires ».

4.2. HYPOTHESE 1 : UNE RESSEMBLANCE MACROSTRUCTURALE

Une première hypothèse que nous posons c'est qu'il y a des similitudes entre les deux agences. Tout d'abord il s'agit du même fait : "La crise", puisqu'elle est mondiale, a touché beaucoup de pays (même si ses effets n'ont pas eu la même portée). Et il y a également une ressemblance dans les pratiques médiatiques, car les journalistes ont des routines professionnelles assez similaires.

Ainsi, nous souhaitons vérifier si les traitements de la crise économique par les agences de presse des deux pays mobilisent, peu ou prou, les mêmes cadres interprétatifs. Quel que soit le pays, un tel moment médiatique est décrit en termes économiques et financiers, et abordé selon son impact sur la politique intérieure et les relations nationales et internationales. L'uniformisation des traitements de l'information dans un système médiatique, de plus en plus mondialisé, conduisant des pratiques routinières et une convergence d'analyse pourraient ainsi être évoquées.

Nous pouvons vérifier cette convergence lexicale sous la forme de nuages de mots : ce type d'analyse repose sur la fréquence des mots. On ne représente que les mots les plus fréquents et leur place sur le graphique ne traduit aucune relation entre eux. Cela permet donc d'obtenir une représentation graphique du lexique fréquent.

Figure 41: A gauche, nuage de mots de l'AFP et à droite nuage de mots de l'EFE

Les nuages de mots ne reposent que sur la fréquence des formes lexicales et leur information est relativement faible. Toutefois, nous observons que les formes de fréquence maximale (Fmax) sont assez comparables dans les deux nuages :

AFP (Fmax): crise, économique, pays, premier, président, gouvernement, européen, ministre, euro, politique, milliard, mondial, France, nouveau, américain, économie, financier, Barack Obama, déclarer, français, annoncer, Etats unis, Etat, estimer, dollar, public, fin…

EFE (Fmax): crisis, económico, gobierno, país, millón, presidente, España, ciento, político, euro, nuevo, europeo, español, primero, estado, Madrid, sector, empresa, ministro, economía, público, mercado, medida, último, general, social, asegurar, situación, financiero…

Dans les nuages de mots sont représentés tous les aspects touchés par la crise, tel que le social, politique, économique.

Plus informative que les nuages de mots, l'analyse de similitude appliquée à chacun des corpus permet de représenter les relations de cooccurrences entre les formes dans les segments de texte.

Plus précisément, l'Analyse De Similitude (ADS) est une technique, reposant sur la théorie des graphes, classiquement utilisée pour décrire des représentations sociales sur la base de questionnaires d'enquête (Flament, 1962 ; Flament, 1981 ; Vergès & Bouriche, 2001).

Le point de départ de cette analyse est une matrice de similitude construite sur les formes pleines du corpus. Cette matrice compte, pour chaque couple de mot, le nombre de cooccurrences dans les segments, c'est à dire le nombre de segments contenant simultanément les deux mots. Cette matrice peut être représentée sous forme d'un graphique de similitude. Dans ce graphique, les mots deviennent des nœuds et les cooccurrences de mots sont représentées par un lien entre ces nœuds. Les graphiques bruts contiennent trop de liens pour être visualisés. Nous utilisons donc l'arbre maximum pour simplifier ce graphique. Il est obtenu en supprimant le lien le plus faible de chaque clique de trois nœuds. L'arbre maximum est donc le

graphique connexe et sans cycle le plus « lourd » (en terme d'information) et il donne à lire les relations lexicales les plus fortes entre les formes les plus fréquentes d'un corpus.

L'objectif de la méthode est d'étudier la proximité et les relations entre les éléments d'un ensemble, sous forme d'arbres. Le nombre de liens entre deux items évoluant « comme le carré du nombre de sommets » (Flament & Rouquette, 2003, p. 88), l'ADS cherche à réduire le nombre de ces liens pour aboutir à « un graphe connexe et sans cycle » (Degenne & Vergès, 1973, p. 473). Plus précisément, un arbre maximum est créé à partir des cliques de trois items du corpus, en éliminant les arêtes les plus faibles à l'intérieur des cliques. Ainsi, plus l'arête est épaisse, plus le lien entre ces mots est fort. La place des mots les uns par rapport aux autres a donc une importance, de même que les liens représentés.

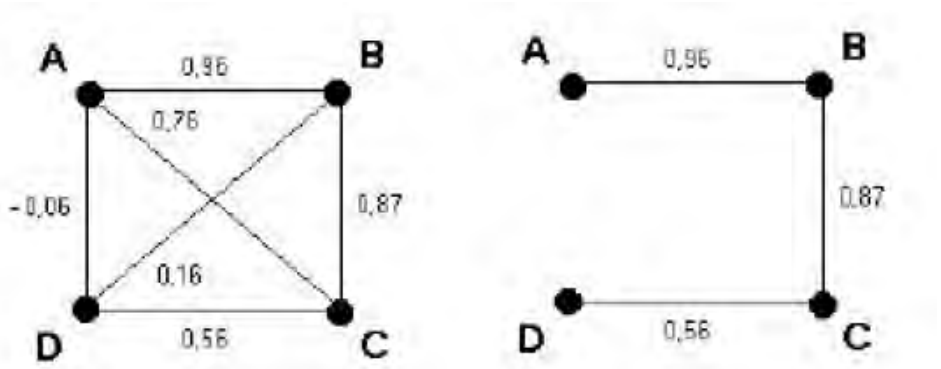

Figure 42: Exemple de calcul de l'arbre maximum (ADS) (Marchand et Ratinaud, 2012)

Il s'agit de l'arbre le plus simple que l'on puisse obtenir, mais également le plus lourd (en termes d'information). Il permet de décrire des classes lexicales, des profils de spécificités ou des corpus entiers, en s'agissant des matrices des formes pleines et des segments de textes. L'analyse de similitude d'une matrice textuelle a été intégrée au logiciel IRaMuTeQ et permet de décrire des classes lexicales, des profils de spécificités ou même des corpus entiers (Marchand & Ratinaud, 2012). Pour accroître la lisibilité des graphes, on sélectionne les mots à représenter sur la base de leur fréquence et on applique un algorithme de détection des communautés pour visualiser

des champs lexicaux. L'ADS permet de voir les différences entre les modalités de variables (le plus souvent en colonnes du tableau lexical). Son intérêt est de rétablir la partie commune, en représentant les relations entre les formes lexicales dans un corpus non partitionné par des variables exogènes, mais uniquement en unités de contexte (Marchand & Ratinaud, 2012).

L'arbre maximum pour le corpus AFP a été construit avec les 110 mots de fréquence supérieure à 4,755 :

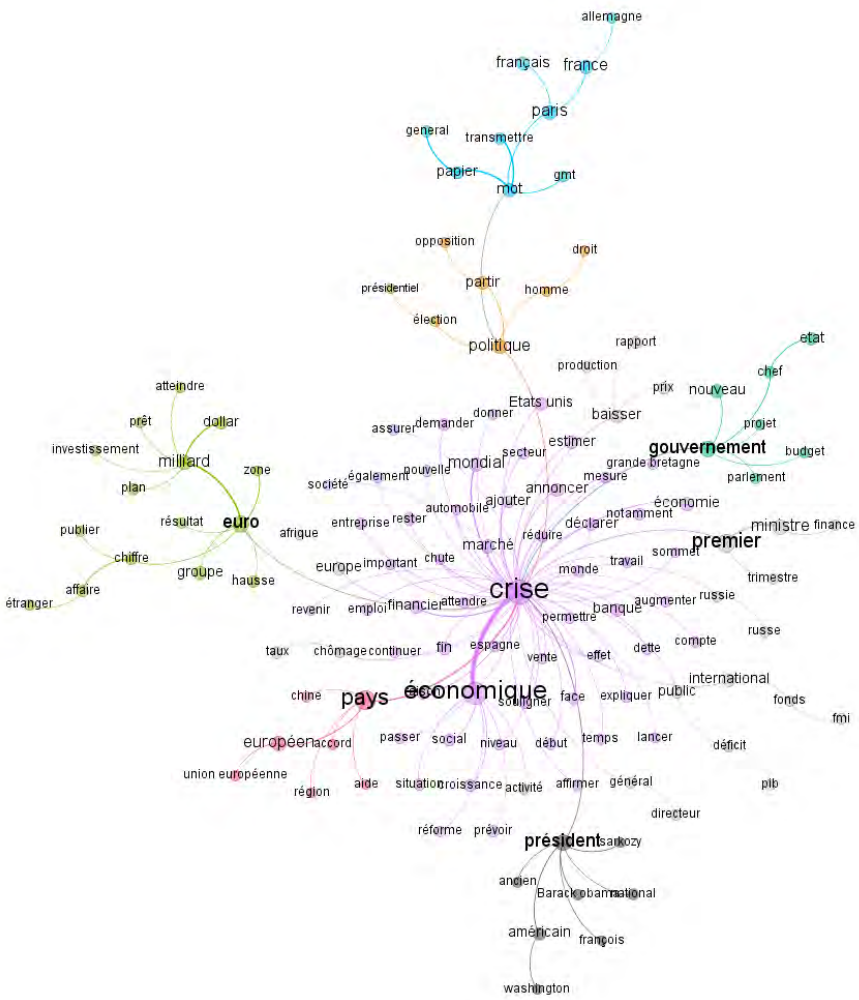

Figure 43: Arbre maximum de l'analyse de similitude en cooccurrence sur les 110 formes pleines les plus fréquentes du corpus de l'AFP

L'arbre maximum pour le corpus EFE a été construit avec les 110 mots de fréquence supérieure à 4,814 :

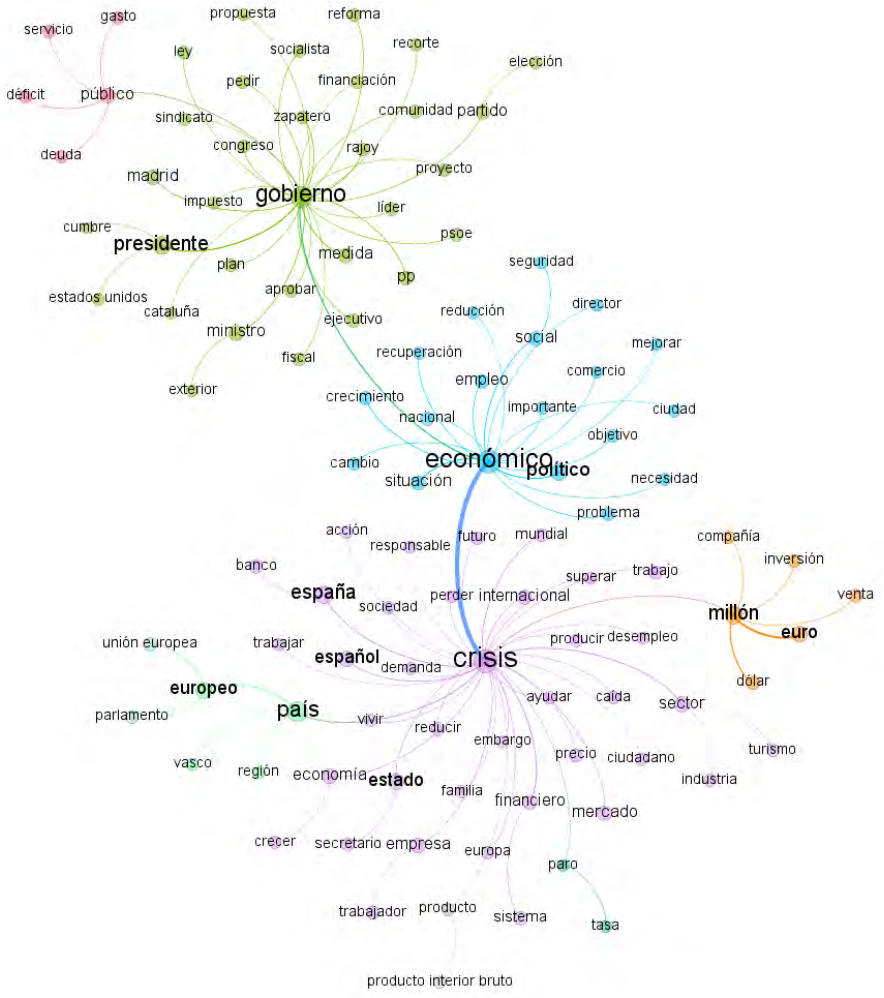

Figure 44: Arbre maximum de l'analyse de similitude en cooccurrence des 110 formes pleines les plus fréquentes du corpus de l'EFE

Ces graphiques de similitudes nous donnent essentiellement à voir les convergences entre les deux corpus qui révèlent des distributions lexicales très proches. De façon prévisible, les deux graphiques s'organisent autour des mots-clés « crise » et « économique » qui structurent le corpus. Mais le lemme « économique » centralise un champ lexical autour de notions plus générales comme social / social, situation / situación, croissance / crecimiento. Et le mot « crise » inclut autour de lui un lexique autour des effets et conséquences qu'entraîne une récession économique dans un pays, économie / economía, secteur / sector, monde / mundial.

Nous retrouvons également des champs lexicaux définis par les relations entre des formes de fortes fréquences qui sont très convergentes :

Un champ fait référence au pays / país autour duquel se mettent en relation des considérations nationales et internationales, avec un lien fort avec l'Europe / europeo, dans le sens où il s'agit d'une crise que le pays souffre, mais également qui touche à l'Europe, et dans laquelle vont collaborer les organismes européenes pour faire face à la récession économique.

Un autre champ traite de la politique gouvernementale (gouvernement / gobierno, président / presidente, ministre / ministro) mais, dans le cas espagnol gouvernement et président sont liés, ce qui n'est pas le cas de l'AFP. Egalement, le lexique autour du gouvernement désignera des décisions prises pour mettre en place des plans et politiques pour améliorer la situation du pays. Et le mot président / présidente dans les deux cas apparaît lié avec Barack Obama, faisant référence aux relations entre la France, l'Espagne et les Etats-Unis.

Un champ mobilise des chiffres (euro / euro, dollar / dólar, milliard / millón) renforçant la nature économique et monétaire de la crise, et l'importance de l'investissement dans les deux cas, dans les deux pays il y a une perte d'investissement.

Une petite branche qui se dégage c'est celle de public / *público*, qui fait référence à la santé macroéconomique du pays, avec le déficit comme un des indicateurs dans les deux cas. Mais on note que la liaison de cette branche n'est pas la même dans les deux agences : liée à la crise dans le cas de l'AFP et au gouvernement dans le cas de l'EFE. Nous y reviendrons.

Nous avons soumis le corpus à des analyses factorielles et classificatoires. Nous analysons ici le corpus divisé par deux, en regardant l'opposition du discours à travers des axes de coordonnées.

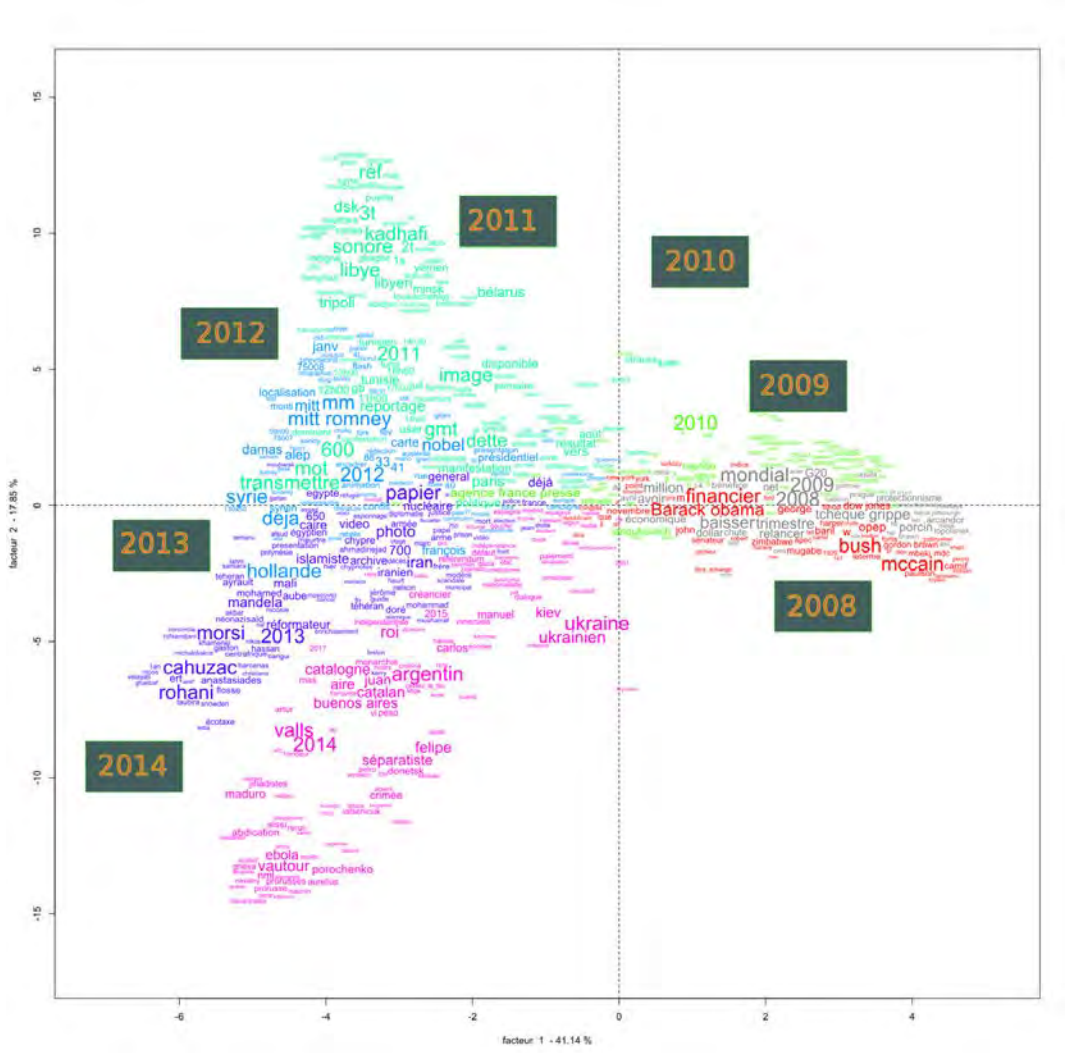

Figure 45: Analyse de Correspondances des formes lexicales pour les années de 2008 au 2014 de l'AFP

Dans le cas de l'AFP, nous voyons une opposition du discours, à droite il y a le lexique autour des aspects économiques et la politique internationale aux Etats-Unis, qui est présent dans le discours médiatique essentiellement de 2008 à 2010, tandis que du côté gauche nous trouvons un discours qui traite la politique nationale et internationale (sauf les Etats-Unis), plutôt présent à partir de 2011.

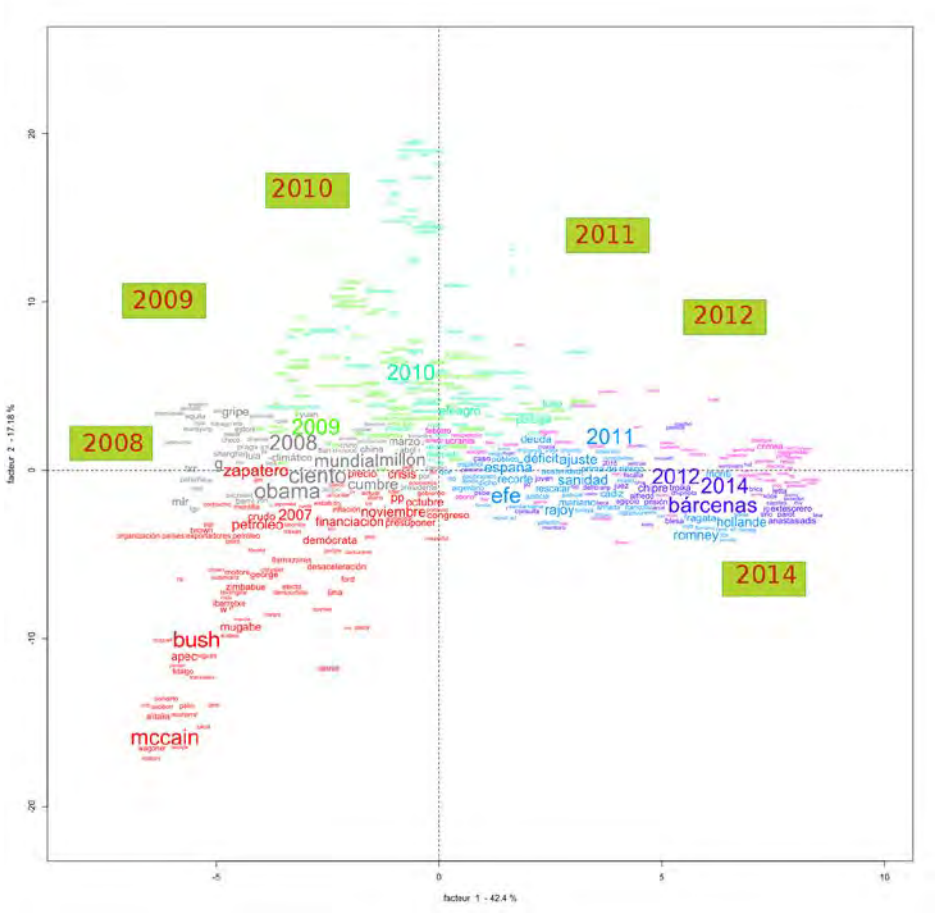

Figure 46: Analyse de Correspondances des formes lexicales pour les années de 2008 au 2014 de l'EFE

Dans le cas de l'EFE, nous pouvons constater également l'opposition du discours médiatique, du côté gauche du graphique est placé le lexique autour de la politique internationale et des aspects économiques, cette thématique va être spécialement présente de 2008 à 2010, et du côté droit nous remarquons plutôt un discours sur l'économie nationale et les effets de la crise en Espagne, qui va être plus présent à partir de 2011.

Nous observons tout d'abord que les distributions du lexique des deux agences restent similaires au long de ces six années. Dans les deux graphes des AFC, nous voyons une évocation des politiques internationales, des questions économiques, ainsi que des problèmes auxquels les gouvernements de ces pays doivent faire face

et l'effet Gutmann[32] dans l'évolution du discours. L'effet Gutmann, « apparaît quand on présente le diagramme des 2 premiers facteurs dont le pourcentage de variance se situe autour de 90 % » (Flament, Guimelli, & Abric, 2006). Sous la forme d'une parabole, nous regarderons les points représentatifs, qui vont suivre un ordre où certains items augmengteront tandis que d'autres diminueront.

Nous proposons de parler de macrostructure pour rendre compte de cette organisation des termes les plus fréquents, qui révèle, peu ou prou, les mêmes champs lexicaux, validant l'hypothèse de routines communes et d'un traitement mondialisé de l'information médiatique. Nous trouvons un objet commun avec une thématique assez proche et avec un ensemble de mots qui parlent de la même chose, donc c'est la macrostructure qui rejoint la France et l'Espagne. Si l'analyse s'arrêtait ici, une convergence dans la lecture des événements liés à la crise pourrait être évoquée.

Il faut néanmoins envisager que ces traitements, bien qu'ils soient instructifs, sont limités aux formes les plus fréquentes et aux relations de plus forte similitude entre ces formes. Nous préférerons donc les utiliser davantage pour valider la constitution des deux corpus et la pertinence de leur comparaison : ils parlent bien de la même chose et globalement dans les mêmes termes. Mais l'analyse comparative ne peut en rester là.

Cette étude montre qu'il est nécessaire de ne pas en rester à des macrostructures interprétatives, mais d'approfondir les traitements en s'intéressant à l'organisation du lexique et le reliant aux connaissances que nous avons sur les conditions de production des corpus. C'est bien un aller-retour permanent entre la prise de mesures et les démarches interprétatives qui permettent de révéler les processus de construction et de diffusion des représentations médiatiques.

32 L'effet Guttman révèle s'il existe une structure unidimensionnelle des données

4.3. HYPOTHESE 2 : DES DIFFERENCES MICROSTRUCTURALES

Nous nous intéresserons ici aux contenus caractéristiques de chaque nation. Ashmore, Deaux & McLaughlin-Volpe (2004) définissent cet ensemble de contenus comme « l'espace sémantique dans lequel l'identité réside – un espace qui peut inclure des caractéristiques auto-attribuées, de l'idéologie politique, et des récits de développement ». Ces contenus diffèrent d'une nation à l'autre et chacune, selon sa propre organisation des contenus, définit ainsi son identité (Marchand et Ratinaud, 2017).

La crise en France et en Espagne n'est pas la même réalité socio-historique, même si la crise est un fait mondial, ces deux pays ne sont pas touchés de la même manière. "La crise n'est pas égale pour tout le monde", c'est le titre d'un livre écrit par l'économiste italien Tito Boeri en 2009, qui disait qu'en effet le plus grand résultat et l'injustice de cette crise n'est pas la chute du PIB et du pouvoir d'achat, la précarité, ou du chômage provoqués par la crise mais c'est l'inégalité. (Pianta, 2013)

Les attentes des citoyens comme consommateurs des médias ne sont pas les mêmes étant donné que les journalistes vont adapter leurs informations à leurs intérêts. Un « contrat de communication » s'établit alors (Ghiglione, 1986; Charaudeau, 1997; Burguet, 2003; Veron, 1985) entre informateur et consommateur, car même si les journalistes font un travail mondialisé, ils s'adaptent également aux contextes et aux attentes de leurs concitoyens. Car le public a des attentes et les journalistes ont une représentation de ce que les gens attendent, ils sont à peu près dans une économie d'offre et demande. Cette théorie du contrat de communication a mis en évidence la relation qui s'établit entre les institutions médiatiques et la société, par l'existence d'un enjeu entre les producteurs du discours médiatique et les récepteurs (Marty, 2011). Il s'agit de la tension sur laquelle doivent travailler les journalistes, d'un côté ils doivent répondre à leurs propres principes professionnels et de l'autre à ce que leur public demande.

Nous posons donc, dans une deuxième hypothèse, qu'il existe des différences dans les deux corpus puisqu'ils sont liés à des contextes spécifiques (les deux pays n'ont pas eu les mêmes conséquences et les mêmes vécus de la crise).

Dans le cadre de la méthode *Alceste*, Reinert a élaboré un modèle théorique autour de la notion de « mondes lexicaux stabilisés » (Reinert, 2008). Ce modèle repose sur l'hypothèse que « dans l'activité langagière, les mots pleins constituent […] des traces possibles des contenus de nos activités. Ils ne sont pas les signifiants mais bien des traces possibles de ce contenu en acte. » (Reinert, 2008, p. 3). Marchand et Ratinaud (2012) valident l'hypothèse de Reinert qui affirme qu'il existe une stabilité des classifications sur les formes pleines.

Nous avons donc soumis les deux corpus à une classification lexicale permettant, au-delà des termes de haute fréquence, de mettre en évidence de tels « mondes lexicaux stabilisés » (Ratinaud & Marchand, 2015).

IRaMuTeQ reproduit la méthode *Alceste* (CDH) (Ratinaud & Dejean, 2009) pour mettre en évidence les « mondes lexicaux » mobilisés dans les corpus (Ratinaud, 2014). On retrouve, grâce à cette méthode, les mêmes principes que précédemment : un découpage des unités du corpus en segments de texte, une sélection des formes « pleines » opposées aux formes supplémentaires, une lemmatisation.

Mais la classification hiérarchique descendante (CHD) est sûrement la plus grande originalité de cette méthode. L'objectif est de proposer une classification des corpus en fonction de la proximité du lexique qui les compose (Ratinaud et Smyrnaios, 2013). Les classes terminales obtenues représentent donc des ensembles de segments de textes qui ont tendance à partager le même lexique (Smyrnaios, Bousquet et Marty, 2016).

L'algorithme décrit par Reinert (1983) repose sur une série de bi-partitions en partant d'un corpus global pour descendre progressivement vers les classes « terminales ». Après découpage du corpus en segments de texte (ST), on compare les contenus des ST : dans un tableau à double entrée sont consignées la présence ou l'absence de chaque forme active; puis les ST sont comparés selon ces données, et

séparés en deux groupes les plus contrastés[33]. Chaque groupe sera également scindé et ainsi de suite jusqu'à obtention du nombre de classes paramétré en phase 1. Ensuite, les classes ne contenant pas suffisamment de ST (nombre défini par l'utilisateur) sont effacées pour ne plus apparaître dans la classification finale.

Cette analyse est représentée sous forme de dendrogramme, c'est-à-dire une représentation graphique d'un arbre de classification, mettant en évidence l'inclusion progressive des classes (Lebart et Salem, 1994). Marchand et Ratinaud (2017) soulignent que c'est un diagramme qui permet de rendre compte de l'enchaînement des découpages dans les classifications hiérarchiques.

Il est alors possible de voir s'il existe ou non des liens entre les classes ainsi que leur pourcentage par rapport à la totalité du texte. Il est également possible de décrire ces classes à partir de leur profil lexical, c'est à dire à partir des mots qui sont statistiquement surreprésentés dans les segments qui composent les classes. Chacune des classes sera décrite selon un vocabulaire corrélationnel (Reinert, 1983). Pour chaque classe, on aura donc son profil et son lexique, ce qui nous donnera des clés pour l'interprétation de la classe.

La CDH permet d'identifier neuf classes aussi bien pour l'AFP (95,96% de segments classés) que pour l'EFE (99,95% de segments classés).

Les graphiques suivants sont les dendrogrammes des classifications auxquels on ajoute le vocabulaire statistiquement surreprésenté dans chacune des classes (par chi² décroissant)[34].

33 NB. Le fait de classer des segments de texte et non des formes lexicales contribue à diminuer les ambiguités dues aux différentes significations qu'une même forme pourrait prendre.

34 Vous pouvez trouver les profils en entier en Annexes.

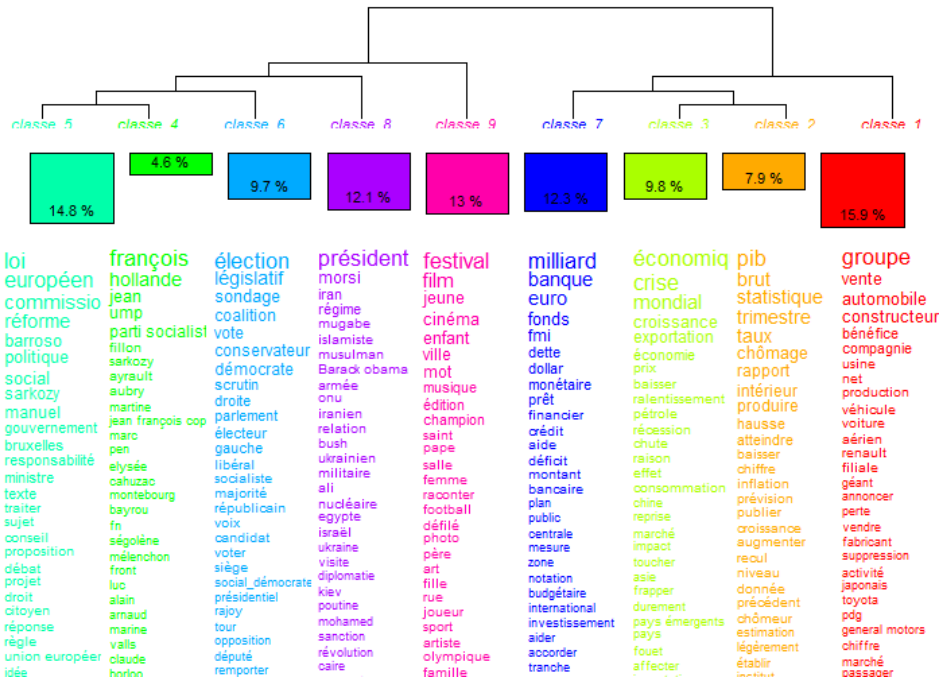

Figure 47: Dendrogramme de la CDH du corpus « AFP », taille des classes (en pourcentage de segments de texte) et lexique caractéristique des classes (par chi2 décroissant de liaison aux classes)

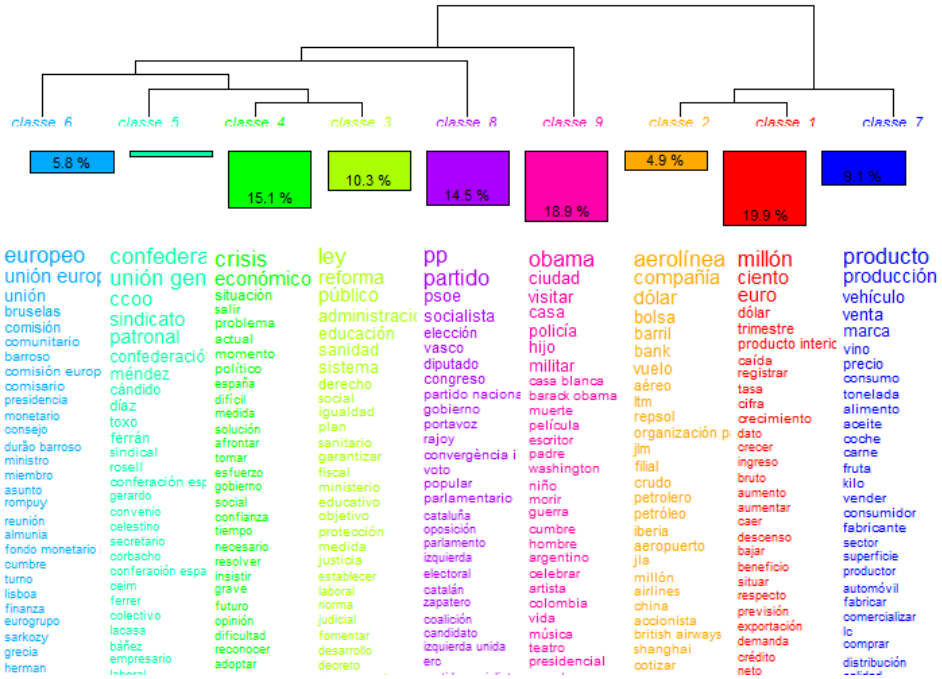

Figure 48: Dendrogramme de la CDH du corpus « EFE », taille des classes (en pourcentage de segments de texte) et lexique caractéristique des classes (par chi2 décroissant de liaison aux classes)

Nous retrouvons, dans ces deux classifications, les champs lexicaux identifiés par l'Analyse De Similitudes et les convergences pointées précédemment dans les deux macrostructures. Ces deux CDH font apparaître une opposition similaire entre des classes traitant des considérations économiques et celles qui portent sur la politique, qui se manifeste d'une part des sous-champs (la politique, par exemple, se subdivise en considérations électorales, législatives et internationales), et d'autre part des champs nouveaux, notamment autour des conséquences de la crise sur les mouvements sociaux.

Ces résultats confirment donc les analyses de similitude, mais les précisent (distinctions à l'intérieur d'un registre lexical) et les complètent également (apparition de nouveaux champs lexicaux).

Cependant la comparaison des deux dendrogrammes apporte des informations nouvelles et attirent notre attention sur les cadres interprétatifs mobilisés par les journalistes à propos de la crise économique. Cette comparaison, comme on l'a vu, doit recourir à une lecture plus interprétative.

La dimension économique est, logiquement, fortement structurante dans les deux cas. Aux trois classes financières espagnoles (1, 2 et 7) semblent répondre quatre classes françaises (1, 2, 3 et 7). En élargissant à la classe 1 du corpus français, qui proviennent de la même classe-mère[35], on intègre également, pour les deux pays, les effets de la crise sur l'activité économique de l'industrie et des services (classe 7 du corpus espagnol). De même, *Pétrole* et *baril* figurent dans le vocabulaire économique des dépêches des deux agences, compte tenu des fortes hausses de prix des carburants fossiles et de leur répercussion sur plusieurs aspects économiques.

En revanche, les moteurs économiques ne sont pas les mêmes dans les deux pays. Dans le cas français il s'agit davantage d'une économie basée sur le grand secteur industriel de l'automobile (*Renault, Nissan, Peugeot*) et de l'aviation (transport,

35 Ces deux classes sont issues de la même branche.

aérien) qui sont présentes dans la classe 1. En Espagne, la classe 7 de l'EFE cite davantage le secteur agricole et de l'automobile (*vino, carne, aceite* …).

Le corpus AFP oppose ainsi les classes 1, 2, 3 et 7, qui manifestent un vocabulaire économique, aux classes 4, 5, 6 et 8 qui portent sur la politique nationale et internationale. Le corpus de l'EFE oppose également les considérations économiques (classes 1, 2 et 7) aux considérations politiques (classes 3, 4, 5, 6, 8 et 9).

Le lexique économique fait référence aux questions monétaires, aux indicateurs qui montrent la situation de crise, ainsi qu'à l'activité économique en général et aux secteurs particulièrement touchés par la crise.

Le lexique politique de l'AFP se subdivise, d'une part en considérations électorales, législatives, et internationales, et d'autre part en mesures et en lois mises en place par l'Europe pour sortir de la crise.

***« François Hollande, qui avait lancé sa campagne fin janvier en estimant que son adversaire était le monde de la finance, a ainsi ajouté un étage supplémentaire à la réforme fiscale, qu'il entend appliquer s'il est élu à la présidence française lors des scrutins des 22 avril et 6 mai prochain* » (27/02/2012, classe 4 de l'AFP**).

Dans le corpus de l'EFE les questions politiques portent sur les politiques nationales et internationales, les mesures d'austérité, les manifestations syndicales et le manque de confiance sociale.

« *El vicesecretario general de organización del PP, Carlos Floriano, ha negado hoy que exista desmoralización en el partido ante las perspectivas económicas y de desempleo, y se ha mostrado convencido de que las únicas políticas posibles para hacer frente a la crisis son las que ha puesto en marcha el gobierno* » (29/04/2013, classe 4 de l'EFE).

Une première lecture des deux CDH confirme donc les convergences des deux structures de lexiques mais laisse apparaître quelques différences qu'il convient d'approfondir par une démarche et une lecture plus interprétatives des classes.

4.3.1. La comparaison synchronique

Il apparaît tout d'abord que les secteurs de l'économie affectés par la crise ne sont pas les mêmes dans les deux pays. Pour l'AFP, il s'agit davantage d'une économie basée sur les grands secteurs industriels de l'automobile et de l'aviation (classe 1 : Renault, automobile, transport, aérien).

« *En septembre, mois traditionnellement assez important, les immatriculations de voitures neuves ont baissé de 8,1% par rapport au même mois de 2009, selon les chiffres du comité des constructeurs français d'automobiles CCFA publiés vendredi, alors que Paris accueille le mondial de l'auto* » (01/10/2010, classe 1 de l'AFP).

En Espagne, même si les secteurs de l'automobile et des compagnies aériennes sont présents (classes 2 et 7 : vehículo, automóvil, aerolínea, vuelo, aéreo), l'EFE cite davantage l'activité du secteur agricole (classe 7 : vino, carne, aceite).

« *La caída de renta que sufrieron los productores durante el ejercicio de 2009, afectó especialmente a los trabajadores del cereal 30 por ciento, aceite de olivas 24%, leche 21% y frutas 12 %* » (26/07/2010, classe 7 de l'EFE).

Mais d'autres résultats marquent une différence plus importante que ces domaines d'activités propres à chacun des pays. Le premier concerne le terme même de « crise économique » : s'il est bien corrélé à la finance dans le corpus français (classe 3 : mondial, économie, récession, pays émergents), et plutôt dans un contexte mondialisé, il n'est pas lié au même champ lexical dans le corpus espagnol, où on le retrouve plutôt avec un vocabulaire plus général et plus socio-politique (classe 4 : problema, político, España). De manière représentative nous pouvons le voir dans ces deux tableaux, dans lesquels se trouvent les dix premiers mots les plus fréquents autour des termes crise et économique.

n...	eff. s.t.	eff. total	pourcentage	chi2	Type	forme
0	12110	43088	28.11	18930.59	adj	économique
1	12779	49406	25.87	17100.13	nom	crise
2	6083	16378	37.14	14687.86	adj	mondial
3	4094	10508	38.96	10524.4	nom	croissance
4	1763	2978	59.2	8354.4	nom	exportation
5	4219	14325	29.45	6604.97	nom	économie
6	2831	9048	31.29	4905.58	nom	prix
7	3733	13910	26.84	4818.09	ver	baisser
8	1052	1878	56.02	4596.86	nom	ralentissement
9	1143	2358	48.47	4049.0	nom	pétrole
10	1690	4574	36.95	3900.79	nom	récession

Figure 49: Premiers dix mots autour de crise économique de l'AFP

n...	eff. s.t.	eff. total	pourcentage	chi2	Type	forme
0	25809	66422	38.86	34075.16	nom	crisis
1	23729	64270	36.92	27655.02	adj	económico
2	7731	17428	44.36	12043.04	nom	situación
3	3559	6996	50.87	7060.18	ver	salir
4	4488	10198	44.01	6766.18	nom	problema
5	5232	12882	40.61	6696.06	adj	actual
6	4582	10996	41.67	6172.42	nom	momento
7	8585	27592	31.11	5834.18	adj	político
8	9239	33682	27.43	4276.76	nom	españa
9	2093	4332	48.31	3745.98	adj	difícil
10	5788	18856	30.7	3704.7	nom	medida

Figure 50: Premiers dix mots autour de crise économique de l'EFE

Donc, pour l'AFP les termes seront : mondial, croissance, exportation, économie, prix, baisser, ralentissement, pétrole, récession ; tandis que pour l'EFE les termes seront : situación (situation), salir (sortir), problema (problème), actual (actuel), momento (moment), político (politique), España (Espagne), difícil (difficile), medida (mesure).

Si nous observons tout d'abord la catégorie grammaticale des mots, dans le cas français on peut noter une plus grande utilisation des noms, par exemple en plus du mot *économique* il y a seulement un autre adjectif, tandis que dans le cas espagnol trois adjectifs de plus sont utilisés.

L'adjectif présent dans l'AFP est *mondial* (donc une crise qui ne touche la France), et dans l'EFE, les adjectifs employés sont *actuel, politique* et *difficile*, cela montre que le pays est en train de traverser un moment politique difficile. Ces adjectifs sont également corrélés avec des noms, la France appelle à un moment de récession économique et à l'augmentation du prix de pétrole, alors que l'Espagne fait

référence un problème national auquel elle doit faire face et mettre en place des mesures. Un verbe différent est utilisé dans les deux cas, pour le français c'est baisser, et pour l'espagnol il s'agit du verbe *sortir*, toujours lié à une contextualisation différente.

Il est plus intéressant encore de noter que cette classe 4 de l'EFE partage la même classe-mère que les considérations sur les réformes qu'ont adoptées les deux gouvernements espagnols pour sortir de la crise (classe 3), ce qui n'est pas le cas dans l'analyse du corpus AFP.

« *La vicepresidenta primera del gobierno, María Teresa Fernández de la Vega, confió en que la austeridad de los presupuestos de 2011, junto con la reforma laboral acometida, el proyecto de ley de economía sostenible y la futura reforma de las pensiones, hagan crecer el empleo* » (24/09/2010, clase 3 de l'EFE).

La question de la politique internationale, ensuite, est présente dans les deux corpus, mais il y a une différence dans la manière de l'aborder. Dans le corpus espagnol, la politique internationale investit deux lexiques. Un lien est établi entre Europe et crise (classe 6 : Union Europea, Bruselas, Barroso) ; ce n'est pas étonnant pour un pays qui, ayant obtenu des aides économiques du Fonds Monétaire International (FMI) et de la Banque Centrale Européenne (BCE), doit intégrer les obligations que ces organismes lui imposent et qui vont alors marquer la politique nationale du pays. Un autre lexique lié à l'international (classe 9) évoque, lui, les Etats-Unis (Obama, Estados Unidos, Casa Blanca) comme origine de la crise et puissance économique qui s'impose au reste du monde, mais également l'Amérique du Sud (Colombia, Argentina), pour ses relations historiques, culturelles et économiques.

Dans le corpus français, la crise est davantage traitée comme un problème mondial et l'Europe est présentée comme l'instance chargée d'y faire face et éventuellement comme ayant une part de responsabilité de l'arrivée de cette crise (loi, reformes, Commission Européenne). Les Etats-Unis sont mentionnés également,

mais avec une moindre importance et dans un contexte concernant aussi d'autres pays et acteurs internationaux qui impliquent d'autres crises (Russie, Iran…).

« *La croissance mondiale est durablement en panne, malgré les pays émergents. La crise économique et financière va durablement peser sur la croissance mondiale, la demande intérieure des pays émergents restant trop faible pour compenser la récession des pays développés* » (04/06/2009, classe 3 de l'AFP).

Une thématique prégnante dans les deux classifications lexicales concerne la question politique nationale. Mais, ici encore, la politique n'est pas traitée d'une façon similaire par les deux agences de presse. L'agence espagnole développe un point de vue plus institutionnel, donnant plus d'importance aux partis politiques (classe 8 : partido, PP, PSOE, socialista) et aux syndicats (classe 5 : UGT, CCOO, sindicato). La politique espagnole est évoquée directement en lien avec les problématiques économiques, la responsabilité vis-à-vis des réformes, l'Etat espagnol, les syndicats et l'Europe.

« *El PP, es según Gallardón, un partido firme en sus principios y convicciones, un partido que aunque esté ahora en la oposición es un partido de gobierno, con un liderazgo reforzado que encarna la figura de Mariano Rajoy elegido por todos sus compañeros y con un equipo renovado* » (28/06/2008, classe 8 de l'EFE).

Du côté français, au contraire, la politique et la crise économique apparaissent dans des espaces lexicaux très distincts, comme si les deux n'avaient pas de rapport. Il y a d'abord une tendance à la personnalisation (classe 4) mettant en scène des personnalités que l'on met en confrontation (Hollande, Sarkozy, Aubry, Fillon…).

Mayaffre (2013) montrait, dans son étude des corpus politiques contrastifs en France, qu'il existe des individualisations linguistiques qui correspondent aux identités politiques des orateurs. Le discours politique de la crise est effectivement ici affaire d'identité, puisqu'il construit un espace linguistique de reconnaissance pour le public. Et cela s'accompagne d'une forte référence aux sondages d'opinion (classe 6)

et à la projection de toute information dans un calendrier électoral. Tout semble se dérouler comme si, pour la presse française, quel que soit le moment et quel que soit l'objet, toute personnalité politique était immédiatement traitée comme un-e candidat-e potentiel-le dans une échéance électorale plus ou moins lointaine ue l'on cherche à anticiper. Ce mode de traitement extrêmement personnalisé se retrouve également au niveau international (Obama, Bush, Mohamed…) et une partie de la « politique internationale » est volontiers abordée au travers du prisme des rencontres avec nos propres dirigeants (classes 5 et 8).

Dans les deux agences nous trouvons des dépêches qui mobilisent des questions culturelles, sportives et sociales (classe 9 de l'AFP: festival, film, jeune, cinéma) et (classe 9 de l'EFE : casa, hijo, película, escritor). Il s'agit de lexiques en lien avec la crise économique qui traduisent surtout l'impact sur le secteur culturel par exemple, ou sur la situation des familles.

« *Quelque 650.000 spectateurs ont assisté à la 42e édition du Festival interceltique de Lorient qui s'est achevée dimanche soir, une fréquentation en recul mais jugée "satisfaisante" dans un contexte de crise économique, ont annoncé ses organisateurs mardi. «Cette édition a été satisfaisante, tant par la qualité des concerts que par la fréquentation, dans une période de crise marquée par une tendance à la baisse du tourisme en Bretagne », a déclaré à l'AFP Lisardo Lombardia, le directeur artistique de la manifestation* » **(14/08/2012, classe 9 de l'AFP)**

«*Durante la celebración de la jornada: 'Crisis económica, menores y justicia', la secretaria general del Consejo General de la Abogacía Española, Victoria Ortega, ha recordado que el desempleo afecta el doble en los hogares con niños, en concreto en las familias con menores creció el 120 por ciento entre 2007 y 2010, tenemos un problema de pobreza infantil muy intensa* » **(30/04/2013, classe 9 de l'EFE)**

Une référence au pape[36] / *papa* est présente dans les deux cas, et ce lien avec la crise économique s'établit à partir de différentes approches, soit pour l'élection d'un nouveau pape en 2013 et cela inclut un nouveau discours papal, mais aussi en référence à la croissance des inégalités par exemple pendant cette crise économique, et même aux dépenses publiques de la visite du pape à Madrid par exemple.

« *Que tous les hommes aient accès à une alimentation de base et jouissent d'une vie digne, le pape qui s'exprimait dimanche lors de la célébration de l'angélus, place saint pierre, a dénoncé comme une réalité absolument inacceptable, le fait que plusieurs centaines de millions de personnes souffrent de la faim* » (14/06/2009, classe 9 de l'agence AFP)

«*El papa lamenta cómo mientras las ganancias de unos pocos crecen exponencialmente, las de la mayoría se quedan cada vez más lejos del bienestar de esa minoría feliz* » (26/11/2013, clase 9 de l'EFE)

Enfin, des thématiques apparaissent spécifiquement liées aux pays, l'agence espagnole mobilise un lexique autour de la question syndicale (classe 5 : UGT, CCOO, sindicato), qui n'apparait pas aussi structuré en première analyse dans le corpus français. Ainsi par exemple la classe 8 pour l'Etat espagnol fait référence aux mesures d'austérité, et la classe 5 à l'Europe pour l'agence française.

« *Los secretarios generales de CCOO, Ignacio Fernández Toxo y UGT Cándido Méndez, encabezan esta movilización que tiene por lema, por el empleo con derechos y la garantía de nuestras pensiones »* (01/05/2010, classe 5 de l'EFE)

L'ensemble de ces différences révèle la diversité qui existe dans deux pays créée par une culture différente, déterminée par leur histoire. Cela justifie l'étude comparative de ces deux pays qui traversent un évènement commun, comme c'est le cas de la crise économique. Bien qu'ils ne soient pas touchés de la même manière, ils doivent faire face à ce problème global. Et le traitement médiatique de cette thématique

36 Le 13 mars 2013, François sera proclamé le nouveau chef de l'Eglise catholique.

globale va mobiliser différents points de vue et, surtout, va les organiser différemment.

Lorsque l'AFP établit un lien avec l'économie, l'EFE met la crise en relation avec des aspects politiques. Cette différence de traitement peut être rapportée aux différentes situations de chaque pays. On trouve ainsi, dans l'agence espagnole, une insistance plus grande sur les mesures prises pour sortir de la crise et sur l'importance de l'Europe.

Nous remarquons à quel point la comparaison des corpus français et espagnol met en évidence des faits qu'une analyse indépendante n'aurait pas permis d'observer. Bien au-delà d'une hypothèse interculturaliste que l'on pourrait qualifier de « faible », il s'agit d'utiliser les résultats de chacune des deux analyses pour nourrir l'interprétation de l'autre et percevoir des effets représentationnels qui dépassent ce qui est dit pour intégrer ce qui n'est pas dit ou ce qui est dit différemment, dans une organisation différente.

L'interprétation des classifications repose ici essentiellement sur des indices statistiques (formes caractéristiques, réponses modales, cooccurrences et distributions…) et sur une lecture interprétative d'analyses indépendantes. Bien sûr, ces analyses seront affinées et éclaircies par un recours plus précis aux contextes nationaux, mais elles permettent de commencer à décrire la façon dont les agences de presse intègrent la crise économique dans des représentations et des attentes différentes.

Dans la prochaine étape qui suit notre analyse, nous allons approfondir ces interprétations en mettant en avant les contextes de production (chronologie, événements, histoires des pays…). Ainsi nous pourrons mettre en relation les textes et les contextes de la crise économique, ce qui constitue, pour nous, l'objectif ultime d'une approche textométrique.

4.3.2. Les séquences chronologiques

Les analyses précédentes ont permis d'identifier des différences sur le lexique mobilisé par les agences française et espagnole, à propos de la crise économique et sur une période de six ans.

Mais si la crise a connu des événements d'importance mondiale (Krach de la bourse nord-américaine, sauvetage de l'économie grecque avec des aides européennes), elle se traduit également, pour chaque pays, par des événements nationaux, qu'il s'agisse d'évaluations par les agences internationales de notation, d'échéances électorales, de décisions touchant la vie quotidienne des citoyens, etc.

La période analysée (2008-2014) est marquée, autant en France qu'en Espagne, par un contexte social et politique perturbé impliquant des mesures contraignantes. Étudier les représentations sociales sous l'angle chronologique peut donc permettre d'en saisir les constantes, les évolutions lexicales. Il s'agit ici de voir si les périodes sont associées à des cadrages thématiques particuliers.

Il est possible de projeter les classes lexicales définies par la CDH sur la chronologie des articles (en utilisant le mois comme unité : voir Ratinaud, 2014 ; Ratinaud & Marchand, 2015) et les graphiques des figures 47 (AFP) et 48 (EFE) rendent effectivement compte de la sur-apparition/sur-représentation de quelques thématiques à certains moments.

Sur ces graphiques, la largeur des colonnes est proportionnelle à l'intensité des informations (mesurée par le nombre de segments de textes pour une période donnée), la hauteur des lignes est proportionnelle à la taille des classes. Les cases sont coloriées lorsque la sur-représentation d'une date est significative (au sens du chi^2) pour la classe concernée. Ces graphiques permettent donc de suivre précisément l'évolution chronologique des thématiques.

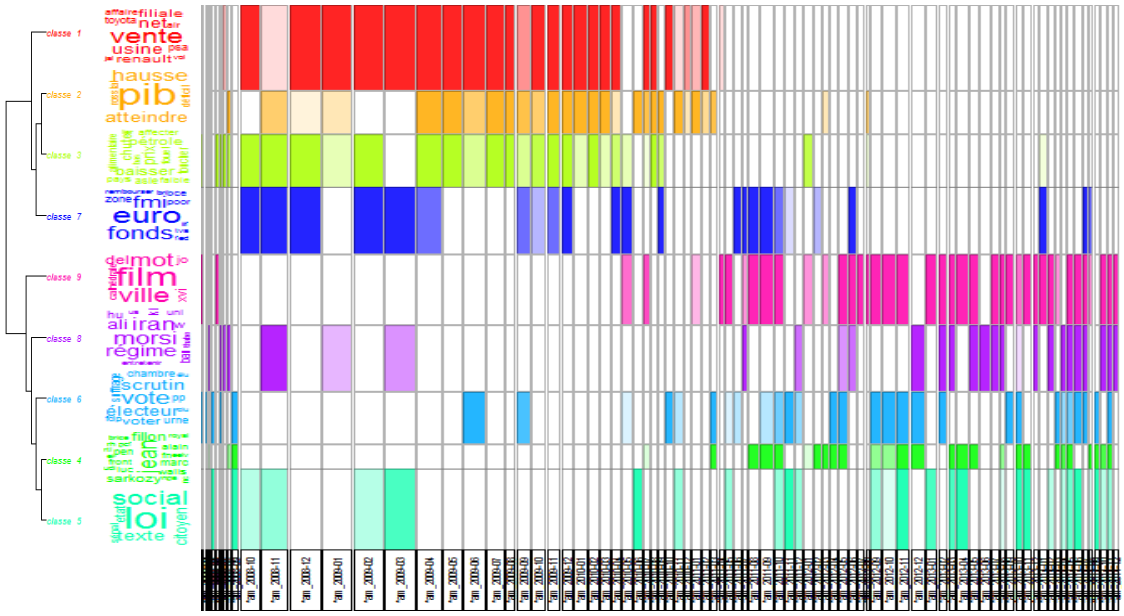

Figure 51: Dendrogramme de la CDH et représentation chronologique des classes du corpus « AFP »

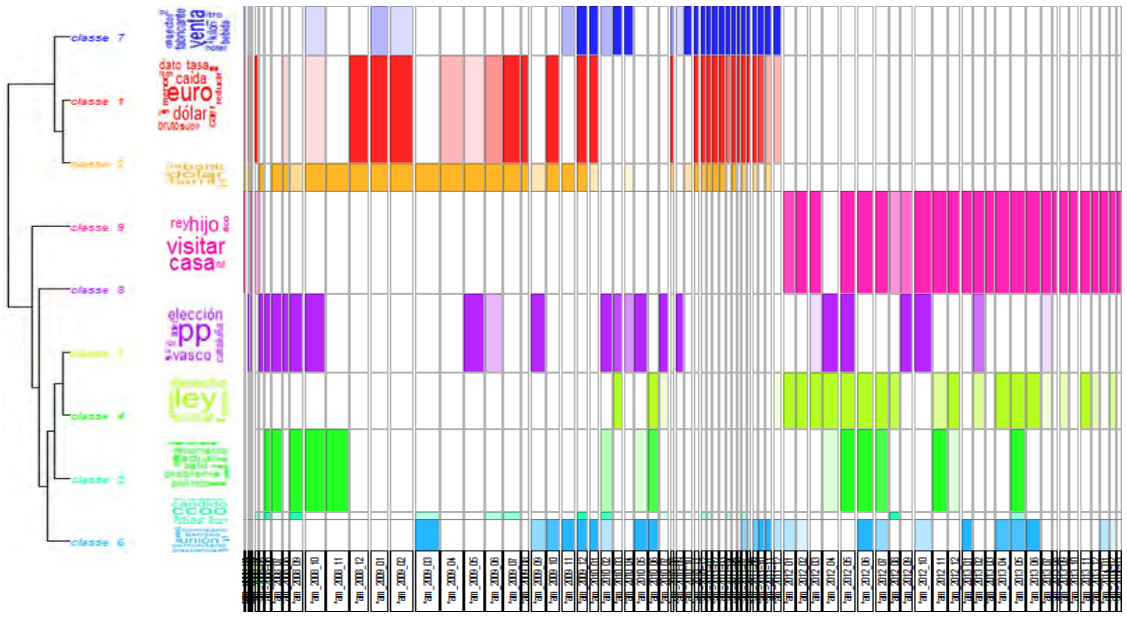

Figure 52: Dendrogramme de la CDH et représentation chronologique des classes du corpus « EFE »

À partir des relations entre textes (productions médiatiques), co-textes (structures lexicales formalisées) et contextes (évènements socio-historiques), on discute de la façon dont la catégorisation lexicale peut mettre en évidence les ancrages spécifiques des deux représentations de la crise économique et en retracer la dynamique.

On évoque enfin les conséquences de la construction de l'information médiatique (spécifiquement de la diffusion) sur les modalités de citoyenneté (Rouquette, 1999).

Sur les deux graphiques, on voit clairement que les différentes thématiques ne sont pas traitées de façon constante dans la période considérée, mais qu'elles définissent des moments clés de la situation historique de chaque pays.

Dans le corpus AFP, le début de la période analysée sur-investit les thématiques économiques (classes 1, 2, 3 et 7), au travers des questions financières, monétaires et des secteurs de l'activité qui commencent à être touchés.

Nous allons dégager quelques moments remarquables de chaque classe en relation avec l'évènement socio-historique de cette période.

La classe 1, traitant davantage des secteurs d'activité, en particulier du secteur automobile et aérien, est présente du début 2008 au début 2011, tel fait semble raisonnable en observant le graphique suivant qui démontre la chute de l'activité pendant cette période.

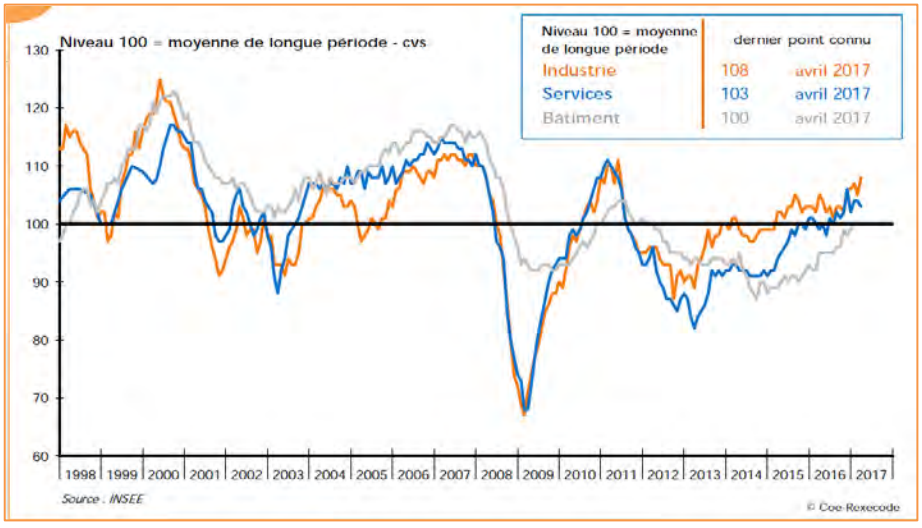

Figure 53: Indicateur synthétique du climat des affaires (Source : INSEE)

L'année 2009 il y aura une sur-représentation, c'est le moment où il y a une forte chute dans le marché de l'automobile, avec une chute assez importante dans la vente de véhicules comparée aux années précédentes.

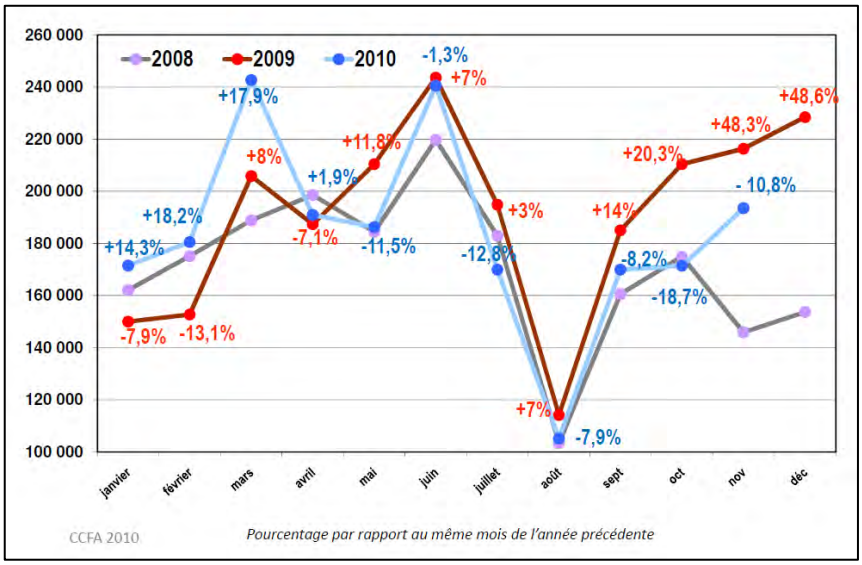

Figure 54: Comparaison immatriculations VP France 2010/2009/2008 (Source : CCFA)

Les années 2009 et 2010 ont été compliquées pour le chiffre d'affaires du secteur aérien. Dans le rapport de l'exercice de la première compagnie aérienne française, Air France – KLM, le président du Conseil d'administration, Jean-Cyril Spinetta, affirmait *« Air France-KLM sort d'un exercice 2009-10 très difficile dans un contexte marqué par l'une des plus graves crises économiques de l'histoire mondiale. Comme nos résultats au 31 mars 2010 en témoignent, celle-ci a particulièrement affecté le secteur du transport aérien. »*. Le résultat d'exploitation du secteur aérien européen accuse une perte de 3,9 milliards de dollars en 2009.

De même, la baisse de la fréquentation de ce type de transport, au profit de la voiture, dans les voyages nationaux et internationaux pendant cette période marque le début d'une récession économique.

Ainsi la volatilité du prix de pétrole (à la hausse plutôt) a eu entre autres conséquences, une diminution de la marge de bénéfice des entreprises de transport. Pour Air France-KLM, ce renversement a causé une perte opérationnelle de l'exercice 2009-2010 de 637 millions d'euros (rapport annuel 2009-2010 Air France – KLM).

La classe 2 va être sur-représentée essentiellement du printemps 2009 au début 2011. Dans cette classe, est inclus le lexique abordant les indicateurs économiques,

qui sont le thermomètre de la situation de l'économie d'un pays. Sa présence coïncide par conséquent au moment où commencent à baisser ces indicateurs et l'économie tombe en récession.

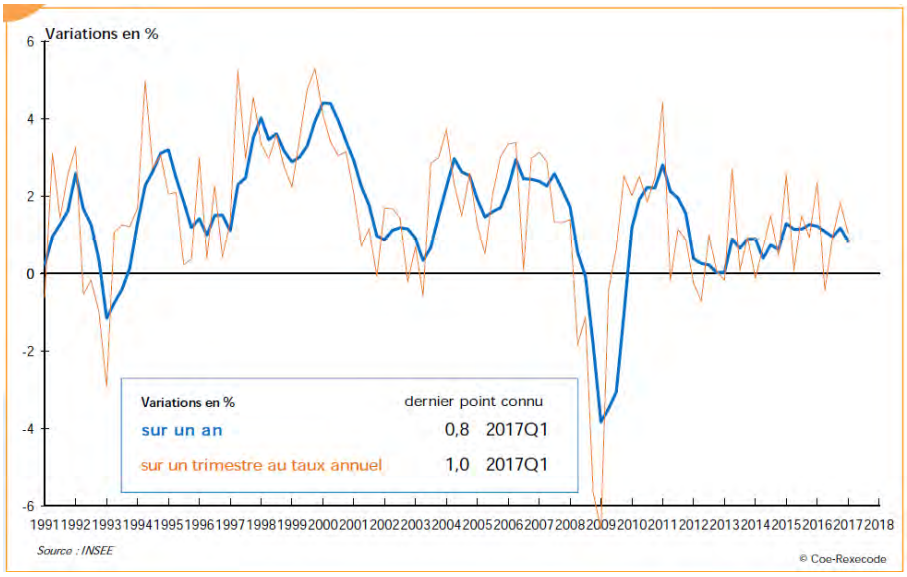

Figure 55: Croissance du PIB en volume France (Source : INSEE)

La classe 7, qui contient le lexique portant sur des questions bancaires et monétaires, est plus présente fin 2008 et début 2009, apparaîtra d'ailleurs de manière intermittente pendant les six années de notre étude, si on prend en compte que cette crise a commencé par des problèmes financiers ont été à l'origine de cette crise, « *la crise bancaire a connu son point d'orgue le 15 septembre dernier avec la faillite de Lehman Brothers. À partir de cette date, la crise a pris une autre dimension et d'une crise bancaire nous sommes passés à une crise financière planétaire aux effets économiques et sociaux sans précédents depuis la Seconde Guerre mondiale* » (Plane et Pujals, 2009). Au cœur de l'AFP, Zamora affirme « *on croyait que les banques en Europe s'effondreraient, il y avait des banques en Angleterre que se sont effondrées. C'étaient des évènements importants, ça a fait peur à tout le monde quand les banques se sont effondrées (2008-2009)* ». Ces faits nous pouvons les remarquer sur le graphique suivant :

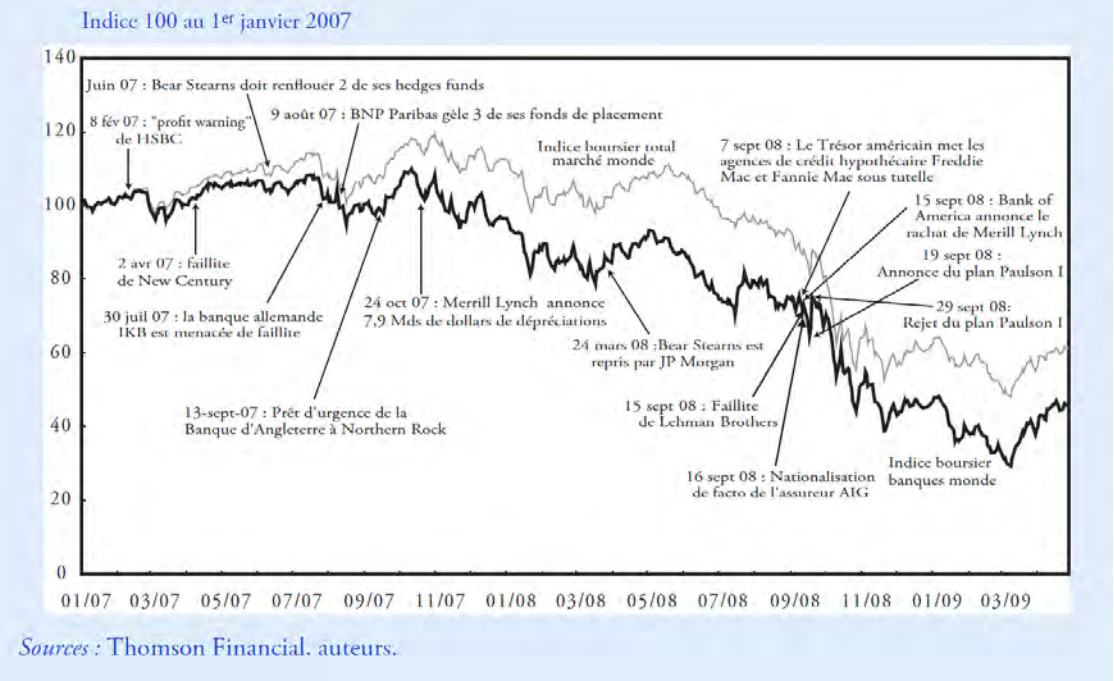

Figure 56: Chronologie de la crise - Les indices boursiers (Source : Plane et Pujals, 2009)

En effet, cette classe 7 aura une présence importante de juillet 2011 jusqu'à la fin de cette année, c'est un moment où les indicateurs économiques de l'Europe ne sont pas positifs.

Il y aura, néanmoins, à la fin de cette période analysée, d'autres moments clés. Quand l'agence de notation Standard&Poor's[37] a retiré son triple A à la France (12/07/2013).

Le même phénomène apparaît, et de façon plus remarquable encore, pour l'agence EFE, où le niveau économique (classes 1, 2, 4 et 7) et l' Europe (classe 6) dominent dans un premier temps, pour changer brutalement à la fin 2011, et laisser la place à des questions liées aux mesures d'austérité (classe 3), et à des aspects plus sociaux qui concernent la politique nationale (classes 8 et 9).

La classe 7, dédiée aux informations des secteurs d'activité, est fortement présente durant l'année 2010, cela peut correspondre à la baisse de production et vente

37 Cette agence est chargée d'évaluer le risque de solvabilité des emprunteurs, le triple A étant la valeur de plus haute fiabilité et de moins risqué de non remboursement de la dette à long terme.

du secteur de l'automobile et aussi, aux effets qu'a eu le lancement du plan 2000E[38] mis en place par le gouvernement de Zapatero l'année précédente, comme mesure pour revitaliser le marché de l'automobile très touché depuis l'arrivée de la crise, mais qui n'a pas eu les effets désirés.

«*El ejemplo más fehaciente es que en la segunda mitad de 2009, con la primera fase de las ayudas del Plan 2000E en todo lo alto, se matricularon en España 519.699 turismos frente a los 377.338 que se esperan en el mismo periodo de este año, es decir 142.631 unidades menos en términos absolutos y un retroceso del 27,4% en términos relativos* **». (Classe 7, l'EFE, 02/01/2011).**

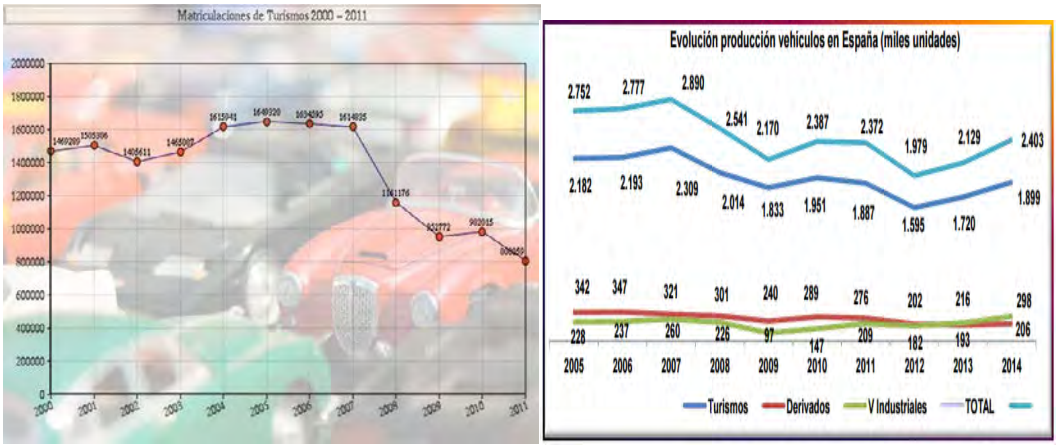

Figure 57: Immatriculations des voitures en Espagne 200 -2011 et production des véhicules 2005-2014 (Source : ANFAC)

La crise a frappé aussi le secteur agricole, en réduisant les subventions et les aides provenant de l'Union Européenne et destinées à ce secteur. En 2009, le prix reçu par le producteur pour leurs produits du marché, a été entre 30% et 51% inférieur à ceux enregistrés en 2008, alors que les consommateurs ont seulement connu une légère révision à la baisse entre 2,4% et 6% sur le prix final, d'une année à l'autre (Navarro et Garcia, 2009).

La classe 1, qui aborde toute la question des indicateurs économiques et les chiffres d'affaires, va être remarquable entre fin 2008 et début 2009, correspondant

38 Plan qui attribue des aides financières aux personnes remplaçant leur ancienne voiture par une nouvelle, dans le but de réduire aussi le niveau de pollution, car les nouvelles voitures sont moins polluantes.

à l'effondrement de l'économie espagnole et, par conséquent, à la chute du PIB et du reste des indicateurs qui montrent une décroissance de l'économie du pays, comme nous pouvons voir dans le tableau suivant où il y a une réduction du PIB annuel de 3,6% en 2009.

Evolución anual PIB España		
Fecha	PIB Mill. €	Crecimiento PIB (%)
2016	1.113.851M.€	3,2%
2015	1.075.639M.€	3,2%
2014	1.037.025M.€	1,4%
2013	1.025.634M.€	-1,7%
2012	1.039.758M.€	-2,9%
2011	1.070.413M.€	-1,0%
2010	1.080.913M.€	0,0%
2009	1.079.034M.€	-3,6%
2008	1.116.207M.€	1,1%
2007	1.080.807M.€	3,8%

Figure 58: Évolution annuelle du PIB en Espagne de 2007 à 2016 (Source INE)

La classe 2 va être très présente en 2008 et 2009. Cette classe inclut le lexique abordant les impacts de la crise sur la bourse, les compagnies aériennes et la hausse du prix du baril de pétrole. En observant le graphique, le prix du baril a atteint un niveau maximal au mois de novembre 2008 (144, 49 dollars).

Figure 59: Évolution du prix du pétrole (Source : El País)

Comme dans le cas français, les conséquences de la crise économique vont avoir un impact sur les compagnies aériennes, avec une baisse de leurs chiffres d'affaires, une hausse de licenciements et une baisse d'utilisation de la part des usagers.

La question boursière traitée aussi dans cette classe deux, va montrer ses effets tels que la montée du taux d'intérêt Euribor au mois de mai 2008, qui a dépassé pour la première fois 5%, et va provoquer l'augmentation des mensualités des hypothèques. En effet, c'est le taux le plus utilisé ces dernières années dans les conditions de crédits hypothécaires (qui aura de graves conséquences, des familles ne pourront pas payer leurs hypothèques et vont être dépossédées de leurs maisons). Le mois d'octobre 2008 va rester un autre moment clé dans le discours médiatique, puisque l'Ibex 35 a eu la plus forte baisse de l'histoire en atteignant une chute de 39,4% (13/10/2008). Ainsi en juillet 2012 la prime de risque va atteindre son record historique (638,42 points), après le sauvetage européen du système financier espagnol.

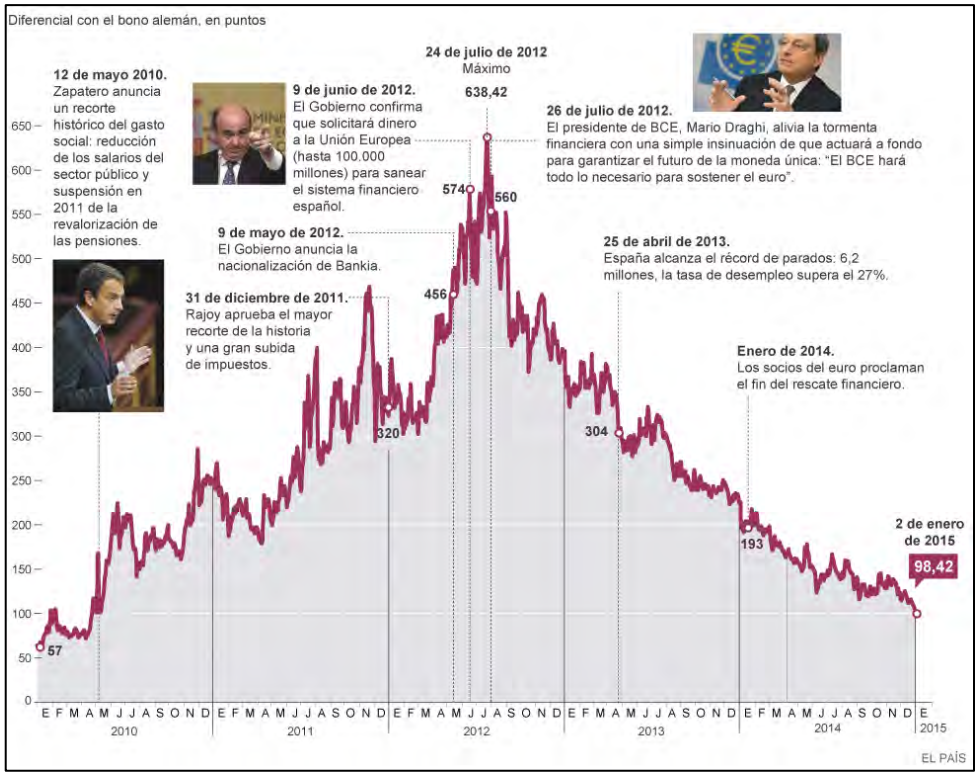

Figure 60: Évolution de la prime de risque espagnole (Source: El País)

La classe 4, traitant des effets et conséquences de la crise économique, de même que dans l'AFP, va être un peu diluée pendant toute la période, et notablement présente entre juin et novembre 2008. Pendant cette période, le président du gouvernement, José Luis Rodriguez Zapatero, annonce que le pays est en crise (le 8 juillet 2008) :

Par ailleurs, c'est lors du quatrième trimestre de 2008 que l'économie espagnole tombe en récession de manière officielle. Ce dernier trimestre finit aussi avec une hausse de chômage de presque trois millions de chômeurs. Le taux de chômage monte de manière radicale, qui aura ses pires effets l'année suivante. « L'année 2009, c'est l'année noire car c'est le moment où il y a eu le plus de destructions d'emplois », ajoute Martínez (EFE).

Après, cette classe 4 sera présente dans des moments précis, par exemple entre mai et juin 2010, c'est le moment où l'Espagne sort de la récession avec une croissance de 0,1% du PIB, pour retomber de nouveau en récession ensuite. De même, en mai 2010, a lieu l'intervention de la caisse d'épargne Caja Sur et la publication du plan d'une coupe budgétaire de 15 milliards d'euros dans les dépenses publiques.

L'autre moment dans lequel nous verrons ressortir la classe 4 c'est la période de mai à juillet 2012, en raison de la nationalisation de la banque Bankia et aussi de nombreuses rumeurs sur la question du sauvetage total du pays espagnol.

A cause de la crise économique qui a frappé fortement le système bancaire espagnol, il y a eu une restructuration importante de ce système, qui a réduit considérablement le nombre de caisses d'épargne et à laquelle seulement quatre grands groupes bancaires ont survécu, comme nous pouvons observer dans le suivant graphique :

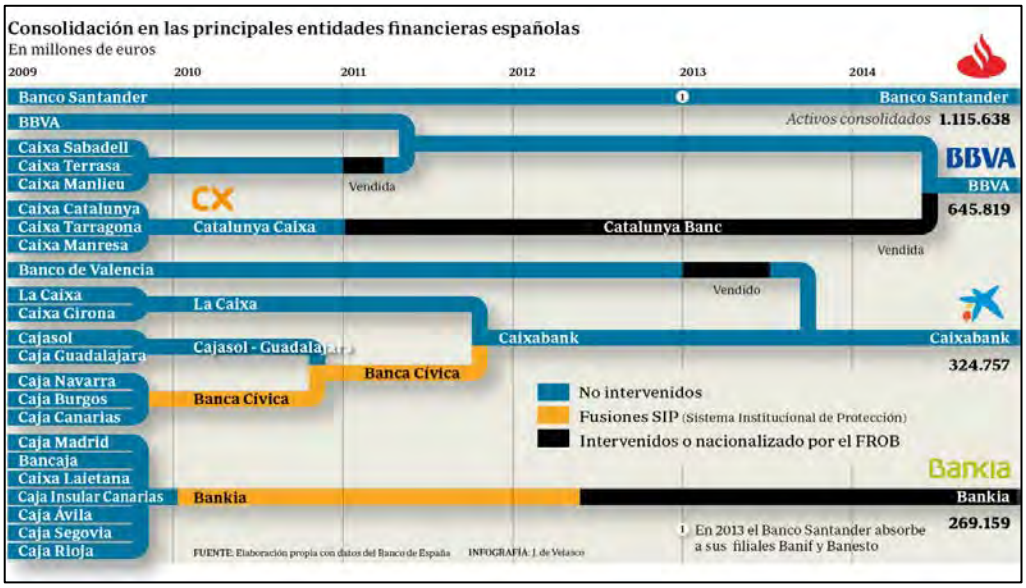

Figure 61: Restructuration du système financière espagnol (Source : ABC)

D'autres thématiques prennent alors plus d'importance. Plus précisément, on observe une rupture thématique en juin 2011, moment durant lequel l'AFP commence à moins évoquer la macroéconomie, le budget et la mondialisation (classes 1, 2, 3 et 7) pour se tourner vers les aspects nationaux, électoraux, internationaux et culturels (classes 4, 5, 6, 8 et 9).

Les deux agences passent donc d'un cadrage économique à un cadrage politique, entre 2010 et 2011 pour la France, entre 2011 et 2012 pour l'Espagne.

La politique internationale et l'Europe sont sur-représentées en 2008 (classes 5 et 8), au moment du déclenchement de la crise, mais leur proportion tend à diminuer avec le temps. La présence de la classe 8, traitant des questions de politique internationale, initiera la période, puis va être essentiellement présente à partir de 2011.

Sa présence en 2008 (notamment en novembre) et au début 2009, peut-être à cause de la crise, est née aux Etats-Unis avec le subprimes et a contaminé le monde entier. Ensuite, les États-Unis vont récupérer plus vite.

Figure 62: Faillite de la banque américaine Lehman Brothers 15/09/2008 (Source AFP)

Pendant les mois d'août et septembre 2011, les bourses de valeurs ont connu de fortes baisses. Le 8 août est connu comme le « *lundi noir boursier* » à Wall Street, puisqu'il a chuté de 5,5 %, suite à la perte du triple A aux Etats-Unis annoncé par Standard & Poor's trois jours avant.

Nous verrons ressortir aussi la classe 8 en 2012 et 2013. Le changement de gouvernement américain a eu lieu cette année-là. Le 6 novembre 2012, l'élection américaine a donné la place au démocrate Barack Obama pour présider à la Maison Blanche. Ce qui justifie la haute présence de cette classe pendant cette période. En effet, il y a eu des mesures politiques différentes pour faire face, entre autres, à la crise économique.

Hors de l'Union Européenne, des événements remarquables vont avoir également leur présence dans la chronologie de notre classification. Par exemple, en Egypte après les révolutions égyptiennes de 2011 et la démission de son président Hosni Moubarak, le 30 juin 2012 est élu pour la première fois démocratiquement le président de la République, Mohamed Morsi, du parti Liberté et Justice, en représentation du parti islamiste. Il sera le premier civil à occuper ce poste ; cependant, son mandat ne durera pas trop, car le 3 juillet 2013, il est renversé par un coup d'Etat organisé par l'armée.

Au niveau de la politique nationale, la classe 6 traite de toutes les questions des élections, notamment en France, mais aussi dans d'autres pays comme l'Espagne. Chaque élection va être précédée de campagnes électorales et de sondages. Elle sera notamment sur-représentée à partir de 2011, même s'il y aura des moments précis précédemment, tels que le moment des élections municipales 9-16 mars 2008. Ou encore aux élections européennes en France[39] qui se sont déroulées le 7 juin 2009.

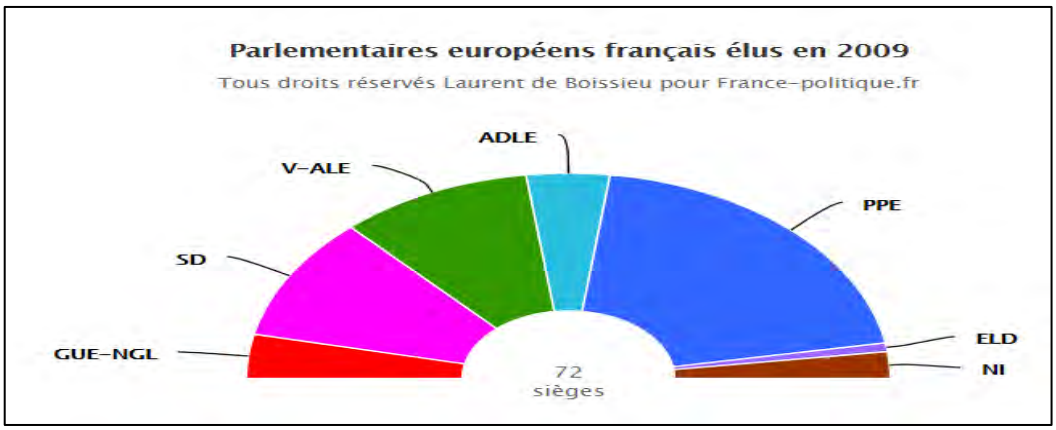

Figure 63: Résultats des élections européennes en France 2009 (Source: France-politique.fr)

Nous voyons apparaître également au mois de mars 2010 la classe 6, coïncidant avec la célébration des élections régionales (entre le 14 et le 21), qui ont donné un triomphe remarquable à la gauche (parti d'opposition à ce moment-là).

39 Ces élections permettent les Français de choisir les 723 députés représentant la France au Parlement européen pour une législature de cinq ans.

Figure 64: Résultats Elections Régionales France 2010 (Source: france-politique.fr)

Suite au duel entre le Front National (FN) et le Parti Socialiste (PS) au second tour des élections cantonales de mars 2011, nous voyons ressortir ce moment dans notre classification, qui précède les élections présidentielles.

Dans ce contexte de crise économique va avoir lieu l'élection présidentielle le 22 avril et le 6 mai 2012, qui donnera la victoire à François Hollande du Parti Socialiste.

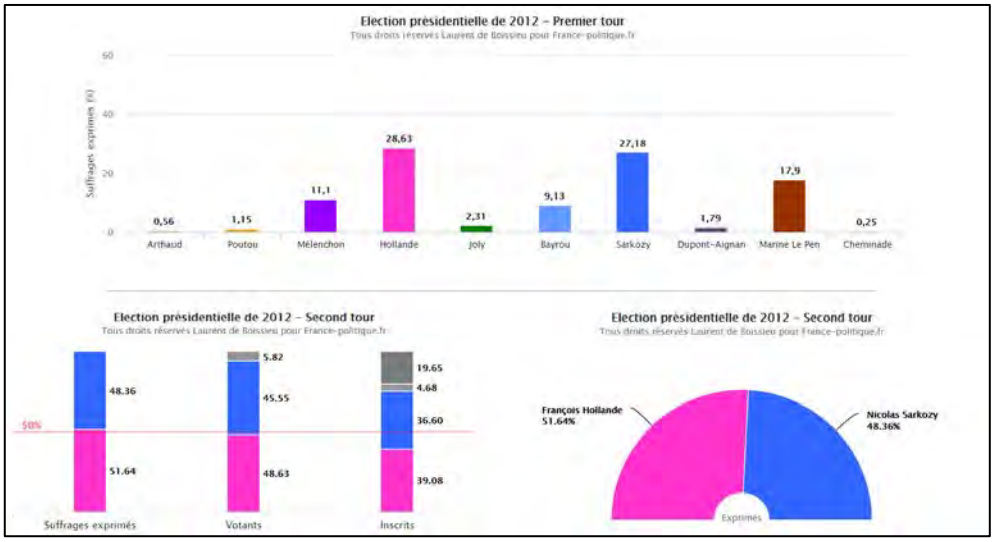

Figure 65: Résultat de l'élection présidentielle en France 2012 (Source: france-politique.fr)

Ce changement de gouvernement et de couleur politique va avoir une influence dans le discours médiatique de l'AFP.

La classe 4 traite de la politique nationale, et va être présente à partir de la fin 2011. Au début 2012 le gouvernement de Sarkozy va mettre en place des mesures et des réductions des dépenses publiques pour atténuer la baisse des indicateurs économiques et la hausse de chômage.

Le quinquennat de Hollande a été marqué par des difficultés économiques : chômage en hausse, finances publiques dégradées, croissance en berne et crise européenne, donc il aura la tâche d'améliorer la situation qui touche son pays.

Le gouvernement de Sarkozy a reculé l'âge de la retraite de 60 à 62 ans. En juillet 2012 Hollande rétablit par décret le retour à la retraite à 60 ans, ce même mois, le président annonce une augmentation de 2% du SMIC. Depuis le 1er juillet 2012, le SMIC net (c'est-à-dire compte tenu des cotisations) est passé, pour 35 heures, de 1 118,29 euros mensuels à 1 128,70 euros. En octobre de la même année il y aura une montée de 1,6 de la TVA.

En janvier 2013 a été créée la Banque Publique d'Investissement (BPI), avec l'objectif de faciliter l'accès au financement aux PME "innovantes". Elle dispose pour ce faire d'une dotation de 42 milliards d'euros à répartir en subventions, prêts ou investissements.

Le 17 mai 2013, le président approuve la loi qui autorise le mariage homosexuel et qui a créé plusieurs manifestations sociales.

Annoncé par Hollande à la fin de l'année 2013, le pacte de responsabilité et de solidarité constitue un ensemble de mesures pour re-dynamiser l'économie française. Ce plan veut rendre les entreprises compétitives, alléger leurs charges et rendre plus faciles les conditions de la création d'emplois.

La classe 5 qui aborde la thématique de l'Europe (des faits et des mesures mises en place pour sortir de la crise), va être un peu présent en 2008 (de septembre à novembre) et 2009 (février et mars), mais elle sera essentiellement visible à partir de 2012. Le dernier trimestre de 2008 est le moment où l'économie de quelques pays européens entre en récession. L'économie irlandaise est la première à entrer en récession en septembre de 2008, puisque son PIB recule de 3,5% et le déficit public

atteint 7,2% du PIB. Mais le déficit sera un problème réel dans beaucoup de pays d'Europe tel que nous pouvons constater dans le graphique suivant.

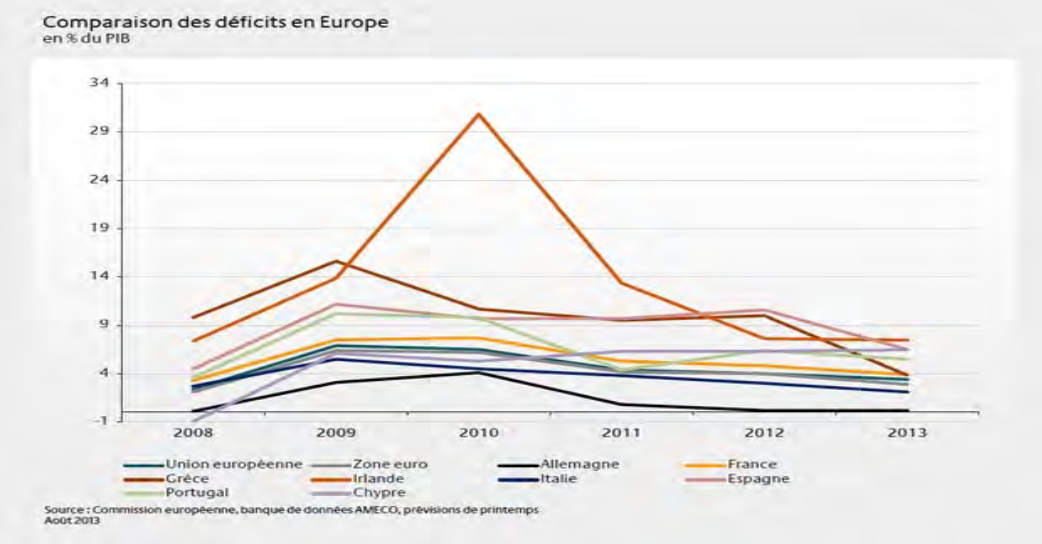

Figure 66: Comparaison des déficits en Europe en % du PIB (Source: Ministère Fédérale des Finances)

La classe 5 ressort aussi le mois de juin 2010. Dans ce mois, après le changement de gouvernement, les fausses statistiques sur les indicateurs économiques de la Grèce sont découvertes. Athènes annonce que ses finances publiques sont bien plus dégradées que prévu, et les agences de notation abaissent la note du pays et font monter les taux d'intérêt. En mai 2010, on arrive à un accord financier entre le gouvernement grec et la Troïka[40], pour sauver le pays. Depuis 2010, 260 milliards d'euros ont été prêtés à la Grèce. Mais il y aura des conditions assez strictes et sévères mises en place par la Troïka telles que : diminution des retraites et allongement de la durée de cotisation pour les retraites (de 37 annuités à 40 en 2015), diminution des salaires, gel des salaires des fonctionnaires pendant 3 ans, augmentation des impôts, licenciements et privatisations. Ces mesures d'austérité auront des conséquences sociales graves et beaucoup de grèves et manifestations sociales vont se succéder.

40 C'est formée par la Commission Européenne, la Banque Centrale Européenne et le Fonds Monétaire International.

Après la difficile situation de la Grèce et pour éviter l'effet de contagion aux autres pays, l'Union Européenne va créer le 10 mai 2010 le Fonds européen de stabilité financière (FESF) doté de 750 milliards d'euros, pour doter les pays de l'aide nécessairequi en ont besoin et éviter la chute de la zone euro.

Mais le mois de novembre 2010, la classe 5 a de nouveau une présence remarquable. C'est le moment où l'Irlande négocie un plan de sauvetage avec la Troïka. C'est précisément à partir de 2010 que l'Europe doit faire face à la crise de la dette de la zone euro, jusqu'en 2013, lorsqu'elle va sortir de la récession.

Le mois de novembre 2011, il y aura également une sur-représentation de la classe 5, car il y a un changement dans la présidence de la Banque Centrale Européenne (BCE) - Mario Dragui, remplaçant de Jean-Claude Trichet - et la démission du premier ministre grec George Papandreou, qui produira des changements dans la gestion des politiques pour sortir de la crise.

Quelques semaines avant l'approbation du deuxième sauvetage financier de la Grèce, (fait le 21 février 2012, avec un crédit de 130 milliards euros sous des conditions strictes. Ils accordent un renoncement volontaire de 53, 5 % des créances), l'AFP va traiter ce sujet sur la crise économique, c'est pour cette raison que la classe 5 sera sur-représentée au mois de janvier 2012.

En octobre 2012, entre en vigueur le Mécanisme européen de stabilité (MES), (remplaçant le FESF mis en place en 2010), mais avec le même but d'être un instrument qui doit servir à recapitaliser directement les banques de la zone euro.

Après la Grèce, l'Irlande et le Portugal, confrontés à des déficits budgétaires importants, ont eu besoin également d'un sauvetage de leur paysde la part de la Troïka. Des pays comme l'Espagne, Chypre et l'Italie ont demandé des aides pour Venir en aide de leur système bancaire.

Le 26 juillet 2013, la classe 5 est plus présente correspondant au moment où Mario Draghi a annoncé devant les investisseurs à Londres qu'on fera tout le nécessaire pour sauver l'Europe.

Du côté du traitement politique de l'agence espagnole nous pouvons relever la présence de plusieurs classes (3, 5, 6, 8 et 9).

La classe 9, qui s'occupe de la politique internationale et des affaires sociales et culturelles est franchement présente depuis janvier 2012 jusqu'à la fin de la période analysée. Comme l'agence française, l'EFE va aborder les élections américaines et les nouvelles politiques mises en place par le nouveau gouvernement de la Maison Blanche, avec Barack Obama en tête. Il abordera également les relations d'Espagne avec les pays de l'Amérique du Sud. En 2013 il y aura des moments sur-représentés dans cette classe, tels que la mort du président du Vénézuela, Hugo Chavez, le 5 mars 2013. De même, le 13 mars le Pape Jorge Mario Bergoglio succède à Benoît XVI. Il est le premier né hors d'Europe et aussi le premier depuis plus de mille ans à choisir un nom inédit, François, et sa trajectoire va être assez différente de ses prédécesseurs. En mai et juin 2013 se produisent de fortes manifestations sociales en Turquie à cause de l'intention de détruire un parc naturel à Istanbul pour construire un centre commercial. Les forces de l'ordre vont appliquer des mesures dures et agressives contre les manifestants, qui vont attirer l'attention même de l'Union Européenne en dénonçant une violence excessive par la police turque.

La classe 8 de l'EFE dédiée à la politique nationale et toutes les questions des élections, va être présente à plusieurs reprises pendant toute la période analysée (2008-2014). Plutôt en 2008 puisque les élections se sont célébrées le 9 mars. Les mois d'avril et mai 2009, restent importants car le ministre de l'économie Pedro Solbes est remplacé par Elena Salgado, compte tenu des tensions entre le président du gouvernement et le ministre concernant la manière de concevoir et traiter la crise économique. Ainsi, en septembre de la même année, une augmentation de la TVA aura lieu, qui n'était pas prévue dans le programme électoral du Président Zapatero.

Il sera notablement présent le mois de février 2012 coïncidant avec l'approbation de la réforme du travail faite par le gouvernement de Rajoy. Le mois de mai de cette même année est aussi à signaler, car c'est le moment où le gouver-

nement prendra la décision d'injecter de l'argent à la banque Bankia[41], et en juin le sujet s'avère indispensable dans ce cas le gouvernement va recevoir l'aide financière de l'Europe.

La classe 3 qui aborde les mesures d'austérité prises par le gouvernement pour sortir de la crise, apparaît essentiellement à partir de la fin 2011, à l'exception du mois de mai 2010 qui est le moment où le gouvernement de Zapatero annonce un pack de mesures d'austérité, en raison d'une coupe budgétaire de 15 milliards d'euros dans les dépenses publiques, une réduction de 5% du salaire des fonctionnaires et une réduction de 15% du salaire des membres du gouvernement, la suppression du chèque bébé, le gel des pensions (sauf les pensions minimes et les non contributives).

Le 30 décembre 2011, le nouveau gouvernement entrant va annoncer un ensemble de mesures d'austérités très drastiques, généralisées dans le secteur public, une baisse du nombre d'employés, une coupe budgétaire dans le secteur de l'éducation et de la santé, une augmentation de la TVA. La classe trois va être surreprésentée également pendant toute l'année 2012 où il y a eu des changements, dont la réforme de la législation du travail, qui impliquait faciliter l'embauche (surtout chez les jeunes et les chômeurs de longue durée), stimuler les CDI et que le licenciement soit le dernier recours de l'entreprise en crise. En juin 2012 il a annouché plusieurs coupures budgétaires.

Entre le 20 et le 24 juillet 2012 a lieu la demande de sauvetage financier des quelques « Comunidades Autonomas » (régions), car elles sont surendettées et ne peuvent pas les payer. Ce sont Valencia, Murcia et Cataluña, et elles demandent de l'argent au gouvernement central pour pouvoir faire face à leurs dettes. Egalement en août 2012 Standard&Poors conseille à l'Espagne de demander le sauvetage total du pays.

41 Cette banque est issue de la fusion de plusieurs caisses d'épargne (Caja Madrid, Bancaja, la Caja de Canarias, Caixa Laietanta, Caja Rioja, Caja Avila y Caja Segovia).

En avril 2013 le gouvernement approuve le « Programa de Estabilidad y el Plan de Reformas » (Programme de stabilité et plan de réformes) et le soumet au Conseil des ministres de l'Union Européenne et la Commission Européenne. L'objectif est de coordonner les politiques économiques nationales et d'atteindre les objectifs fixés pour l'Union européenne dans son ensemble. Avec ce programme, la Commission et les ministres des finances évaluent si les États membres sont sur la bonne voie pour atteindre les objectifs budgétaires à moyen terme, et cela repose sur deux éléments: l'analyse du solde structurel et la valeur de référence des dépenses (Ministerio de Hacienda y Función Pública).

La classe 5 dédiée aux questions syndicales est présente dans de moments ponctuels, par exemple en mars 2009, moment où il y a eu lieu la première intervention d'une caisse d'épargne, comme c'est le cas de CCM qui a été appuyée par les principaux syndicats (CCOO, UGT et CSICA).

En mars 2012, a eu lieu une grève générale sous le slogan : *« Quieren acabar con todo, con los derechos laborales y sindicales »* (ils vont en finir avec tout, les droits du travail et syndicaux), suite à l'approbation de la réforme sur la législation du travail.

En mars 2013 elle est encore fortement présente, c'est le moment où le chômage est arrivé à son record historique, 26,9% de chômeurs, qui se traduit en plus de 6 millions de personnes.

La classe 6, qui fait partie du traitement de tout ce qui est autour des questions européennes, a des apparitions concrètes. Par exemple au mois de mars 2009 elle est plus présente, pendant la campagne électorale espagnole au parlement européen, qui ont eu lieu le 9 juin 2009. En mai et juin 2010, on relève la présence de la question européenne, prenant en compte le moment où commence la crise de la dette souveraine de la zone Euro. Tous les pays avaient, en effet, un déficit élevé. Depuis le début de la crise financière, certains pays européens ont connu une très forte progression de leur dette publique, liée notamment à l'augmentation de leurs dépenses pour soutenir leur économie, ou venir en aide à leur système bancaire, comme par exemple la Société Générale, qui a conduit l'Union européenne à mettre en place un

dispositif pour protéger la zone euro. D'où, l'obligation d'arriver à un déficit maximum de 3%.

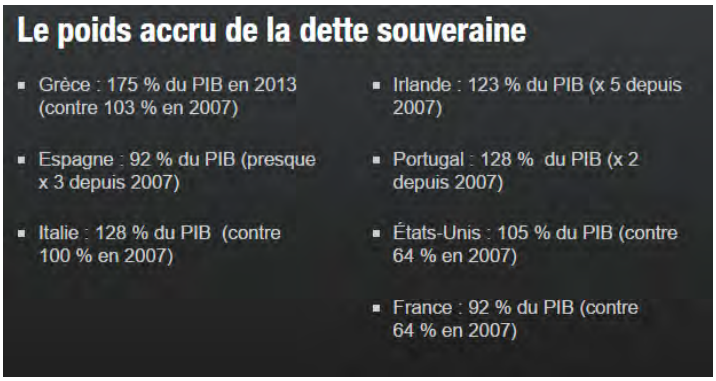

Figure 67: Crise de la dette souveraine en Europe (Source: Société Générale)

La question européenne va être également remarquable les mois de juin et juillet 2012, parce que le 9 juin 2012 a lieu le sauvetage financier d'Espagne, l'Eurogroupe fait une contribution de 100 millions d'euros au FROB[42] pour le donner aux banques qui en ont besoin, et ces banques sauvées seront soumises au contrôle de la UE et devront respecter ces normes.

Présente aussi en mai et juin 2010, cela peut être dû aussi au premier sauvetage de la Grèce, les pays européens et le FMI refinancent la dette grecque en échange d'un plan d'austérité budgétaire drastique, elle aura un deuxième sauvetage le 2 octobre 2011 et le troisième le 11 août 2015. Egalement en décembre 2013 l'Irlande sera sauvée et en mai 2014 le Portugal.

Trois facteurs explicatifs de ces ruptures nous semblent pouvoir être avancés : le chômage, le changement de gouvernement et les affaires politico-financières.

- **Le chômage**

Même si la crise économique a touché plusieurs aspects de l'économie espagnole, la dégradation de l'emploi a été l'une des conséquences les plus évidentes et

42 Fondo de Reestructuración y Ordenación Bancaria (le fonds de restructuration et de la gestion de la banque).

graves de cette récession économique, puisque le nombre de chômeurs a dépassé six millions au début 2013.

En faisant la question suivante dans les entretiens aux journalistes de l'EFE, elles ont toutes fait référence au même évènement: Si on vous dit « Crise économique en Espagne » quelle est la première idée qui vous vient à l'esprit?

La partie la plus dramatique de la crise a été la perte d'emploi (Almudena Domenech – Ex-Chef de la rubrique de Société de l'Agence EFE).

La première chose qui me vient à l'esprit c'est le chômage, que je pense est le plus immédiat et la conséquence la plus importante que cette crise a générée (Carmen Portillo – Chef de la rubrique d'Economie de l'EFE).

Le chômage a été l'effet le plus brutal dû à la crise (Matilde Martínez – Chef de la sous-rubrique Macroéconomie et de travail).

Le mot « desempleo » (chômage) est présent dans trois classes de notre classification (classes 1, 4 et 5), l'EFE va utiliser également son synonyme « paro » présent dans les mêmes classes et avec le même sens.

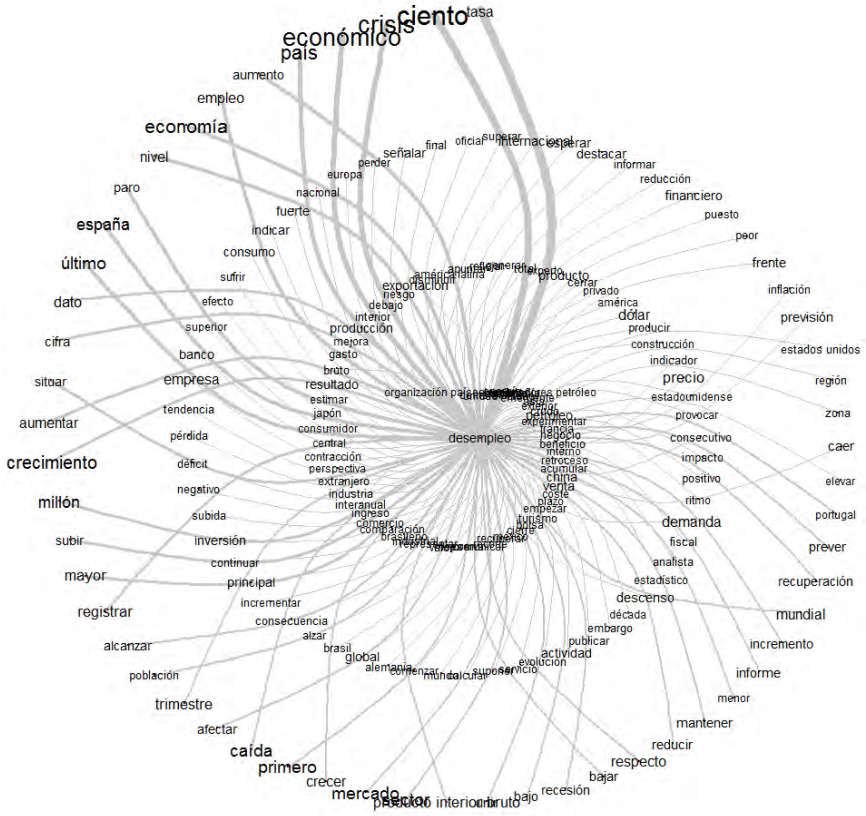

Figure 68: Graphique du mot « desempleo »

Mais *« desempleo »* apparait de la façon la plus significative dans la classe 1 (chi² 3425,526), où il fait référence à un indicateur économique mesurant l'état du pays. Cette thématique va être traitée par l'EFE surtout de 2008 à 2011.

« Con la crisis económica en 2009, el país sufre una recesión del 5,8 por ciento. La tasa de desempleo se situó en un 14,8 por ciento en 2009, pero se pronostica que debido a la recesión podría alcanzar en 2010 un 15, 6 por ciento » (23/12/2009, classe 1 de l'EFE).

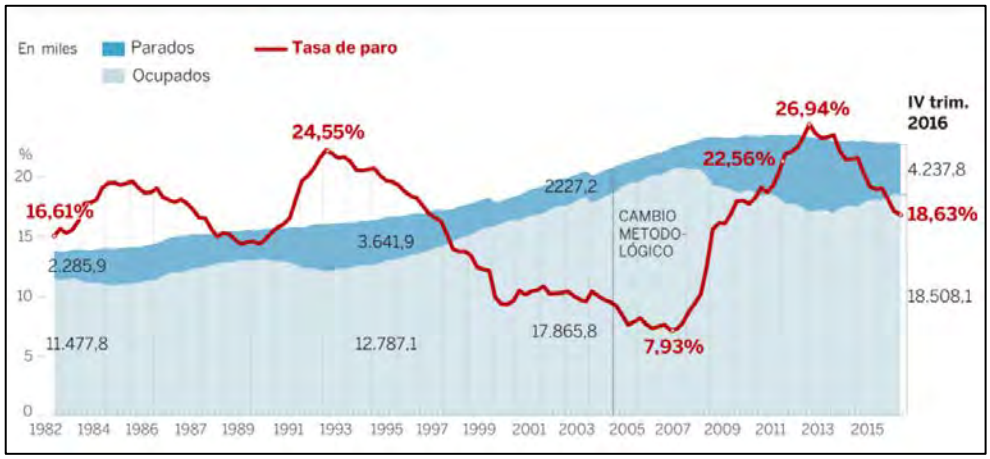

Figure 69: Evolution du taux de chômage en Espagne (Source: El Pais)

« *Desempleo* » apparaît également, mais moins massivement, dans les classes 4 (chi² 61,457) et 5 (chi² 17,759), à partir de 2012, mais il est contextualisé différemment, avec les politiques d'austérité ou en référence à la situation de l'emploi (droits, licenciements…) et dans le cadre des négociations entre les syndicats et le gouvernement.

Dans le cas de la classe 4, il fait partie d'un des problèmes auxquels il faut faire face, et il va être inclus dans les politiques d'austérité qui ont été mises en place pour sortir de la crise. C'est pour cela qu'on verra apparaître la classe 4 à partir de 2012, c'est le moment où le nouveau gouvernement de Mariano Rajoy (PP) vient d'être formé, et qui a mis en place les mesures les plus drastiques, donc le chômage sera plus traité d'un point de vue politique.

Dans les graphiques suivants, nous pouvons remarquer à quel point l'emploi était un secteur touché et comment l'offre d'emploi public est descendue drastiquement dès le début de la crise. De même, on constate une augmentation du nombre de contrats temporaires.

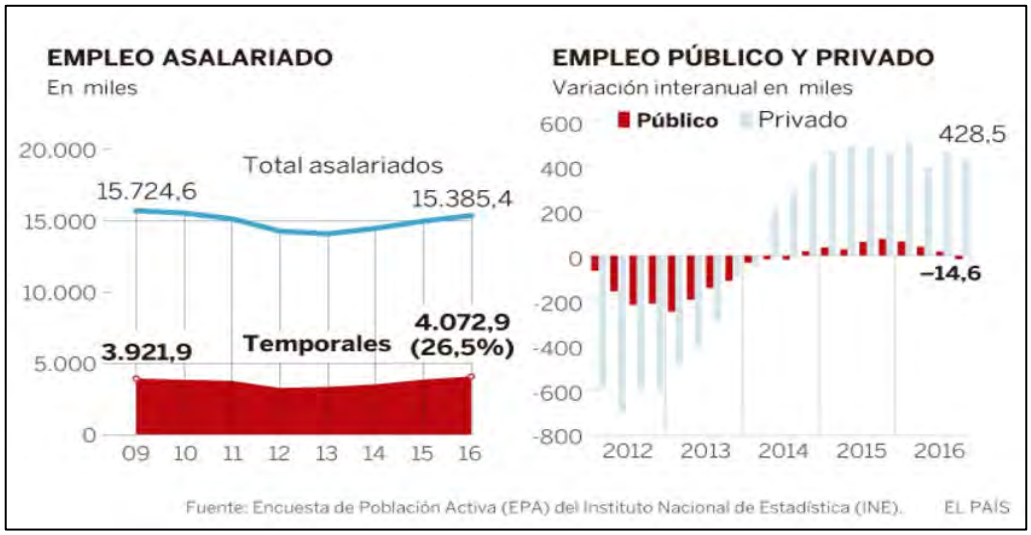

Figure 70: Des variations de l'emploi salarié et temporal (graphe à gauche) et de l'emploi public (graphe à droite) (Source: INE - El Pais)

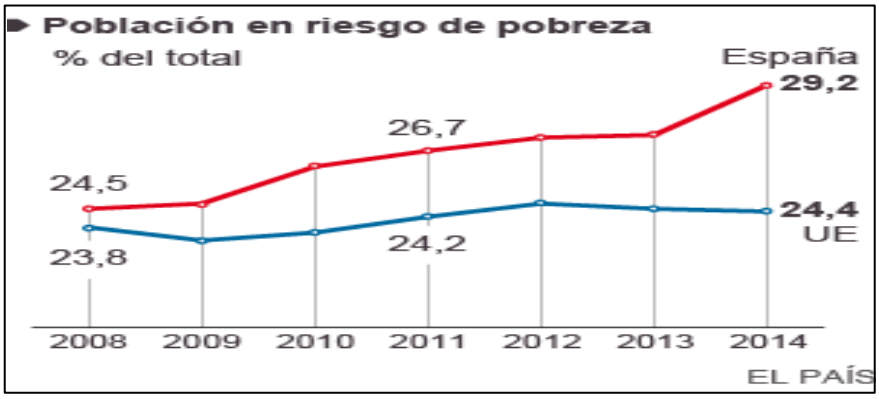

Figure 71: Index de population en risque de pauvreté en Espagne en comparaison avec l'UE (Source: El Pais)

« Ante la situación del país, que González ha conminado al presidente del gobierno Mariano Rajoy a que cambie radicalmente sus políticas, y a que reconozca que después de un año de vigencia la reforma laboral ha generado más desempleo » (04/03/2013, classe 4 de l'EFE).

Et la classe 5 est la troisième dans laquelle apparaît aussi « *desempleo* » (chi² 17.759), où il fait partie d'un sujet qui est la négociation entre syndicats et le gouvernement, surtout plutôt en référence à la situation dans le milieu du travail (les droits, les licenciements…). Les syndicats vont utiliser aussi le problème du chômage, comme une épreuve de la mauvaise gestion du gouvernement. La présence de

cette classe va être spécialement importante en 2010, il s'agit de l'année où il a été approuvé la première réforme du travail, mise en place par le gouvernement de Zapatero (PSOE) le 9 septembre 2010, qui a donné lieu à une grève générale le 29 septembre 2010 convoquée par les syndicats puisqu' ils n'étaient pas d'accord, ils estimaient que la nouvelle loi augmentait la dérégulation du marché de travail et n'était pas une mesure adéquate pour la création d'emploi.

« Toxo (UGT) y Méndez (CCOO) han coincidido en asegurar que no perciben que la sociedad cuestione a los sindicatos, y que por el contrario la convocatoria de huelga y las movilizaciones serán un éxito y obligarán al gobierno a rectificar sobre la reforma laboral » (24/09/2010, classe 5 de l'EFE).

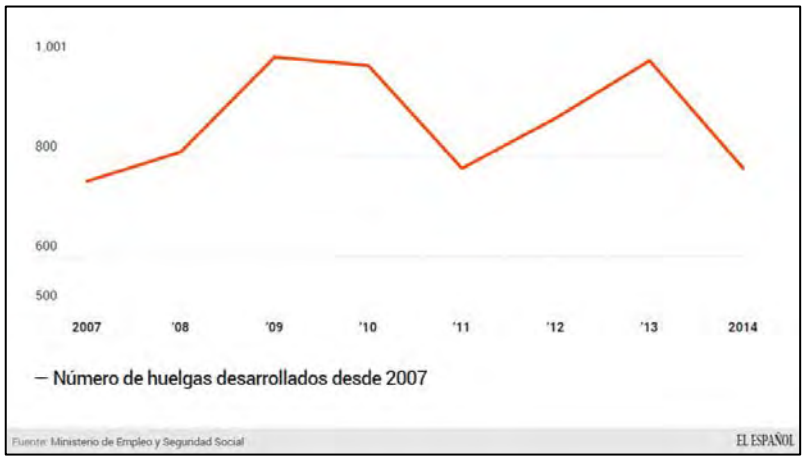

Figure 72: Nombre de grèves en Espagne de 2007 à 2014 (Source: El Español)

Donc le chômage va être un élément clé pour comprendre la crise espagnole et même son discours médiatique, mais il ne va pas en être de même pour la France, où le mot « chômage » est présent exclusivement dans les classes 2 et 3.

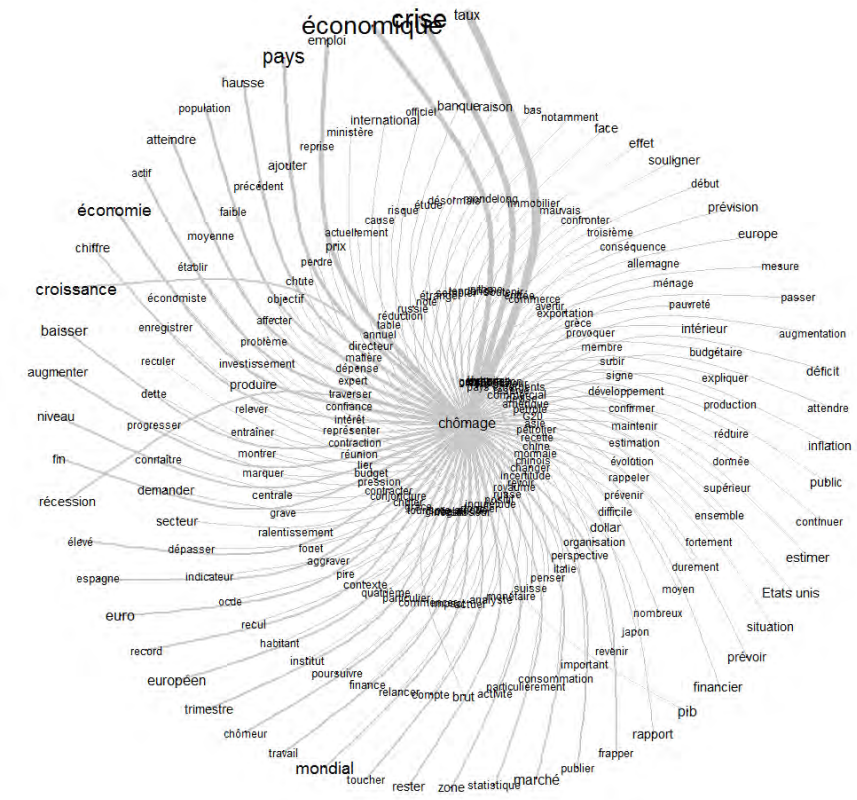

Figure 73: Graphique du mot « chômage »

Comme pour son homologue espagnol, il est abordé comme un indicateur de santé économique du pays, et également en début de période (2009-2010), mais il est davantage contextualisé comme un problème international, en référence à d'autres pays particulièrement frappés par la crise.

Dans la classe 2 (chi² 14357.556) il est abordé comme un problème qui touche quelques pays sur le plan international et il sera traité principalement entre 2009 et 2010.

« Le taux de chômage espagnol atteint lui aussi un niveau record avec 17,36% au premier trimestre, ce qui est le plus haut niveau enregistré en Espagne depuis fin 1998, et s'affiche comme un niveau record parmi les pays de la zone euro » (24/04/2009, classe 2 de l'AFP).

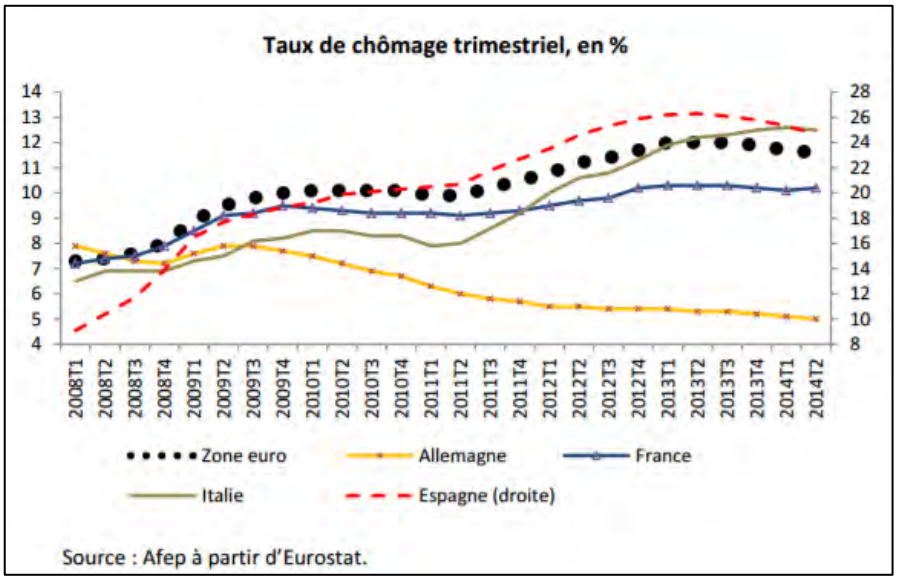

Figure 74: Evolution du taux de chômage dans quelques pays de l'Europe (Source: Afep - Eurostat)

Dans la classe 3 (chi² 417.717), il est fait référence plus au contexte national, mais il y a une référence importante au chômage des autres pays aussi, plutôt abordé comme une des conséquences de la crise économique et de la récession économique. Ce sujet sera principalement abordé jusqu'en 2011. Même si la chute n'a pas été aussi considérable qu'en Espagne, le taux de chômage a monté également à partir de 2010.

« Sarkozy a estimé qu'au regard de la montée du chômage et de l'engouement vers la création d'entreprises, les moyens actuels risquent d'être insuffisants dans les semaines à venir » (14/05/2009, classe 3 de l'AFP)

Figure 75: Taux de chômage en France (Source: INSEE)

Contrairement à ce qui se produit en Espagne, le chômage n'est pas significativement recontextualisé dans un lexique politique en fin de période.

➢ Les changements politiques

Les deux pays sont marqués par des changements politiques importants sur la période 2008-2014.

En France, le début de la période étudiée coïncide avec l'arrivée d'un nouvel exécutif (Sarkozy, président de la République ; Fillon, premier ministre), confronté à la récession et il a pris le relais sur les mesures pour y faire face. Mais il s'agit également d'un contexte marqué par un certain nombre de troubles politiques internes : une série de polémiques ont brouillé les valeurs traditionnelles de la droite au pouvoir, une politique sécuritaire endurcie implique le Ministère de l'Immigration, de l'Intégration, de l'Identité nationale et du développement solidaire, des réformes sociales (notamment sur les retraites) divisent l'opinion. En juin 2011, la campagne de l'élection présidentielle de 2012 démarre avec les candidatures à la primaire citoyenne organisée par le PS[43]. Or, cette période correspond justement au changement de cadrage thématique dans les dépêches de l'AFP.

43 La primaire citoyenne organisée par le PS fait référence à l'élection du candidat commun du parti socialiste et du parti radical de gauche, pour désigner leur candidat pour l'élection présidentielle de 2012. Pour le premier tour il y a eu ces six candidats : François Hol-

En 2012, le nouveau gouvernement, avec Hollande (PS) en tête doit faire face à un contexte de contraction économique, absence de croissance et augmentation du taux du chômage. Contrairement à ce que l'on aurait pu attendre, on n'observe pourtant pas de retour significatif des thématiques économiques dans les dépêches de l'AFP. Il y a davantage un traitement de la politique nationale / internationale et des affaires sociales.

En Espagne, le début de la période étudiée coïncide avec la deuxième législature de José Luis Rodríguez Zapatero (PSOE). Il conduit un gouvernement qui doit faire face à l'apparition de la crise économique, prenant des mesures pour essayer de freiner la forte détérioration des indicateurs économiques, comme la hausse du chômage ou la baisse du PIB… Des décisions radicales sont prises (baisse de 5% du salaire des fonctionnaires, etc.). Septembre 2010 marque la première réforme du travail, mise en place par le gouvernement de Zapatero (PSOE), qui donne lieu à une grève générale : les syndicats vont utiliser la question du chômage comme une preuve de la mauvaise gestion du gouvernement. En novembre 2011, M. Zapatero convoque des élections anticipées et Mariano Rajoy (PP) le remplace à la Moncloa en décembre 2011. Il adopte une série de mesures d'austérité drastiques pour pallier une situation « dans le rouge » (hausse de 18% à 21% de la TVA ; augmentation de 20% des effectifs d'élèves par classe dans l'enseignement public...). Ici encore, on n'assiste pas à un retour des thématiques économiques après la mise en place du nouveau gouvernement. Elles laisseront leur place pour aborder des questions plus politiques et sociales.

---

lande, Martine Aubry, Arnaud Montebourg, Ségolène Royal, Manuel Valls et Jean-Michel Baylet, et dans le second tour il y a eu un face à face Hollande et Aubry, finalement c'est Hollande qui a gagné.

➢ **Les affaires politico-financières**

En Espagne comme en France, la période 2008-2014 est marquée par des délits financiers impliquant des personnalités politiques et même des membres de la maison royale. Mais seul le corpus espagnol comporte des références à ces affaires et plus précisément à la « corruption » (essentiellement classe 8), tant à droite avec les affaires Gürtel, Bárcenas et Nóos, qu'à gauche (PSOE) avec le cas des ERE en Andalousie.

Figure 76: Des millions d'euros fraudés dans les principaux cas de corruption en Espagne (Source: La Información)

L'enquête sur l'affaire Gürtel a commencé en 2009 par le juge de l'Audience Nationale, Baltasar Garzón. Il s'agit d'un système de corruption qui opérait principalement dans plusieurs villes de trois régions espagnoles (Madrid, Valence et sur la Costa del Sol), dans lesquelles il y a 175 personnes imputées. Les personnes impliquées sont accusées de blanchiment d'argent, de fraude fiscale, de corruption et de trafic d'influence. Le chef du complot, Francisco Correa, et ses deux collaborateurs Pablo Crespo et Antonio Sánchez sont en prison depuis le 14 février 2017 avec une peine pour les trois de treize ans de prison.

Une autre affaire qui implique une personne du parti populaire, c'est le cas de Luis Bárcenas, ex-trésorier et ancien sénateur du PP, à qui le juge a demandé une pénalité de 62 ans de prison pour fraude de procédure et 17 délits fiscaux qui au-

raient été commis entre 2000 et 2009, et en plus il est considéré comme « accrédité » de la caisse « B » du PP.

Du côté de la gauche (PSOE) c'est le cas des ERE en Andalousie qui a montré l'implication de ce parti dans une affaire de corruption. Parmi les accusés, les deux anciens présidents de cette région, José Antonio Griñán et son prédécesseur, Manuel Chaves et la conseillère du trésor public de l'Andalousie, Magdalena Álvarez, le responsable de direction générale du travail de la même région, Javier Guerrero, et plus de 270 personnes impliquées.

Cette enquête va être ouverte par la juge, Mercedes Ayala en 2011, qui a mis l'enquête contre les hauts responsables socialistes du gouvernement de l'Andalousie, les employeurs et les représentants syndicaux pour la fraude des faux ERE. Le fond de l'ERE[44] consiste en une aide financière qu'a donné le gouvernement de l'Andalousie entre les années 2001 et 2011 aux entreprises qui étaient en difficulté. Mais les chargés de faire la distribution de ces aides (855 millions d'euros) étaient les syndicats (CCOO et UGT) et cabinets de conseil ainsi que les compagnies d'assurance. Il y a eu des travailleurs qui ont profité de manière légale de ces aides, mais aussi d'autres personnes qui n'avaient jamais travaillé dans l'entreprise concernée et ils ont récupéré de l'argent. Entre 2001 et 2010, le gouvernement régional de l'Andalousie (présidé par le PSOE) a approuvé de fausses préretraites dans le contexte des ERES. L'administration a comptabilisé jusqu'à 235 bénéficiaires considérés comme suspects. Par ailleurs, 887 subventions irrégulières ont été octroyées à des entreprises (ces aides ont été gérées par le directeur général de l'emploi de cette région, imputé dans cette affaire).

Également, une autre affaire qui est ressortie pendant cette période de crise espagnole, qui implique aussi la maison royale, le cas Nóos. Les responsables de l'Institut Nóos étaient Iñaki Urdangarin, et son ancien partenaire Diego Torres, accusés de fraude fiscale, abus de confiance et de blanchiment d'argent. Cette affaire, ouverte par le député socialiste du Parlement des Iles Baléares, Antoni Diéguez, qui

44 Expediente de Regulación de Empleo (Procédure de Licenciement Economique).

dénonçait que le président de cette région Jaume Matas (PP) avait payé 1,2 millions d'euros à la Fondation NOOS lors de sa participation au Forum sur le tourisme et les sports, qui avait eu lieu pendant trois jours (entre le 22 et e 25 Novembre 2005) à Palma de Majorque. Il avait remarqué qu'il s'agissait d'un coût excessif en vérifiant les chiffres. Le juge de l'Audience Provinciale a condamné à six ans et trois mois de prison Iñaki Urdangarin. Diego Torres, ancien partenaire de Urdangarin a été condamné à huit ans et six mois de prison et le président des îles Baléares Jaume Matas, trois ans et huit mois. Ils sont accusés d'abus de confiance, détournement de fonds, de fraude, de trafic d'influence et d'infraction contre le Trésor Public.

À cela s'ajoute la tension nationaliste de la Catalogne à laquelle les deux gouvernements tentent de faire face. Dans la législature de Zapatero il y aura des procédures d'inconstitutionnalité du statut d'autonomie (approuvé pendant la première législature de Zapatero en 2006), mais il n'a pas été supporté par le Parti Populaire. Le 9 novembre 2015, malgré le désaccord du gouvernement de Mariano Rajoy et le chef de l'opposition Alfredo Pérez Rubalcaba (PSOE) qui ont envisagé que ce referendum est contraire à la Constitution et il ne pouvait pas se faire, le gouvernement régional convoque le 9 novembre 2014, un référendum pour la population catalane qui doit répondre par oui ou par non à ces deux questions: *¿Quiere que Cataluña se convierta en un Estado? Sí o no". A continuación, y en caso afirmativo, habrá una segunda cuestión: "¿Quiere que este Estado sea independiente? Sí o no".* (Voulez-vous que la Catalogne devienne un état ? En cas affirmatif, voulez-vous que cet état soit indépendant ?).

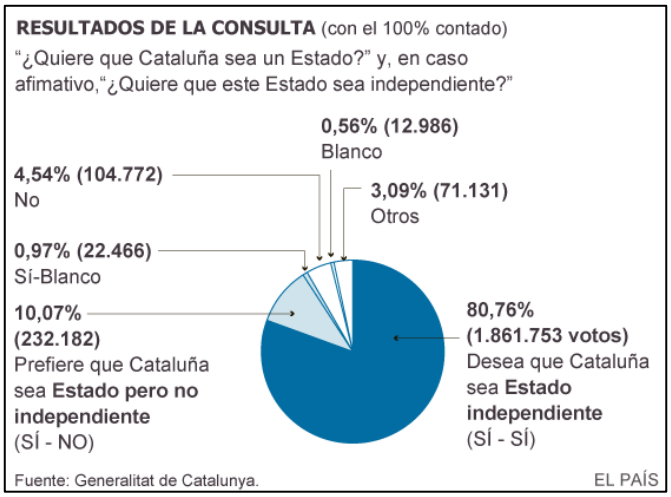

Figure 77: Résultats du référendum catalan du 9 Nov 2015 (Source: Generalitat de Catalunya - El Pais)

La participation à la consultation alternative catalane 9-N a été de 2.305.290 personnes, légèrement au-dessus de 33% de ceux qui sont appelés à voter. 80,76% des électeurs ont voté oui pour la consultation catalane aux deux questions proposées. Par conséquent, ils veulent que la Catalogne soit un État et qu'elle soit indépendante.

La crise économique qui a touché les pays européens, a déclenché un renforcement du sentiment nationaliste dans quelques régions de ces pays, dont la Catalogne en Espagne. Ils envisagent que la seule solution à ces problèmes c'est la séparation. « España nos roba » c'était un sujet assez utilisé par les politiques nationalistes. Artur Mas (CiU[45]), candidat à la présidence de la Generalitat[46], disait dans un meeting, un mois avant les élections, « *La Catalogne pourra seulement survivre avec l'indépendance* ». Les régions les plus pauvres sont considérées par les nationalistes comme une charge dont ils doivent s'affranchir. Mais, ils veulent l'Independence sous la protection de l'Union Européenne. De Bruxelles, la Commission euro-

45 Convergència i Unió, c'est un parti qui est né en 1978, fruit de la fusion de deux partis nationalistes : Convergencia Democrática de Cataluña (d'idéologie libérale et du centre-droit) et Unión Democrática de Cataluña d'idéologie chrétienne-démocrate. En 2015, suite à quelques différences entre ces deux partis ils vont rompre avec cette fusion et CiU disparait..

46 Les élections régionales de Catalogne ont eu lieu le 25 Novembre de 2012.

péenne, l'a rappelé à la Catalogne, une fois qu'elle ne sera plus une région de l'Espagne, elle n'appartiendra plus à l'UE non plus.

Pour Calduch, la crise de la dette ne sera pas résolue avec l'indépendance dans tous les cas: « Si nous perdons l'unité, nous serons plus faibles face aux exigences des marchés et il nous sera plus difficile de contrôler la situation ». Calduch ne comprend pas comment Mas fait appel à la séparation, prenant en compte les problèmes qu'il a dans le gouvernement de Catalogne pour financer sa dette, la solvabilité catalane a été appelée « *junk bond* » et son gouvernement (CiU) a dû demander une rançon de 5.000 milliards d'euros au gouvernement central, et le chômage a encore tendance à monter (20 Minutos).

Ces références ne suivent pas la même chronologie que précédemment et le traitement de la corruption semble suivre le cours de la découverte et du traitement de ces affaires. En revanche, la présence de ce vocabulaire dans notre corpus révèle qu'il est associé à la crise économique.

En France, au contraire, des affaires de fraude ou d'évasion fiscales existent et sont traitées par l'AFP, mais ne sont pas contextualisées avec la crise économique.

En France, du côté de la droite, l'ancien Ministre du budget de Nicolas Sarkozy et trésorier de l'UMP, Eric Woerth, et même l'ex-président de la République sont mis en cause dans l'affaire *Woerth-Bettencourt*. Le 6 juin 2010, Médiapart[47] publie des conversations enregistrées en 2009 et en 2010 par le majordome de Liliane Bettencourt[48], l'une des premières fortunes de France. Ces conversations entre la première actionnaire du groupe L'Oréal et Patrice de Maistre, gestionnaire de sa fortune personnelle, dévoilent de possibles opérations d'évasion fiscale au profit de Liliane Bettencourt. Il est question de deux comptes en Suisse, et de l'île d'Arros, aux Seychelles, que Liliane Bettencourt aurait achetée en 1999. Les enregistrements suggèrent aussi une fraude fiscale et des liens avec Eric Woerth, trésorier de l'UMP,

47 C'est un média d'information et opinion, 100% online et payant, créé en 2008 par François Bonnet, Gérard Desportes, Laurent Mauduit et Edwy Plenel.

48 Liliane Bettencourt, était l'héritière de la marque de cosmétiques L'Oréal. Elle est décédée le 21/09/2017 à l'âge de 94 ans. Avec une fortuneestimée par Forbes à 39,5 milliards de dollars en 2017, elle était considérée comme « la femme la plus riche du monde » (AFP).

ministre du Travail, ex-ministre du Budget, qui aurait profité des largesses de Liliane Bettencourt pour la campagne de Nicolas Sarkozy.

Après la publication de ces irrégularités, la gauche demande ainsi le départ de Woerth du ministère du Travail, mais il est resté jusqu'à la fin du mandat de Sarkozy, il a même conduit la réforme des retraites.

Claire Thibout, l'ancienne comptable de Liliane Bettencourt, a parlé devant la justice en juillet 2010 sur un possible financement illégal de la campagne présidentielle de Sarkozy de 2007, au-delà de cela, il y a l'affaire libyenne et le soupçon d'un financement par Kadhafi de sa campagne de 2007. Plus près, les fausses factures adressées par la société Bygmalion à l'UMP ont fait naître le soupçon d'une campagne sur fonds occultes là encore du candidat de 2007 (L'Humanité).

Du côté de la gauche, il y aura un fait remarquable sur des affaires de corruption, quand en décembre 2012, Médiapart révèle que le Ministre du Budget, Jérôme Cahuzac[49] (qui avait stimulé pendant qu'il faisait partie du gouvernement de Hollande, des mesures destinées à renforcer l'arsenal législatif contre la fraude et l'optimisation fiscale), a des comptes cachés à l'étranger, ce qui a provoqué sa démission le 19 mars 2013, ce jour même le parquet de Paris ouvre une information judiciaire contre lui et son ex-épouse pour blanchiment et fraude fiscale. Dans un communiqué, M. Cahuzac affirme que cette démission ne "change rien à [son] innocence ni au caractère calomniateur des accusations lancées" contre lui (Le Monde). Le 02 avril 2013 il se rend coupable de la fraude fiscale et du blanchiment, dans un communiqué mis dans son blog : « *J'ai rencontré les deux juges aujourd'hui. Je leur ai confirmé l'existence de ce compte et je les ai informés de ce que j'avais d'ores et déjà donné les instructions nécessaires pour que l'intégralité des actifs déposés sur ce compte, qui n'a pas été abondé depuis une douzaine d'années, soit environ 600.000 €, soient rapatriés sur mon compte bancaire à Paris ».*

Il est condamné le 8 décembre 2016 à trois ans de prison ferme pour un compte caché à l'étranger, et cinq ans d'inéligibilité. Une "faute pénale d'une excep-

49 Cahuzac est nommé à partir du 24 février 2010, président de la commission des Finances de l'Assemblée et où il a été ensuite nommé, le 16 mai 2012, ministre du Budget.

tionnelle gravité" venant de celui qui "incarnait la politique fiscale de la France", a souligné le tribunal. Son ex-épouse Patricia, "vingt ans d'ancrage dans la fraude", a été condamnée à deux ans de prison ferme (L'OBS).

DISCUSSION

À partir d'un corpus portant sur la crise économique telle qu'elle est traitée par les deux principales agences de presse française et espagnole, nous pouvions poser deux hypothèses : soit des traitements analogues renverraient à des thématiques communes et des approches similaires de ce phénomène mondial, soit des différences de traitement amèneraient à penser que l'information est abordée de façon spécifique par chaque pays.

Nos résultats nous amènent à distinguer la structure du texte et la chronologie lexicale de l'évènement.

Une première analyse (analyse de similitudes) a permis de visualiser la macrostructure de chaque corpus (distribution générale des formes pleines de haute fréquence) et de montrer une convergence entre les deux corpus. Les analyses des deux agences française et espagnole sont très semblables : elles mobilisent des champs lexicaux sur l'économie et les aspects monétaires, sur la politique nationale et internationale, notamment les références aux États-Unis et à l'Europe.

On peut alors être tenté de conclure à un traitement généralisé de l'information médiatique, reposant notamment sur des représentations professionnelles, acquises et partagées par les journalistes pour asseoir, non seulement leurs pratiques, mais également leur identité professionnelle (M. Bataille et al., o.c.). Ce sont ces « routines » journalistiques, issues de formations et parcours professionnels de plus en plus partagés sur le plan international, qui sont/seraient susceptibles d'homogénéiser le contenu des informations pertinentes pour une industrie médiatique mondialisée. Si le monde est globalisé, la façon d'en rendre compte est aussi globalisée.

Mais des analyses supplémentaires (classifications lexicales automatiques) mettent en évidence des microstructures, qui distinguent des traitements spécifiques par les agences française et espagnole et révèlent des choix ou des agencements thématiques propres à chaque pays. Nous observons qu'il y a des classes lexicales qui ne sont pas les mêmes en France et en Espagne. Et le lexique est organisé de manière différente.

Au-delà des grands cadres communs, la contextualisation de la crise n'est donc pas la même dans les deux agences. Par exemple, là où l'agence française établit des rapprochements avec la finance mondiale et les relations internationales, son homologue espagnole intègre des problématiques nationales aux conséquences internes (perte de confiance dans les acteurs politiques, corruption, spéculation immobilière et bancaire...). Dans l'agence espagnole, on trouve une insistance plus grande sur les mesures prises pour sortir de la crise et sur l'importance de l'Europe.

Au-delà de cette contextualisation synchronique de la crise, les séquences chronologiques ont permis de mettre en évidence la succession des thématiques et l'importance d'un événement politique dans l'organisation du discours médiatique. Ratinaud (2014) envisageait que « tous les textes ont une chronologie, un début et une fin. De ce fait, tous les corpus peuvent être étudiés dans leurs rapports à une temporalité. Le développement des réseaux socionumériques et l'accès facilité aux bases de données textuelles, en permettant la constitution de corpus de grande taille, rendent encore plus prégnante la nécessité de la prise en compte de la dimension temporelle de la production textuelle ». Les modes de représentations que nous proposons ici, qui reposent sur la projection de classifications alceste sur des échelles chronologiques, mettent effectivement en évidence les variations dans l'expression des classes de discours. Elles permettent de compléter la lecture figée que nous imposent les dendrogrammes et les analyses factorielles. Dans notre étude, le fait de visualiser cette temporalité permet de mettre en relation les agendas sociaux, politiques et médiatiques, et en même temps de regarder quels sujets sont traités ou pas par les médias. Nous constatons ainsi la sur-représentation de quelques thématiques à certains moments. Donc, si la crise a des effets d'importance mondiale, elle se traduit également, pour chaque pays, par des événements nationaux. La crise évolue et les thématiques changent assez logiquement.

Ainsi donc, dans les deux agences, on observe une rupture thématique coïncidant avec une élection. Le changement dans l'agenda politique engendré par le début d'une campagne électorale ou le changement d'un gouvernement peut logique-

ment correspondre à une modification des thématiques priorisées par les journalistes. Dans le cas de l'EFE, ce phénomène est potentiellement amplifié par le changement du président de l'agence qui intervient à ce moment-là par décision du Parlement.

On observe néanmoins un résultat inattendu : pour les deux agences française et espagnole, une fois l'élection passée et le gouvernement mis en place, il n'y a pas de retour significatif du lexique économique, puisqu'il traite davantage la politique nationale et des questions plus sociales.

L'approche textométrique permet donc de reconstruire l'histoire à partir des relations existantes entre textes (productions médiatiques), co-textes (structures lexicales formalisées) et contextes (évènements socio-historiques). Cela nous ramène à la problématique de l'ancrage, qui permet de rendre compte de l'insertion des représentations sociales dans le système des croyances générales (Doise, Clémence & Lorenzi-Cioldi, 1992). Et c'est parce que les connaissances mobilisées pour catégoriser sont sélectionnées en fonction des normes des groupes (S. Moscovici, 1984) que l'ancrage est influencé par les insertions sociales. L'incorporation du « non-familier » à d'autres connaissances s'élabore au travers de déterminismes profondément marqués par les caractéristiques catégorielles, la division sociale, les rapports d'alliance et d'opposition et les régulations symboliques qui les gèrent.

Le discours médiatique se construit sous l'influence conjuguée des représentations professionnelles des journalistes, qui homogénéisent le traitement de l'information, et des représentations sociales partagées au sein d'un collectif national, qui ancre la crise économique dans des savoirs signifiants pour la population cible.

De manière générale nous pourrions affirmer que sous la recherche de « crise économique », les agences de presse de France et Espagne abordent des thématiques économiques et politiques, et dans une moindre mesure l'aspect social et culturel.

CONCLUSION

Ce travail se donnait pour objectif d'étudier, de manière transversale et lexicale, le traitement de la crise économique par les agences de presse en France et en Espagne. Pour cela, l'étude se proposait d'articuler plusieurs éléments d'analyse : la manière de travailler des journalistes (représentations professionnelles), l'identification des conditions politiques et socio-économiques de production des discours journalistiques (le contexte de chaque pays), et la manière dont nous assistons à la construction de la crise économique comme objet social (représentations sociales).

Les représentations sociales font partie d'une réalité et les médias vont participer à leur construction. Puisqu'une RS est toujours la représentation d'un objet par un sujet, elle exprime ses relations avec autrui par rapport à l'objet dans le champ considéré. Une RS ne pourrait se transformer que suite à des évènements importants, "soumis au poids de l'Histoire", tels que la crise mondiale que nous connaissons (Rateau, 1999, p. 176 cité par Gaffié, 2004). Ainsi les médias vont apporter des éléments nécessaires pour l'élaboration des RS (Fouquet et Baugnet, 2010). Plusieurs auteurs ont constaté que les effets d'une même représentation peuvent être complètement différents selon le public qui la regarde.

Dès 1961, Moscovici avait associé aux différentes modalités de communication médiatique (diffusion, propagation, propagande) des audiences spécifiques. Selon le type de public visé (expert, militant) et selon les différents objectifs poursuivis par les acteurs du discours public (convaincre, persuader, faire faire), des formes particulières de représentations sociales sont élaborées par les médias (Mannoni et Bonardi, 2003). Dès lors il s'établit un lien entre audience et médias, qui est nécessaire pour élaborer et diffuser le message, et que nous avons essayé de comprendre avec ce travail de recherche. Il faut également mettre en avant la pression éditoriale à laquelle les journalistes doivent faire face, ainsi que le contrat de communication (Charaudeau, 1997a ; Ghiglione, 1986 ; Veron, 1983), à travers lequel les journalistes doivent arriver à trouver un équilibre entre leurs représentations professionnelles et les attentes (culturellement orientées) qu'ils perçoivent de la part des citoyens.

La définition des contenus éditoriaux est également corrélée au contexte événementiel. Dès lors, « *on le conçoit, identités, représentations et médias doivent être étudiés conjointement tant ils sont complexes et intriqués* » (Rouquette, 1997, dans Fouquet et Baugnet, 2010).

Nous pouvons considérer que le public intériorise non seulement le discours, dans ses aspects formels et symboliques, mais également les indices langagiers (Mange 2016) chargés de véhiculer de l'information sociale : « Tout d'abord, le contexte de réception des messages semble être un élément décisif dans la compréhension du mécanisme » (Mange, 2016). C'est pour cela que nous n'envisageons pas de comprendre des données discursives sans les mettre en contexte.

Bien que nous n'ayons pu étudier que le lexique des dépêches de deux agences, AFP et EFE, nous pouvons suggérer que ces dernières sont en partie représentatives d'un espace médiatique plus large.

L'approche comparative adoptée ici permet de questionner l'interdépendance entre les agences d'information (le discours médiatique) et le public, afin d'envisager le fonctionnement de l'institution médiatique dans ses relations avec la société. Dans ces conditions, cela nous amène à distinguer, d'un côté, une « macrostructure » correspondant aux représentations professionnelles globalisées des journalistes, et qui montre des similitudes entre les pays, et de l'autre côté, une « microstructure » correspondant aux représentations sociales et dépendant des contextes nationaux, de vécu de la crise qui fait apparaitre des différences.

En effet, nos analyses montrent que les Agences de presse mobilisent peu ou prou des thématiques similaires : des indicateurs économiques (PIB, taux de chômage), des questions monétaires en spécial l'euro et le dollar, (même s'il est question également de la dépréciation du yuan)de la Chine, mais de manière moins remarquable), la bourse et la volatilité des prix du pétrole, aussi bien que les secteurs d'activité touchés par la crise (l'aérien et de l'automobile en France, les industries agricoles et de l'automobile dans le cas de l'Espagne, bien que l'EFE traite aussi

l'impact économique sur les compagnies aériennes), l'économie européenne (Grèce, Italie, Espagne ... surtout aux yeux de l'AFP).

Nous identifions un deuxième champ lexical sur la politique, où nous trouvons des différences flagrantes entre les deux agences. Au niveau national, la politique espagnole s'est axée sur les mesures visant à atténuer les effets négatifs de la crise dans le pays lui-même et sur le traitement de la perte de confiance sociale dans le système. Le traitement politique sera relativement plus institutionnalisé par rapport à l'agence française, en privilégiant le parti politique et plus encore le leader politique : l'AFP évoque davantage de personnalités (Obama, Hollande, Sarkozy…) que d'organisations (PS, UMP ...).

La question électorale est également traitée différemment par les deux agences. Elle sera d'une importance considérable en France (sondages, avant l'élection ...) plus qu'en Espagne.

En ce qui concerne la politique internationale, l'agence française va se distinguer en traitant également des actualités d'autres pays non européens en crise (Syrie, Iran...), alors que le traitement espagnol se consacre davantage aux Etats-Unis et à l'Amérique du Sud.

Une autre distinction importante porte sur les syndicats que nous voyons dans l'EFE et non à l'AFP. En France, cela peut être dû au fait qu'il n'y ait pas eu de mouvements sociaux d'ampleur conséquente. Dans ce sens, le journaliste de l'AFP, Fabien Zamora, le justifiait en disant « *Qu'il n'y a rien qui est sorti de l'ordinaire en termes de mouvements syndicaux, les gens se sont prononcés lors des élections (voir l'exemple de la montée du front national qui est entré dans le deuxième tour avec Macron ...)* ». Dans le cas espagnol, le nombre de grèves et mobilisations sociales (les indignés, la marée blanche dans la santé publique, « *la marée verte* » dans l'éducation publique...) a été particulièrement remarquable dans la période 2008-2014 et explique les résultats obtenus.

Les différences des deux agences ne résident donc pas tant dans les choix thématiques ou les champs lexicaux mobilisés, mais davantage dans les agencements de ces champs lexicaux. La crise n'est pas co(n)textualisée de la même façon par l'AFP

et l'EFE. L'expérience de la crise est influencée par la culture de chaque pays, ce qui en retour amène les journalistes à l'évoquer différemment.

Quand une chercheuse, qui en plus est journaliste, se propose de mener une thèse de doctorat, elle souhaite non seulement valoriser un sujet, mais également mettre en avant l'utilité que cette recherche peut avoir sur le long terme. « Toute réflexion critique sur le journalisme et les journalistes appelle donc à une autocritique questionnant le rôle actif que chacun de nous peut jouer dans la préservation d'un journalisme pluraliste, de qualité et participant à la vivacité démocratique européenne » (Marty, 2006).

Il ressort de ces quatre années de travail l'importance de conduire une extraction de données fiables, représentatives du sujet sur lequel on va porter un regard de chercheuse. Pour cela nous avons pris la décision de faire notre étude en prenant pour objet des agences de presse, qui sont une source d'information assez importante (et fiable). Ces informations sont directes ou indirectes, puisque le public reçoit également des informations des agences à travers d'autres médias (journaux, radios, télévision) qui s'en servent. Le fait de faire la comparaison entre deux pays différents et de la contextualiser, peut aider à comprendre la logique journalistique caractéristique de chaque pays en mobilisant une nouvelle méthode pour aborder l'analyse du discours médiatique.

Aujourd'hui les agences poursuivent leur transformation digitale. L'enjeu est vital, il s'agit pour l'agence d'être plus agile et donc plus rentable. Il affirme que l'*avenir de l'agence, c'est l'international, le texte et la vidéo*, affirme Emmanuel Hoog, le président directeur-général de l'AFP, lors d'un entretien. Mais les agences de presse sont touchées pour une autre réalité, au niveau mondial, plusieurs journaux ont résilié leurs abonnements à certaines agences pour faire des économies budgétaires.

Pour Ruellan (1997), que ce qu'on appelle « crise » est en réalité une transformation permanente à laquelle les activités sociales sont confrontées. Et ces transformations ne vont pas toujours dans le sens d'une dégradation.

Mais aujourd'hui nous voyons que les gouvernements posent la question de contrôler les « fausses nouvelles ». Même si l'information est facilement accessible et circule à toute vitesse, les sources, elles, sont variées et éphémeres. Hoog assure que « *les grandes agences de presse ont un vrai avenir* ». La mission de certifier une information fiable reste pertinente pour les agences. Nous considérons que l'évolution des agences peut être un prolongement potentiel de notre travail.

Même si dans le cadre d'une recherche de doctorat, le sujet d'étude est analysé et telle recherche atteint une profondeur importante, il s'agit quand même de prises de décisions pour focaliser la recherche sur certains points. A partir de ce travail d'autres axes d'étude pourraient être envisagés, tels que les indices langagiers sur le propre discours médiatique, une étude plus profonde avec des entretiens faits auprès d'experts et de journalistes à partir des résultats que nous avons obtenus, ainsi qu'une étude des représentations sociales plus détaillée sur la crise économique. Cela nous pourrons le voir peut-être dans le futur.

BIBLIOGRAPHIE

BIBLIOGRAPHIE GENERALE

Abric, J.C. (1994). *Pratiques sociales, représentations sociales*. Paris : PUF

Achard, P. (1995). Formation discursive, dialogisme et sociologie. *Langages*, Numéro 117. pp. 82-95

AFP. Charte AFP des bonnes pratiques éditoriales et déontologiques (www.afp.fr)

Ambrogi-Yanson, M. (2010). *International news coverage online as presented by three news agencies*. Thesis. Rochester Institute of Technology

Antentas, JM. (2012). La indignación, tras la explosión inicial, el 15M en Catalunya durante 2012. *Anuari del conflicte social 2012*

Arquembourg-Moreau, J. (2003). *Le temps des événements médiatiques*. Paris : Boeck

Aruguete, N. (2009). Estableciendo la agenda. Los orígenes y la evolución de la teoría de la Agenda Setting. *Ecos de la comunicación*, Numéro 2, p.10-3

Aubin-Auger, I. (2008). Introduction à la recherche qualitative. *Exercer, la revue française de médecine générale,* Volume 19, Numéro 84

Baggio, S. et Rouquette, ML. (2006). La représentation sociale de l'inondation : influence croisée de la proximité au risque et de l'importance de l'enjeu. *Bulletin de psychologie*, Numéro 481, p. 103-117.

Banque de France. (2010). Crise financière : origines et dynamiques. Documents et débats, Numéro 3

Barats, C. et Leblanc, JM. (2013). Généalogie de la co-construction médiatique du « classement de Shanghai » en France. Corpus de presse et usages sociodiscursifs, *Mots. Les langages du politique*, Numéro 102

Bardin, L. (1977). *L'analyse de contenu*. France : PUF.

Barry, O. (1999). Discours du pouvoir : analyse des spécificités discursives dans la parole politique de sékou touré par alpha. Thèse issue à l'université de Besançon, Besançon

Bataille, M., Blin JF., Jacquet-Mias Ch., Piaser, A. (1997). Représentations sociales, représentations professionnelles, système des activités professionnelles. *L'année de la recherche en sciences de l'éducation, Paris : Presses Universitaires de France*, p. 57-89.

Baugnet, L. et Fouquet, A. (2005). L'Europe dans les médias : effets de contexte. Connexions, Numéro 84, p. 87-109.

Benton, M. et Frazier, J. (1976). The agenda setting function of the mass media at three levels of "information holding. *Communication Research*

Bersinger, S. (2016). L'économie en clair. Paris : Ellipses Market

Blais, M. et Martineau, S. (2007). L'analyse inductive générale : description d'une démarche visant à donner un sens à des données brutes. *Recherches qualitatives*, Numéro 26, pp. 1-18

Blandin, C. (2007). Les interventions des intellectuels de droite dans Le Figaro littéraire. L'invention du contre-engagement », *Vingtième Siècle. Revue d'histoire*, Numéro 96, p. 179-194.

Blandin, C. (2010). L'apport de l'histoire des médias à l'étude des langages du politique, *Mots. Les langages du politique*, Numéro 94, p. 149-154

Bonnet, V. (2011). La culture sportive est-elle transmissible par les médias ? *Questions de communication*, Numéro 20

Bonnet, V. et Boure, R. (2007). Médias et cultures sportives. Discours sur des pratiques et discours des pratiques. *Sciences de la société*, Numéro 72

Bonnet, V. et Boure, R. (2008). La contribution du commentaire à la construction des spectateurs et des téléspectateurs des matches de rugby. *Recherches en Communication*, Louvain-la-Neuve, Belgique, Numéro 30, p. 31-48.

Bourdieu, P. (1972). *Esquisse d'une théorie de la pratique*. Genève: Librairie Droz.

Bousquet, F., Marty, E. et Smyrnaios, N. (2017). La pétition contre la loi EL Khomri : construction et appropriation de l'événement par ses acteurs. *Sciences de la société*, Numéro 101, à paraitre.

Bouza, F. (2012). Las metodologías de agenda en el estudio de la opinión pública como base de la comunicación política. *REDMARKA - CIECID* - Unidad de Investigación en Marketing Aplicado-Universidad de A Coruña, Numéro 8, p.41-54

Burguet, A, Marty, E. et Marchand, P. (2008). La communication environnementale: des discours de sensibilisation. *Actes du colloque CNRIUT Lyon,* IUT Lyon 1, 29-30 mai. Edition électronique, p. 8 HTTP://LIRIS.CNRS.FR/~CNRIUT08/ACTES/ARTICLES/144.PDF

Burguet, A. (2000). Le contrat de communication dans le discours de la presse. *Revue Internationale de Psychologie Sociale*, 13(4), p.151-180.

Burguet, A. et Girard, F. (2008). La Coupe du Monde de Football 2006 Analyse de la Production des Biais Linguistiques Intergroupes. *Les Cahiers Internationaux de Psychologie Sociale*, Numéro 79, p. 85-95.

Caceres-Serrano, P. (2003). Análisis cualitativo de contenido: Una alternativa metodológica alcanzable. *Revista de la escuela de psicología facultad de filosofía y educación pontificia universidad católica de Valparaíso*, Volume 2, pp. 53 – 82

Calonge, S. (2006). La representación mediática: teoría y método. *Psicología de la Educación*, Numéro 23, pp. 75-102

Casteran, C. (2012). *Aux sources de l'info : Agence France Presse.* Paris : Actes Sud junior

Chabrol C., Courbet D. et Fourquet-Courbet MP. (2004). Psychologie sociale, traitements et effets des médias. *Questions de communication*, Numéro 5

Champagne, P. (1991) ; La construction médiatique des "malaises sociaux". *Actes de la recherche en sciences sociales. La souffrance.* pp. 64-76

Charaudeau, P. (1991). Contrats de communication et ritualisations des débats télévisés, in La Télévision. Les débats culturels. "Apostrophes", Langages, discours et sociétés, Paris, Didier Erudition.

Charaudeau, P. (2005). Les médias et l'information. L'impossible transparence du discours. Bruxelles : De Boeck – Ina coll. « Médias Recherches »

Clua i Fainé M. (2014). Identidad y política en Cataluña: el auge del independentismo en el nacionalismo catalán actual. *Quaderns-e Institut Català d'Antropologia*, Numéro 19, p. 79-99

Cohen, B. (1963). *The Press and Foreign Policy*. Princeton University press

Cohen-Scali, V. et Moliner, P. (2008). Représentations sociales et identité : des relations complexes et multiples », *L'orientation scolaire et professionnelle*, Numéro 37 [En ligne] mis en ligne le 15 décembre 2011, consulté le 29 septembre 2016. URL : http://osp.revues.org/1770

Comeau, Y. (1994). L'analyse des données qualitatives. *Cahiers du CRISES – Collection Études théoriques*

Cornu, G. et Ruellan, D. (1993). Technicité intellectuelle et professionnalisme des journalistes. *Réseaux,* Numéro 62, pp. 145-157

Dany, L. & Apostolidis, T. (2007). Approche structurale de la représentation sociale de la drogue : interrogations autour de la technique de mise en cause. *Cahiers Internationaux de Psychologie Sociale*, Numéro 73, p. 11-26.

Datchary, C. et Gaglio, G. (2014). Hétérogénéité temporelle et activité de travail Entre conflits et articulations. *Revue d'anthropologie des connaissances*, Numéro 1, p. 1-22

De Rosa A.S., Bocci E. & Bulgarella C. (2010). Économie et Finance durant la crise financière mondiale : représentations sociales, métaphores et figures rhétoriques dans le discours des médias de l'automne 2008 au printemps 2010. *Les cahiers internationaux de psychologie sociale*, Numéro 87, p. 543-584.

De Rosa A.S., Enrietto, G., & Gioiosa, C. (2005). Special events in the media, emotional impact and risk in stock market: an analysis of the Italian press from 2002 to 2003. *João Pessoa – PB, Brasil: IV Jornada Internacional e II Conferência Brasileirao.*

Delavigne, V. (2003). Alceste, un logiciel d'analyse textuelle. *Texto ! Textes et Cultures, Equipe Sémantique des textes*

Deslauriers, J.-P. (1991). *Recherche qualitative : guide pratique*. Montréal: McGraw-Hill.

Doise, W. (1982). *L'explication en psychologie sociale*. Paris : Presses Universitaires de France.

Doise, W., Clémence, A., Lorenzi-Cioldi, F. (1992). *Représentations sociales et analyses de données*. Presses Universitaires de Grenoble.

Dooley, R., Levinsohn, S. (2001); Analyzing Discourse: A Manual of Basic Concepts. *SIL International Publications*.

Dumez, H. (2010). La description : point aveugle de la recherche qualitative. *Le Libellio d'Aegis*, Numéro 2, p. 28-43

Dumez, H. (2011). Qu'est-ce que la recherche qualitative? *Le Libellio d'Aegis*, Numéro 7, pp.47-58

Dumez, H. (2013). Méthodologie de la recherche qualitative. Paris : Vuibert

Dupuy, P.-O., Marchand, P. (2009). Questions de citoyens, questions de genre. *Mots, le langage politique*, Numéro 90, p. 83-99.

Echeverría, R. (2003). *Ontología del lenguaje*. Santiago: J.C. Sáez Editor

Entman, RM (1993) Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm. *Journal of Communication*, 43(4) : 51-58.

Ernst-Vintila, A. et al. (2010). La crise financière de 2008 : menace collective ou défi individuel ? Une analyse de la pensée sociale mobilisée en situation de crise. *Les cahiers internationaux de psychologie sociale*, Numéro 87, p. 515-542.

Ernst-Vintila, A. et Pecly, R. (2010). Numéro thématique. La crise, les crises : présentation du numéro. *Les Cahiers Internationaux de Psychologie Sociale*, Numéro 87, p. 389-392.

Escartin, C. (2002). Les représentations véhiculées par les médias. *IUFM d'Orléans -St Jean*

Fernández, F. (2002). El análisis de contenido como ayuda metodológica para la investigación *Revista de Ciencias Sociales*

Fernández, L. (2006). ¿Cómo analizar datos cualitativos? *Butlletí LaRecerca,* p.1-11

Fleury, S. et Zimina, M. (2007) Exploring Translation Corpora with mkAlign. *Translation Journal,* vol.11(1). Disponible en ligne : http://accurapid.com/journal/39mk.htm.

Foster, H. (2011). Reflections on Bauer and Gaskell's Towards a Paradigm for Research on Social *Representations Papers on Social Representations*, Numéro 20, p. 23.1-23.12

Gaffié, B. (2004). Contextes, expressions et dynamique représentationnelle : Itinéraire dans l'évolution des recherches sur les représentations sociales. Psicología, Numéro 54, p. 93-122

Galli, Ida et al. (2010). La représentation sociale de la crise économique dans quatre pays européens. *Les cahiers internationaux de psychologie sociale*, Numéro 87, p. 585-620.

Gamson, W et Modigliani, A. (1989) Media Discourse and Public Opinion on Nuclear Power: A Constructionist Approach. *American Journal of Sociology,* 95(1): 1-38.

García, A. (2008). Identidades y representaciones sociales: la construcción de las mínorias. *Nómadas, revista crítica de ciencias sociales y jurídicas*, Numéro 18

Garcin-Marrou, I. (2007). Des « jeunes » et des « banlieues » dans la presse de l'automne 2005 : entre compréhension et relégation. *Espaces et sociétés*, Numéro 128-129, p. 23-37.

Gaymard, S. et Andrés, S. (2009). Représentations, modèles normatifs et compétences sociales : une étude exploratoire dans un lycée sensible en Espagne. *Revue internationale de psychologie sociale*, Numéro 22, p. 43-69.

Gelado, R. (2009). La dependencia de la prensa española hacia las agencias de noticias. *Comunicación y sociedad*, Numéro 2, p. 243-275

Ghiglione, R. & Chabrol, C. (2000). Contrats de communication, stratégies et enjeux , *numéro spécial de Revue Internationale de Psychologie Sociale*, 13(4).

Gobin, C. et Deroubaix, JC. (2009). Mots, fréquence et réseaux dans le discours politique: analyse lexicométrique, méthode et illustration dans deux corpus de textes européens. *Sociolinguistic Studies*, p.203–227

Gómez, M.A. (2012). Análisis de contenido cualitativo y cuantitativo: Definición, clasificación y metodología. *Metodología de la Investigación – ECS-UCV*

González, F. (2009). Las agencias de noticias internacionales: predominantes e influyentes. *Sala de Prensa*

González, JC. (2013). Análisis de la agenda setting de los medios de comunicación : televisivos, impresos y digitales del Ecuador, entre abril y mayo del 2012. *Travail fin de master*, Ecuador

González, MA et Arcia, G. (2014). Siguiendo la ruta de las agencias en el siglo XXI: mediaciones y producción periodística. *Actes – VI Congreso Internacional Latina de Comunicación Social VI CILCS – Universidad de La Laguna*

González, S. (1994). La significación de la realidad en la construcción del discurso periodístico. *Revista mexicana de ciencias políticas y sociales*. Numéro 155, p.69-91

Griessner, C. (2012). News agencies and social media: a relationship with a future? Reuters Institute Fellowship Paper University of Oxford

Guzmán, AD et Quiroga, ML.(2013). La crisis económica y el movimiento independentista catalán. *Oasis*, Numéro 18, p.55-71

Hassenteufel, P. (2010). Les processus de mise sur agenda : sélection et construction des problèmes publics. *Informations socialis*, Numéro 157, p. 50-58.

Heiden, S. (2010). The TXM Platform: Building Open-Source Textual Analysis Software Compatible with the TEI Encoding Scheme. *24th Pacific Asia Conference on Language, Information and Computation, Nov 2010, Sendai, Japan. Institute for Digital Enhancement of Cognitive Development, Waseda University*, pp.389-398

Heiden, S. et Tournier, M. (2001). Lexicométrie textuelle, sens et stratégie discursive. *Simposio internacional de analisis del discurso, Madrid, Espagne*, pp.2287-2300

Hervé, D. (2011). Qu'est-ce que la recherche qualitative ? *Le Libellio d'Aegis*, Numéro, 7, pp.47-58.

Hervé, D. (2013). Qu'est-ce que la recherche qualitative ? Problèmes épistémologiques, méthodologiques et de théorisation*, Annales des Mines – Gérer et comprendre* Numéro 112, p. 29-42.

Höijer, B. (2011). Social Representations Theory. A New Theory for Media Research. *Nordicom Review*, Numéro 32, p.3-16

Hugon, P. (2010). Interprétations diverses autour de la crise économique. *Revue internationale et stratégique,* Numéro 77, p. 193-198.

Hugon, P. (2011). La crise financière et la faiblesse des politiques face aux forces du marché. *Institut de Relations Internationales et Stratégiques*

Jodelet, D. (1984): Représentation sociale : phénomène, concept et théorie. In S. Moscovici (Dir.), Psychologie sociale. Paris, Presses Universitaires de France, p. 357-378.

Jodelet, D. (1989). *Les représentations sociales.* Paris : PUF

Jodelet, D. (2007). El movimiento de retorno al sujeto y el enfoque de las representaciones sociales, *Cultura y representaciones sociales*

Jodelet, D. (2009) Dynamiques sociales et formes de la peur. VI Jornadas Internacionales de Representaciones Sociales and III Jornadas Nacionales de Representaciones Sociales "Perspectivas en Representaciones Sociales: Diálogos y Debates" (28 - 30 November 2009 - Buenos Aires, Argentina).

Johansson, M. (2000). Recontextualisation du discours d'autrui. Discours représenté dans l'interview politique médiatique. Finlande : Turun YliopistoFinlande

Johnston, J. et Forde, S. (2011). The Silent Partner: News Agencies and 21st Century News. *International Journal of Communication,* Numéro 5, p. 195-214

Kakai, H. (2008). Contribution à la recherche qualitative, cadre méthodologie de rédaction de mémoire, *Université de Franche-Comté*

Krien, N. et Michel-Guillou, E. (2014). Place des risques côtiers dans les représentations sociales du cadre de vie d'habitants de communes littorales. *Les Cahiers Internationaux de Psychologie Sociale*, Numéro 101, p 101-122

Kingston, M. (1996). Réduire à l'évènement : la couverture de sujets irlandais par l'agence France Presse. *Réseaux*, Numéro 75, p. 67-86.

Kingston, M. et Libbrecht, L. (1997). Construction of an event. Coverage of Ireland by Agence France Presse. *Réseaux,* Numéro 1. p. 27-48

Lafflame, S. (2007) Analyses qualitatives et quantitatives : deux visions, une même science. Nouvelles perspectives en sciences sociales : revue internationale de systémique complexe et d'études relationnelles, vol. 3, 1 : 141-149.

Lafon, P. et Salem, A. (1983). L'inventaire des segments répétés d'un texte. Mots, Numéro 6. *L'oeuvre de Robert-Léon Wagner. Vocabulaire et idéologie. Analyses automatiques*. pp. 161-177;

Lagneau É. (2003). Agencier à l'AFP : l'éthique du métier menacée, *Hermès, La Revue*, Numéro 35, p. 109-118.

Lamalle, C. et Salem, A. (2002) Types généralisés et topographie textuelle dans l'analyse quantitative des corpus textuels. *In Actes des sixièmes Journées d'Analyse des Données Textuelles,* Saint-Malo : 403-12.

Laville, C. (2007). Transformations des contenus et du modèle journalistique : *La dépêche d'agence.*

Lebart, L. et Salem, A. (1994). Statistique textuelle. Paris : Dunod

Leimdorfer, F. (2007). Actualité de la sociologie du langage de Pierre Achard. *Langage et société*, Numéro 121-122, p. 69-82.

Leimdorfer, F. et Salem, A. (1995). Usages de la lexicométrie en analyse de discours. *Cahiers Sciences Humaines*, Numéro 31, p. 131-143

León, M. (2002). Representaciones sociales: actitudes, creencias, comunicación y creencia social. *Psicología social*, p. 367-385

Linares, MP. (2010). las agencias de noticias, fuentes de información integral para las redes científicas. *Razón y Palabra,* Numéro 73

Lippman, W. et Latour, B. (2008), *Le public fantôme*. Paris: Demopolis

López, F. (2002). El análisis de contenido como método de investigación. *Revista de Educación*, Numéro 4, p.167-179

López-Aranguren, E. (1986). «*El análisis de contenido*» (dans *El análisis de la realidad social. Métodos y técnicas de investigación.* García, M., Ibañez et Alvira, F.). Madrid: Alianza Editorial.

Lowenstein, R. (2010). The end of Wall Street. New York: *The Penguin Press.*

Luhmann, N. (2013). *La réalité des médias de masse.* Paris : Ed. Diaphanes

Luna, I. (2015). *La crisis que cambio España.* Barcelona : Izana Editores

Macé, E. (2005). Les faits divers de « violence urbaine » : effets d'agenda et de cadrage journalistique. *Les cahiers du journalisme*, Numéro 14, p. 188-201

Macedo Higgins, V. (2009). News Media Roles in Bridging Communities: Consensus Function of Agenda-Setting. Thèse, the University of Texas at Austin

Maingueneau, D. (1996). *Términos Claves del Análisis del Discurso.* Buenos Aires: Nueva Visión

Manetta, C., Urdapilleta I. et Sales-Wuillemin E. (2009). Étude des représentations en contexte : une méthodologie combinant l'analyse Alceste et la méthode des opérateurs de liaison ». *Les Cahiers Internationaux de Psychologie Sociale*, Numéro 8, p. 81-105

Mange, J. (2016). Amorçage de rapports intergroupes et consequences. HDR, Université Caen Normandie

Manzano, V. (2005). Introducción al análisis del discurso. *Université distrital Francisco José de Caldas*

Marambio, A. (2005). Agenda-setting: el papel de las agencias comunicacionales en la construcción de la agenda de los medios. Estudio generado a partir de una institución del sector salud. Thèse, Universidad de Chile

Marchand P. et Ratinaud P. Faut-il faire des nuages de mots ?, http://www.iRaMuTeQ.org

Marchand, P. (1998). *L'Analyse du Discours Assistée par Ordinateur.* Paris : Armand Colin.

Marchand, P. *(2004). Psychologie sociale des médias*, Rennes : Presses universitaires de Rennes

Marchand, P. (2007). Concepts, méthodes, outils. Dans C. Gauzente & D. Peyrat- Guillard (Eds.). *Analyse statistique de données textuelles en sciences de gestion. Editions Management et Société,* coll. « questions de société », 48-70.

Marchand, P. (2011). Genre, style et attitude à l'égard du langage : tentative de diagnostic automatique sur un corpus politique. In N. Garric & H. Maurel-Indart (Eds.) « *Vers une automatisation de l'analyse textuelle »,* Texto *!* (En ligne), Volumes XV - n°4 (2010) et XVI - n°1 (2011). Coordonnés par Évelyne Bourion, p. 48-53

Marchand, P. et Ratinaud, P. (2012) L'analyse de similitude appliquée aux corpus textuels : les primaires socialistes pour l'élection présidentielle française (septembre-octobre 2011). *Lexicometrica JADT 2012* (en ligne sur http://lexicometrica.univ-paris3.fr/jadt/jadt2012/)

Marchand, P. et Ratinaud, P. (2017). Entre distinctivité et acceptabilité : Les contenus des sites Web de partis politiques. *Réseaux*, Numéro 204, p. 71-95

Markus, H. (1977). Self-schemata and processing information about the self. *Journal of personality and social psychology*, Numéro 2, p.63-78

Martinez-Echevarria, A. (2015). La gestión de la crisis bancaria española y sus efectos. Madrid: La Ley

Martini, S. (2000). Periodismo, noticia y noticiabilidad, *Norma*, Buenos Aires

Marty, E Marchand, P. et Ratinaud, P. (2013) Les médias et l'opinion-Eléments théoriques et méthodologiques pour une analyse du débat sur l'identité´ nationale. *Bulletin de Méthodologie Sociologique* 117 : 46–60

Marty, E. (2010). Journalismes, discours et publics : une approche comparative de trois types de presse, de la production à la réception de l'information. Thèse, Université Toulouse le Mirail - Toulouse II

Mateos, A. et Penedés, A. (2013). España: crisis y recortes. *Revista de ciencia política*, Numéro 1, p. 161 – 183

Materán, A. (2008). Las representaciones sociales: un referente teórico para la investigación educativa. *Geoenseñanza*, vol. 13, Numéro 2, p. 243-248

Mayaffre, D. (2003). Dire son identité politique, *Cahiers de la Méditerranée*, Numéro 66, p. 247-264

McCombs, M. (1997). Building consensus : the news media's agenda setting roles. *Political Communication*, p. 433-443

McCombs, M. (2004) *Setting the Agenda: The Mass Media and Public Opinion*. Cambridge: Polity Press.

McCombs, M. et Evatt, D. (1995). Issues and attributes: Exploring a new dimension in agenda setting. *Communication Sociedad*, Numéro 8, p. 7–32

McCombs, M. et Shaw, D. (1993). The Evolution of Agenda-Setting Research: Twenty-Five Years in the Marketplace of Ideas. *Journal of Communication*, Numéro 43

McCombs, M. et Shaw, DL. (1972) The agenda setting function of mass media. *Public Opinion Quarterly,* Numéro 36, p.176–187

Méndez, R., Abad, L. D. et Echaves, C. (2015). Atlas de la crisis. Impactos socioeconómicos y territorios vulnerables en España. Valencia: Tirant lo Blanch

Mercier, A. (2012). Présentation générale l'utile fiction de l'opinion publique. *Hermès, La Revue*

Mercier, A. (2006). Logiques journalistiques et lecture événementielle des faits d'actualité. *Hermès, La Revue*, Numéro 46, p. 23-35

Mercier, A. (2009). *Le journalisme*. Paris : CNRS éditions.

Meyer, JA. (2009). Establecimiento de agendas en medios de comunicación: Repercusiones del escándalo mediático Marín-Nacif-Cacho. *Revista latina de comunicación social*, Numéro 64, p.15-28

Miles, M.B., et Huberman, A.M. (2003). *Analyse des données qualitatives*. Bruxelles : De Boeck Université

Moirand, S. (2007). Les discours de la presse quotidienne. Observer, analyser, comprendre. Paris : PUF

Moliner, P. et Guimelli, C. (2015). *Les représentations sociales. Fondements historiques et développements récents*. Grenoble: Presses universitaires de Grenoble

Mora, M. (2002). La teoría de las representaciones sociales de Serge Moscovici. *Athenea Digital*, Numéro 2, p.1-25

Morlot, R. et Sales-Wuillemin, E. (2008). Effet des pratiques et des connaissances sur la représentation sociale d'un objet : application à l'hygiène hospitalière. *Revue internationale de psychologie sociale*, Numéro 21, p. 89-114.

Morris, C. R. (2008). *"Crack"*. Roma: Elliot Edizioni s.r.l.

Moscovici, S. (1961). *La psychanalyse, son image et son public*. Paris: Presses Universitaires de France.

Moscovici, S. (1984). The phenomenon of social representations. In R.M.Farr et S.Moscovici (Eds.). *Social Representations*. Cambridge : University Press & Paris : Editions de la Maison des Sciences de l'Homme.

Moscovici, S. (1985). L'âge des foules : un traité historique de psychologie des masses. Bruxelles: Les Éditions Complexe

Muro, I. (2006). Globalización de la información y agencias de noticias: entre el negocio y el interés general. Barcelona: Paidós Ibérica

Murray, I. (2015). Capitalismo y turismo en España: del "milagro económico" a la "gran crisis". Barcelona: Alba Sud

Noboa, MF. (2008). El discurso mediático sobre la crisis: una práctica discursiva compleja que legitima la construcción de lo otro. *Centro de Competencia en Comunicación para América Latina*

Norberto, M. (2012). *Historia de las agencias de noticias*. Argentine : Dunken

Olry-Louis, I. et Chabrol, C. (2007). Interactions communicatives et psychologie : approches actuelles. Introduction. Olry-Louis Isabelle, Chabrol Claude (dir.). *Interactions communicatives et psychologie : approches actuelles*, Presses de la Sorbonne nouvelle, 265 p.

Orfali, B. (2006). Regard psychosocial et événements extraordinaires. *Les Cahiers Internationaux de Psychologie Sociale*, Numéro 71, p. 65-75.

Palmer, M. (2009). Transnationales de l'information. *Questions de communication*, Numéro 15, p. 345-366.

Pardo, NG. (2012). Análisis crítico del discurso: Conceptualización y desarrollo. *Cuadernos de Lingüística Hispánica*, Numéro 19, pp. 41-62

Pastor, J. (2012). La cuestión catalana en el marco de la crisis del régimen político español. *Anuari del conflicte social 2012*

Paterson, C. (2003). Prospects for a Democratic Information Society: The News Agency Stranglehold on Global Political Discourse. New Media, Technology and Everyday Life in Europe Conference. *London School of Economics and Political Science London*, April 23-26

Paterson, C. (2007). International news on the internet: Why more is less. The International *Journal of Communication Ethics*. Numéro ½

Peralta, I., Luengo, F. et Uxó, J. (2013). Fracturas y crisis en Europa. Madrid: Clave Intelectual y Eudeba

Pérez-Serrano, G. (2007). Desafíos de la investigación cualitativa. *Researchgate.net*

Pianelli C., Abric JC. et Saad F. (2010). Rôle des représentations sociales préexistantes dans les processus d'ancrage et de structuration d'une nouvelle représentation. *Les Cahiers Internationaux de Psychologie Sociale*, Numéro 86, p. 241-274.

Pina, L. (2005). Représentations sociales et communication. *Hermès, La Revue*, Numéro 41, p. 59-64.

Pincemin, B. (2011) Sémantique interprétative et textométrie– Version abrégée. *Corpus*, 10 : 259-269

Pincemin, B. (2011). Analyse stylistique différentielle à base de marqueurs et textométrie. In N. Garric & H. Maurel-Indart (Eds.) *« Vers une automatisation de l'analyse textuelle »,* Texto *!* (En ligne), Volumes XV - n°4 (2010) et XVI - n°1 (2011). Coordonnés par Évelyne Bourion, p.54-61

Pincemin, B. et Heiden, S. (2008). Qu'est-ce que la textométrie ? Présentation, *Site du projet Textométrie,* http://textometrie.ens-lyon.fr/spip.php?rubrique80

Pineira-Tresmontant, C. (2003). Patrick Charaudeau, Le discours d'information médiatique. La construction du miroir social. *Mots. Les langages du politique*, Numéro 72

Plane, M. et Pujals, G. (2009). Les banques dans la crise, *Revue de l'OFCE*, Numéro 110, p. 179-219.

Prestini, M. (2006). La notion d'événement dans différents champs disciplinaires. *Pensée plurielle*, Numéro 13, p. 21-29.

Puig, L. (2009). El discurso y sus espejos. *Universidad Nacional Autónoma de México*

Py, B. (2004). Pour une approche linguistique des représentations sociales. *Langages*, Numéro 154, p. 6-6.

Rabatel, A. (2013). Les apports de l'analyse des discours médiatiques: de l'interprétation des données à la critique des pratiques discursives et sociales. *Dacoromania*, Numéro 1, p. 35–50

Ratinaud, P. & Marchand, P. (2015). Des mondes lexicaux aux représentations sociales. Une première approche des thématiques dans les débats à l'Assemblée nationale (1998-2014). *Mots. Les langages du politique*, 108 : 57-77.

Ratinaud, P. et Marchand, P. (2012.) Application de la méthode ALCESTE à de « gros » corpus et stabilité des « mondes lexicaux » : analyse du « CableGate » avec IRaMuTeQ. In : *Actes des 11eme Journées internationales d'Analyse statistique des Données Textuelles, JADT 2012,* Liège, p. 835-844.

Ratinaud, P., 2014. Visualisation chronologique des analyses ALCESTE : application à Twitter avec l'exemple du hashtag #mariagepourtous. In *Actes des 12eme Journées internationales d'Analyse statistique des Données Textuelles. JADT 2014,* Paris, p. 553-565.

Reinert, M. (1983). Une méthode de classification descendante hiérarchique : application à l'analyse lexicale par contexte. *Les Cahiers de l'analyse des données*, vol. VIII(2), p. 187-198.

Reinert, M. (1993). Les "mondes lexicaux" et leur 'logique" à travers l'analyse statistique d'un corpus de récits de cauchemars. *Langage et société*, Numéro 66, pp. 5-39

Reinert, M. (1999). Quelques interrogations à propos de l' "objet" d'une analyse de discours de type statistique et de la réponse "Alceste". *Langage et société*, Numéro 90, pp. 57-70;

Resche, C. (2009). The Economist : discours de spécialité économique ou discours sur l'économie. *ILCEA* [En ligne], 11 | 2009, mis en ligne le 30 avril 2009, consulté le 17 novembre 2015. URL : http://ilcea.revues.org/64.

Richard, JF. (2013). *Journaliste d'agence de presse : L'information 24 heures sur 24*. Grenoble : Presses universitaires de Grenoble

Richard, S. (2006). L'analyse de contenu pour la recherche en didactique de la littérature. Le traitement de données quantitatives pour une analyse qualitative : parcours d'une approche mixte. *Recherches qualitatives* – Volumen 26, pp. 181-207.

Ringoot, R. (2014). Analyser le discours de presse. Paris: Armand Colin

Rodríguez, T. (2009). Sobre el potencial teórico de las representaciones sociales en el campo de la comunicación. *Nueva época*, Numéro 11, p. 11-36

Román, M. (2002). Balance sobre la comunicación en la segunda mitad del siglo XX. Historia y Comunicación Social, Vol. 7, p. 201-216

Rouquette, ML. (1998). *La communication sociale*. Paris : Dunod

Rouquette, ML. (1999): Sur une catégorie particulière de représentations sociales en psychologie politique. *Psychologie & Société*, Numéro 2, pp. 33-41.

Rouquette, ML. (2009). *La pensée sociale*. Toulouse: Erès

Rouquette, ML. et Rateau, P. (1998). *Introduction à l'étude des représentations sociales*. Grenoble : Presses universitaires de Grenoble

Roussiau, N. et Valence, A. (2013). Interdependencia y transformación de las representaciones sociales en redes. *Revista CES Psicología*, Numéro 6, p. 60-76

Rubio, JM. (2009). Opinión pública y medios de comunicación. Teoría de la agenda setting. *Gazeta de Antropologia*, Numéro 25

Ruellan, D. (1992). Le professionnalisme du flou. *Réseaux*, Numéro 51, pp. 25-37

Ruellan, D. (1997). Groupe professionnel et marché de travail du journalisme. *Réseaux*, Numéro 81, pp. 135-151

Ruellan, D. (2005). Expansion ou dilution du journalisme ? *Les Enjeux de l'information et de la communication*, p. 77-86.

Ruffin, F. (2008). Sin dinero para los salarios. *Le Monde Diplomatique*, janvier 2008

Ruiz-Olabuenaga, J.I. (2008). Metodologia de la investigacion cualitativa. Bilbao: Universidad de Deusto

Saad, A. (2010). Una aproximación a la evolución del discurso periodístico del periodismo, la noticia y la subjetividad. *Encuentros*, Numéro 16, p. 21-30

Salem, A. (1982). Analyse factorielle et lexicométrie : synthèse de quelques expériences. *Mots, le langage du politique,* Numéro 4, pp. 147-168;

Salesses, L. (2005). Rôle du niveau de connaissance dans le processus de structuration d'une représentation sociale. *Les Cahiers Internationaux de Psychologie Sociale*, Numéro 66, p. 25-42.

Sancha, D. (2005). El uso de la información de agencia en las ediciones electrónicas de diarios en España: Estudio comparativo de las páginas web de 'El Periódico', 'El Mundo' y 'La Vanguardia'. *Athenea Digital*, Numéro 8

Santander, P. (2011). Por qué y cómo hacer Análisis de Discurso. *Cinta Moebio*, Numéro 41, p. 207-224

Saura, J. (2008). El discurso mediático y sus consecuencias para la interculturalidad. *Discurso & Sociedad*, Vol 2(4), p. 816-838

Sayago, S. (2014). El análisis del discurso como técnica de investigación cualitativa y cuantitativa en las ciencias sociales. *Cinta moebio*, Numéro 49, p.1-10

Schettini, P. et Cortazzo, I. (2015). *Análisis de datos cualitativos en la investigación social.* Argentine: Universidad de la Plata

Scheufele, D. et Tewksbury, D. (2007). Framing, agenda setting, and priming: the evolution of three media effects models. *Journal of Communication*, Numéro 57, p. 9-20

Scheufele, D. (2000); Agenda-Setting, Priming, and Framing Revisited: Another Look at Cognitive Effects of Political Communication. *Mass Communication and Society*, Numéro 3, p. 297 — 316

Sebastián, M. (2015). La falsa bonanza: cómo hemos llegado hasta aquí y cómo intentar que no se repita. Barcelona: Península

Simonin, B. (1999). Ambiguity and the process of knowledge transfer in strategic alliances. *Strategic Management Journal,* Numéro 7, p. 595-623

Sini, L. (2015). Événements, discours, médias : réflexions à partir de quelques travaux récents. *Argumentation et Analyse du Discours*, Numéro 14

Specht, M. (2010). Les représentations sociales des risques à l'origine des risques de crise. *Les Cahiers Internationaux de Psychologie Sociale*, Numéro 87, p. 393-422

Tavernier, A. (2009). Rhétoriques journalistiques de médiatisation. *Questions de communication*, Numéro 16

Tijeras, R. El periodismo como construcción de la realidad. *Comunicación 21, revista científica de estudios sobre cultura y medios*. Universidad Rey Juan Carlos, Madrid

Torres, J. (2008). La caída de las bolsas internacionales: pasó lo que tenía que pasar. *Rebelión*, 22-01-2008

Tricornot, A. (2008). Quel est l'impact de la crise sur l'économie réelle ? *Le monde* [http://www.lemonde.fr/la-crise-financiere/article/2008/10/01/quel-est-l-impact-de-la-crise-sur-l-economie-reelle_1101915_1101386.html]

Trudel, P. et Gilbert, W. (2000). Compléter la formation des chercheurs avec le logiciel NUD*IST. *Recherches qualitatives*, Numéro 20, p. 87-111

UNESCO. (1953). Les agences télégraphiques d'information.

Valbuena, F. (1997). *Teoría general de la información.* Madrid: Noesis

Valence, A., et Roussiau, N. (2013). L'apport d'ALCESTE dans l'analyse médiatique des représentations sociales des droits de l'Homme et de l'immigration.

Présenté à Journées d'étude « Usages de la lexicométrie en sociologie », Université de Versailles, Saint-Quentin-en-Yvelines

Van Dijk, T. (2000). *El discurso como interacción social*. Barcelona: Gedisa.

Van Dijk, T. (2002). El análisis crítico del discurso y el pensamiento social. *Athenea Digital,* Numéro 1

Veron, E. (1985). L'analyse du contrat de lecture: une nouvelle méthode pour les études de positionnement des supports presse. Médias: expériences, recherches actuelles, applications. Paris : Institut de Recherches et d'Etudes Publicitaires

Wachelke, J. (2012). Social Representations: A Review of Theory and Research from the Structural Approach. *Universitas Psychologica*, Numéro 11, p. 729-741

Walmsley, C. J. (2004). Social representation and the study of professional practice. *International Journal of Qualitative Methods*, Numéro 3

Wanlin, P. (2007). L'analyse de contenu comme méthode d'analyse qualitative d'entretiens : une comparaison entre les traitements manuels et l'utilisation de logiciels. *Recherches qualitatives – hors série – numéro 3, actes du colloque bilan et prospectives de la recherche qualitative*

Weaver, D. (2007). Thoughts on agenda setting, framing, and priming. *Journal of Communication*, Numéro 57, p. 142-147

Willem, D. (1982). L'explication en psychologie sociale. Paris: Presses Universitaires de France

Zaldua, A. (2006). El análisis del discurso en la organización y representación de la información conocimiento: elementos teóricos. *Acimed*, Numéro 14

Zunino, E. et Aruguete, N. (2013). La cobertura mediática del conflicto campo–gobierno: un estudio de caso. *Global Media Journal México*, Numéro 14, p. 1-23

WEBOGRAPHIE

ABC [www.abc.es]

AFP [www.afp.fr]

Bundes Finanz Ministerium [www.bundesfinanzministerium.de]

EFE [www.efe.es]

El Confidencial [www.elconfidencial.com]

El Español [www.elespanol.coml]

El Mundo [www.elmundo.esl]

El País [www.elpais.com]

IRaMuTeQ [www.iRaMuTeQ.org]

La finance pour tous [www.lafinancepourtous.com]

Le Monde [www.lemonde.fr]

Le Monde Diplomatique [www.monde-diplomatique.fr]

Mediapart [www.mediapart.fr]

Nouvel Obs [www.nouvelobs.com]

Politque. Net. (2008). [www.politique.net]

LISTE DES TABLEAUX

Tableau 1: Modes de communication (Moscovici) et effets (Orfali, 2016).....61
Tableau 2: Caractéristiques lexicométriques des corpus « AFP » et « EFE ».....179

TABLE DES ILLUSTRATIONS

Figure 1: L'événement par les médias (Mercier, 2006).....23
Figure 2: Représentation Sociale (Moscovici, 1976).....44
Figure 3: Architecture de la pensée sociale (Rouquette).....48
Figure 4: Le chemin de l'information dans une agence de presse (source: AFP).....78
Figure 5: Le circuit de l'information dans l'AFP.....83
Figure 6: Dimensions du discours selon Fairclough (1992).....105
Figure 7: Démarche qualitative d'après Paul Van Royen et al (2007).....109
Figure 8: Analyse quantitative vs Analyse qualitative.....111
Figure 9: Postulats des paradigmes constructiviste et objectiviste (Lincoln et Guba, 1985).....112
Figure 10: Formalisation de l'analyse selon le modèle interactif en trois temps (Rocha, 2004).....114
Figure 11: Tableau lexical (Lebart, 1997, p.58).....117
Figure 12: Tableau lexical (Marchand, 2007).....117
Figure 13: L'interprétation en ADT (Marchand).....119
Figure 14: Le processus d'un cycle financier (source : la finance pour tous).....123
Figure 15: Le septembre noir de la finance (source: AFP).....125
Figure 16: Evolution de la dette publique en Europe (source: Ameco).....128
Figure 17: Taux de chômage en Europe (gauche) et taux de chômage aux Etats Unis et la zone Euro (droite).....128
Figure 18: A droite, prix de vente de l'immobilier et à gauche, taux de propriétaires aux États-Unis (source: OFHEO, calculs DGTPE, Census).....131
Figure 19: L'origine et l'évolution des hypothèques subprimes (Source: Inside Mortgage Finance).....132
Figure 20: Faillites des banques américaines du 2006 au 2014 (source: journal du net).....133
Figure 21: Crise en trois temps (Source: Banque France).....134

Figure 22: VIX, un indice de volatilité (source: investing.com)....137
Figure 23: Indice CAC 40 (source: Euronext - Le Figaro)....139
Figure 24: Evolution de la dette publique en France (source INSEE - AFP)....140
Figure 25: Evolution de l'Ibex 35 en points (source: El Español)....141
Figure 26: Evolution du taux d'intérêt Euribor (Source: Bloomberg - Cinco Días)....143
Figure 27: La nouvelle construction des immeubles en toute l'Espagne en 2008 (Source: Libre Mercado)....144
Figure 28: A gauche : Prix moyen du m2 de l'immobilier en Espagne 2006 - 2014 (Source: Ministerio de Fomento), à droite : évolution du prix moyen des maisons en France, EEUU et Espagne (source : ThomsonDat astream)....145
Figure 29: La hausse de pression fiscal portée par les ménages et les entreprises (source: CFAS - Les Echos)....155
Figure 30: Restructuration du système bancaire espagnol (Source: ABC)....157
Figure 31: Evolution de taux de chômage (Source INSEE)....162
Figure 32: Evaluation citoyenne de la gestion politique du gouvernement (Source: CIS)..165
Figure 33: Confiance du président de gouvernement Rajoy (source: CIS)....166
Figure 34: Evolution du taux de chômage en Espagne (Source EPA et INE – El País) ...170
Figure 35: A gauche, nuage de mots de l'AFP et à droite nuage de mots de l'EFE....181
Figure 36: Exemple de calcul de l'arbre maximum (ADS) (Marchand et Ratinaud, 2012).183
Figure 37: Arbre maximum de l'analyse de similitude en cooccurrence sur les 110 formes pleines les plus fréquentes du corpus de l'AFP....184
Figure 38: Arbre maximum de l'analyse de similitude en cooccurrence des 110 formes pleines les plus fréquentes du corpus de l'EFE....185
Figure 39: Analyse de Correspondances des formes lexicales pour les années de 2008 au 2014 de l'AFP....187
Figure 40: Analyse de Correspondances des formes lexicales pour les années de 2008 au 2014 de l'EFE....188
Figure 41: Dendrogramme de la CDH du corpus « AFP », taille des classes (en pourcentage de segments de texte) et lexique caractéristique des classes (par chi2 décroissant de liaison aux classes)....193
Figure 42: Dendrogramme de la CDH du corpus « EFE », taille des classes (en pourcentage de segments de texte) et lexique caractéristique des classes (par chi2 décroissant de liaison aux classes)....193
Figure 43: Premiers dix mots autour de crise économique de l'AFP....197
Figure 44: Premiers dix mots autour de crise économique de l'EFE....197
Figure 45: Dendrogramme de la CDH et représentation chronologique des classes du corpus « AFP »....204

Figure 46: Dendrogramme de la CDH et représentation chronologique des classes du corpus « EFE » 204
Figure 47: Indicateur synthétique du climat des affaires (Source : INSEE) 205
Figure 48: Comparaison immatriculations VP France 2010/2009/2008 (Source : CCFA)206
Figure 49: Croissance du PIB en volume France (Source : INSEE) 207
Figure 50: Chronologie de la crise - Les indices boursiers (Source : Plane et Pujals, 2009) 208
Figure 51: Immatriculations des voitures en Espagne 200 -2011 et production des véhicules 2005-2014 (Source : ANFAC) 209
Figure 52: Évolution annuel du PIB en Espagne de 2007 à 2016 (Source INE) 210
Figure 53: Évolution du prix du pétrole (Source : El País) 210
Figure 54: Évolution de la prime de risque espagnole (Source: El País) 211
Figure 55: Restructuration du système financière espagnol (Source : ABC) 213
Figure 56: Faillite de la banque américaine Lehman Brothers 15/09/2008 (Source AFP) 214
Figure 57: Résultats des élections européennes en France 2009 (Source: France-politique.fr) 215
Figure 58: Résultats Elections Régionales France 2010 (Source: france-politique.fr) 216
Figure 59: Résultats des élections présidentielles en France 2012 (Source: france-politique.fr) 216
Figure 60: Comparaison des déficits en Europe en % du PIB (Source: Ministère Fédérale des Finances) 218
Figure 61: Crise de la dette souveraine en Europe (Source: Société Générale) 223
Figure 62: Graphique du mot desempleo 225
Figure 63: Evolution du taux de chômage en Espagne (Source: El Pais) 226
Figure 64: Des variations de l'emploi salarié et temporal (graphe à gauche) et de l'emploi public (graphe à droite) (Source: INE - El Pais) 227
Figure 65: Index de population en risque de pauvreté en Espagne en comparaison avec l'UE (Source: El Pais) 227
Figure 66: Nombre de grèves en Espagne du 2007 au 2014 (Source: El Español) 228
Figure 67: Graphique du mot chômage 229
Figure 68: Evolution du taux de chômage dans quelques pays de l'Europe (Source: Afep - Eurostat) 230
Figure 69: Taux de chômage en France (Source: INSEE) 231
Figure 70: Des millions d'euros fraudés dans les principales cas de corruption en Espagne (Source: La Información) 233

Figure 71: Résultats du référendum catalan du 9-Nov 2015 (Source: Generalitat de Catalunya - El Pais) 236

INDEX

A

Abad, 132, 133, 138, 150, 155, 161, 168, 176, 183, 184, 292
Abric, 49, 50, 52, 59, 281, 294
Achard, 101, 281, 289
Alsina, 24
Ambrogi-Yanson, 26, 281
André, 196
Apostolidis, 49, 284
Arquembourg-Moureau, 17, 18, 19
Aruguete, 30, 34, 35, 40, 281, 299
Ashmore, 210
Aubin, 114, 117, 281

B

Barats, 108, 110, 281
Bardin, 116, 119, 120
Bataille, 63, 91
Baugnet, 272, 273, 282
Bellemare, 198
Benzecri, 122
Bersinger, 129, 130, 137, 139, 143, 161, 162, 163, 282
Blais, 114
Blandin, 4, 62, 67, 282
Blin, 91
Bocci, 9, 127, 284
Bonardi, 272
Bonnet, 107, 110, 264, 282
Bourdieu, 66, 91, 100
Boure, 107, 282
Bousquet, 212
Bulgarella, 9, 127, 284
Burguet, 11, 66, 108, 110, 211, 283

C

Caceres-Serrano, 119, 121, 283
Castéran, 73, 81, 82, 88, 91
Chabrol, 66, 106, 107, 283, 286, 293
Charaudeau, 17, 18, 19, 66, 107, 108, 111, 211, 272, 283, 294
Charron, 29, 31
Clua i Fainé, 182, 284
Cohen, 10, 30, 284
Cohen-Scali, 60, 62
Comeau, 113, 116, 118, 284
Contarello, 10
Cornu, 60, 66
Cortazzo, 114, 116, 297
Courbet, 107, 283

D

Dany, 49, 284
Datchary, 47, 284
De Rosa, 9, 63, 127, 146, 284
Deaux, 210
Dejean, 211
Delavigne, 196, 198, 284
Delhommais, 134, 172
Deroubaix, 123, 124, 286
Deslauriers, 115
Doise, 12, 59, 62, 92, 269, 285
Domínguez, 157
Dooley, 105, 285
Dumez, 115, 116, 118
Dupuy, 102, 110, 285
Durkheim, 45, 46, 47, 49

E

Echeverria, 101
Enrietto, 63, 284
Ernst-Vintila, 53, 54, 127, 285
Evatt, 33, 35, 40, 292

F

Fernández, 116, 121, 131, 219, 220, 222, 285
Flament, 49, 55, 202
Forde, 43, 288
Fouquet, 272, 273, 282
Fourquet-Coubret, 107

G

Gaffié, 57, 272
Gaglio, 47, 284
Galli, 48, 286
Galtung, 34
Garcia, 60, 230
GatinoiS, 134, 172
Gelado, 44, 286
Ghiglione, 66, 211, 272, 286
Gilbert, 116
Gioiosa, 63, 284
Girard, 108, 283
Gobin, 123, 124, 286
Gonzalez, 25, 26, 75, 78, 83

González, 19, 26, 83, 249, 287
Guimelli, 46, 55, 56, 292

H

Hassenteufel, 29, 32, 287
Heiden, 122, 124, 287, 294
Höijer, 52, 58, 287
Huberman, 114
Hugon, 133, 141, 143, 144, 161, 288
Humanes, 34

I

Ida, 128, 147, 171, 286
Igartua, 34

J

Jacquet-Mias, 91
Jodelet, 9, 49, 50, 52, 54, 55, 57, 58, 61, 65, 288
Johansson, 99, 106, 107, 108, 111, 288
Johnston, 43, 288

K

Kakai, 116
Kingston, 24, 288
Krien, 53
Krippendorff, 119, 121

L

L´Écuyer, 120
Laflamme, 191
Lafon, 196, 200, 289
Lagneau, 11
Laswell, 29, 41
Lavrilloux, 198
Lebart, 122, 193, 196, 212, 289
Leblanc, 108, 110, 281
León, 50, 289
Levinsohn, 105
Liguori, 163
Linares, 26, 83, 289
Lippmann, 30, 42, 91
López, 119, 121, 289
López-Aranguren, 119
Luengo, 141, 142, 171, 294
Luhmann, 20, 35, 290
Luna, 127, 149, 168, 170, 176, 177, 178, 179, 182, 183, 184, 185, 290

M

Macedo, 42
Maingueneau, 99
Mange, 273
Mannoni, 272
Manzano, 100, 103, 105, 290
Marambio, 31, 32, 290
Marchand, 3, 12, 30, 42, 57, 65, 92, 102, 108, 110, 122, 123, 124, 164, 195, 196, 198, 203, 210, 211, 212, 224, 283, 285, 290, 291, 295
Markus, 61
Martineau, 114
Martini, 22, 291
Marty, 92, 108, 164, 211, 212, 273, 282, 283, 291
Mateos, 170, 176, 177, 178, 182, 185, 291
Maudos, 157
Mayaffre (2013), 220
McCombs, 10, 29, 30, 31, 33, 35, 40, 41, 42, 291, 292
McLaughlin-Volpe, 210
Méndez, 132, 133, 138, 150, 155, 161, 168, 176, 183, 184, 220, 222, 249, 292
Mercier, 17, 19, 21, 22, 23, 43, 292
Michel-Guillou, 53
Miles, 114
Moirand, 107
Moliner, 46, 55, 56, 60, 62, 284, 292
Mora, 48, 292
Morlot, 46, 293
Moscovici, 9, 10, 11, 44, 45, 46, 47, 48, 49, 50, 52, 53, 54, 56, 61, 64, 65, 191, 270, 272, 288, 292, 293
Muro, 44, 71, 72, 293
Murray, 150, 154, 156, 169, 179, 293

N

Navarro, 230
Noboa, 108, 109, 110, 293
Norberto, 75, 86, 293

O

Ochaves, 132, 133, 138, 150, 155, 161, 168, 176, 183, 184
Olabuenaga, 114
Olry-Louis, 106, 293
Orfali, 48, 56, 57, 65, 293

P

Palmer, 11
Pardo, 101, 293

Pastor, 182, 294
Paterson, 27, 83, 294
Penadés, 170, 176, 177, 178, 182, 185
Peralta, 141, 142, 171, 294
Pérez, 113, 114, 115, 169, 260, 294
Pianelli, 45, 55, 58, 294
Pianta, 2013, 210
Piaser, 91
Pincemin, 122, 124, 191, 197, 294
Pineira-Tresmontant, 107, 109, 294
Prestini-Christophe, 17, 20
Puig, 101, 102, 103, 295
Py, 50, 53, 295

R

Ratinaud, 3, 12, 92, 164, 195, 196, 197, 203, 210, 211, 212, 224, 268, 290, 291, 295
Reinert, 12, 122, 196, 197, 198, 200, 211, 212, 295, 296
Richard, 70, 71, 80, 81, 82, 83, 120, 296
Ringoot, 4, 99, 109, 112, 121, 296
Rizzoli, 10
Rodriguez, 50, 232, 257
Rodríguez, 38, 49, 83, 91, 255, 296
Romaioli, 10
Rouquette, 51, 55, 60, 61, 62, 64, 65, 66, 91, 203, 226, 273, 281, 296
Roussiau, 57, 64, 66, 298
Rubio, 35, 41, 42, 296
Ruellan, 4, 60, 62, 63, 66, 72, 284, 296, 297
Ruffin, 140, 163, 165, 297
Ruge, 34

S

Saad, 24, 294, 297
Salem, 122, 193, 195, 196, 200, 212, 289, 297
Sancha, 26, 297
Saura, 108, 109, 112, 297
Sayago, 102, 112, 297
Schettini, 114, 116, 297
Scheufele, 35, 297, 298
Sebastian, 154
Sebastián, 151, 152, 156, 298
Shaw, 10, 29, 30, 31, 33, 35, 40, 292
Smyrnaios, 212, 282
Specht, 47, 298

T

Tajfel, 59
Tavernier, 108, 298
Tewksbury, 35
Torres, 133, 143, 160, 259, 298
Tournier, 124
Tricornot, 172, 298
Trudel, 116

U

UNESCO, 72, 75, 76, 77, 78, 79, 298
Uria, 132, 167
Uxo, 141, 142, 171

V

Valence, 57, 64, 66, 258, 298
Valpuesta, 128
Van Dijk, 99, 102, 103, 104, 105, 109, 299
Veron, 11, 211, 272

W

Wachelke, 56, 62, 299
Walmsley, 50, 53, 299
Wanlin, 116, 120, 121, 299
Weaver, 35, 42, 299

Z

Zaldua, 100, 102, 103, 104, 299
Zunino, 34, 35, 299