

De l'influence de la communication sur l'information

L'exercice des deux métiers à la fois connexes et spécifiques que sont le journalisme et la communication ne peut s'affranchir d'une réflexion sur les influences croisées des deux activités ni sur le risque de confusion qu'elles peuvent induire. Et cette confusion apparaît déjà très en amont, dans les formations dont les intitulés entretiennent le doute.

Mais le journalisme est un métier de communication et les professionnels de la communication se trouvent souvent dans des habits trop grands, le terme de communication étant tellement vaste. L'opposition des uns aux autres est réductrice et cache les complémentarités, les dépendances.

L'évolution de chacune des deux professions, soumises aux contraintes de leurs directions respectives, vers un lissage de l'information/communication (multiplication des publi-rédactionnels, reprise des communiqués de presse sous forme d'articles, impossibilité de contrôler l'information...) conduit à des transferts des professionnels d'un secteur vers l'autre. Cette situation nouvelle entretient d'autant plus la confusion.

La difficile situation financière de la presse ne fait qu'aggraver ce phénomène. Internet, la presse gratuite, l'arrivée des grands groupes économiques à la tête des médias sont autant de nouvelles contraintes qui ont fait évoluer le métier de journaliste. Il ne peut agir désormais dans le cadre déontologique qui était le sien il y a quelques années. L'information en amont est uniformisée, prétraitée mais indispensable à la rédaction. Et le lectorat commence à douter d'un journaliste qui devient un peu un greffier, contraint à rapporter un événement de façon identique à ses confrères exerçant dans des supports différents.

L'opposition journalisme-communication cacherait-elle un problème plus grave, celui de la confiance dans une presse en (r)évolution et du nécessaire label de qualité, de la charte, à mettre en place ?

Anne-Marie Discamps

Congrès de l'Union des Clubs de la presse francophones - Ijba à Bordeaux - mars 2009. Un débat coanimé par Florence Bord, présidente du Club de la presse de Bordeaux, et Charles-Marie Boret, président de l'Apacom, Association des professionnels aquitains de la communication.

○ L'Isic lance son site de veille sur l'information communication

L'Institut des sciences de l'information et de la communication de l'université Bordeaux 3 vient de créer un site de veille sur l'information communication. Une source d'informations qui deviendra vite indispensable à tous ceux que ce domaine intéresse.

www.com-online.fr

EN PARTENARIAT AVEC ET ÉCRIT PAR L'APACOM
Association des professionnels aquitains de la communication
24, cours de l'Intendance 33000 Bordeaux
Tél. 05.56.510.520. Site : www.apacom-aquitaine.com

○ L'e-mail, nouvel apprentissage des codes de communication

À l'heure actuelle, l'e-mail brouille la frontière entre écrit et oral. Traditionnellement, l'écrit tendait à être plus formel, à contenir une densité d'informations plus élevée, des données pouvant être enregistrées, revues et éditées. Le discours oral est moins formel. L'e-mail est un mélange des deux : il est plus informel qu'un document rédigé classique, mais en garde certaines conventions. Certains appellent ce phénomène l'informalisation. La communication par e-mail, de nouvelles compétences ?

www.atelier.fr

○ Les influenceurs en ligne sont les nouveaux communicants

Pour séduire la génération Y américaine, Ford mise sur les moyens de communication collaboratifs. Pour y parvenir, il faut tester sa dernière voiture par des leaders d'opinion qui font remonter l'information dans les différents réseaux.

www.atelier.fr

○ La recherche dans les SIC

Bordeaux demeure le premier centre de recherche français en matière de sciences de l'information et de la communication. Les professionnels peuvent trouver dans les travaux des chercheurs des réponses utiles à leurs questions bien concrètes. Les thèses sont consultables à la bibliothèque universitaire ou à celle du Cemic (Maison des sciences de l'homme d'Aquitaine).

Voici quelques thèmes de thèses soutenues en 2008 à l'Isic, Institut des sciences de l'information et de la communication de l'université Bordeaux 3. L'Internet refusé : le non-usage du réseau et ses raisons / Événements politiques et représentations médiatiques : le cas libanais dans la presse quotidienne française / Les organisations humanitaires en quête d'un espace communicationnel. Etude de cas de cinq agences humanitaires francophones / Théâtre, propriété de la relation, ou la pratique théâtrale, outil de formation et de management pour l'entreprise / Le journal télévisé : de l'acte d'informer à la production de la représentation de l'autre. Le cas de la guerre en Irak 2003 / Le pouvoir de la presse locale : de sa force à sa mutation en ligne. Plusieurs thèses ont porté sur des situations africaines autour du traitement journalistique de la politique, du transfert de pratiques, des pratiques culturelles en communication d'entreprise, de l'usage de la télévision ou des nouvelles technologies.

www.isic.u-bordeaux3.fr

○ Le réseau social Bebo s'implante en France

La branche "People Networks" du groupe AOL annonce le lancement de Bebo en France avec le soutien d'AlloCiné, Diagonal View et Film Trailer de Preview Networks. Bebo est annoncé comme "une expérience communautaire qui permet à ses utilisateurs de se connecter à un réseau d'amis et de partager des passions communes.

Bebo offre aux internautes, grâce à sa plate-forme LifeStream (VieEnChaîne), un moyen simple de rester en relation avec tous leurs contacts tout en partageant en permanence des sujets et centres d'intérêt communs, quel que soit le média utilisé, YouTube, Flickr, Twitter, Facebook, MySpace ou tout autre site."

www.bebo.com