



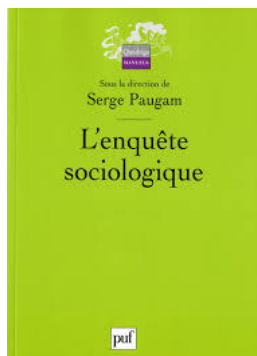
INÉGALITÉS SOCIALES & PARCOURS DE VIE

Chaire de recherche du Canada

## Chapitre

---

VAN DE VELDE Cécile, **Le sociologue et les médias**, in Paugam S. (ed.), *L'enquête sociologique*, Paris, PUF, 2010.



## Le sociologue et les médias

Les dites « hauteurs académiques » se sont ouvertes aux sollicitations médiatiques ; la sociologie, tout comme d'autres sciences sociales, est inscrite dans un profond mouvement de diffusion et de circulation des savoirs scientifiques au sein de la société française. Les sociologues sont invités à être d'eux-mêmes les acteurs prioritaires de la diffusion sociale de leur discipline, et à dépasser la seule sphère académique pour s'ouvrir à de nouveaux supports et à des publics élargis : l'étape médiatique tend à s'imposer comme l'ultime phase de la pratique sociologique. Accentuée par les médias émergents, cette visibilité de la profession renouvelle l'exercice même du métier, en ce sens qu'elle ouvre à la plupart des sociologues un espace public jusqu'ici réservé à quelques-uns.

L'appel croissant aux « experts sociologues » par les médias soulève des questions éthiques et déontologiques au sein de la discipline, quant à son statut de science *sociale*, aux modalités de sa diffusion et aux fondements de son utilité. En effet, la posture d'expert que le sociologue est invité à adopter au sein des médias n'est pas exempte d'ambiguïté, et comporte en elle-même certains risques d'instrumentalisation ou de réduction de la parole scientifique. Ces risques sont-ils la contrepartie nécessaire d'une diffusion des savoirs et des analyses sociologiques ? Le discours d'expert peut-il être compatible avec la préservation de la scientificité du message diffusé ?

Ces questions traversent la discipline depuis plusieurs dizaines d'années, en France mais aussi aux Etats-Unis : avec l'apparition des médias de masse qui ont rendu possible une large diffusion des travaux, les sciences sociales américaines de l'après-guerre se sont clivées entre les partisans d'une science sociale « utile » et donc diffusée au plus grand nombre, et ceux d'une sociologie plus rigoureusement cloisonnée à ses seuls enjeux cognitifs<sup>1</sup>. Aujourd'hui, la médiatisation croissante de la sociologie va de pair avec une évolution de ses modes de financement et d'évaluation, qui accentuent l'érosion progressive des frontières entre la recherche académique et d'autres sphères institutionnelles ou médiatiques ; elles renouvellent le questionnement sur l'attitude à adopter face à une « demande sociale » toujours plus présente<sup>2</sup>, ainsi que sur les conditions du maintien de l'autonomie de la discipline. Ce chapitre se propose d'éclairer les enjeux d'une telle réflexion collective sur la posture à tenir face aux sollicitations médiatiques, qui engagent le sociologue à la fois en tant que scientifique et en tant que citoyen.

### I – De l'intellectuel à l'expert : sociologie et médias dans la société française

De l'intellectuel à l'expert : les usages médiatiques -et plus largement sociaux- de la sociologie évoluent vers une spécialisation croissante du discours scientifique et de ses modes de diffusion ; le rôle « public » du chercheur en sciences sociales s'éloigne ainsi de la figure de l'intellectuel généraliste et engagé qui prédominait dans la société française depuis la fin du XIX<sup>e</sup> siècle<sup>3</sup>, et tend davantage vers celle d'un « intellectuel spécifique » au sens de Michel Foucault, c'est-à-dire conditionné à un champ d'intervention spécialisé<sup>4</sup>. Cette distinction entre une pensée généraliste ou experte n'est pas sans rappeler une tension déjà présente au sein de la philosophie antique, dans la

---

<sup>1</sup> Rodriguez J., « Le sociologue, l'expert et le moraliste : à propos de la social administration anglaise », *Socio-logos*, n.2, octobre 2007, URL : <http://socio-logos.revues.org/document873.html>.

<sup>2</sup> Castel R., « La sociologie et la réponse à la demande sociale », in Bernard Lahire (dir.), *A quoi sert la sociologie ?*, Editions La Découverte & Syros, Paris, 2002, pp. 67-77.

<sup>3</sup> Sirinelli F., avec Ory P., *Les Intellectuels en France de l'affaire Dreyfus à nos jours*, Éditions Perrin, Paris, 2004 (1<sup>re</sup> éd. 1986).

<sup>4</sup> Foucault M., « Les intellectuels et le pouvoir » (Entretien avec Gilles Deleuze, *L'Arc*, n. 49, Aix-en-Provence, mai 1972), *Dits et écrits II, 1976-1988*, Gallimard, Paris, 2001.

façon de concevoir le rôle du penseur dans la Cité, et des fondements de son engagement. En d'autres mots, l'expression de la demande sociale oriente le chercheur vers davantage de « tekhnè » -c'est-à-dire un savoir-faire spécialisé- au détriment de l'usage du discernement et de « vertu ».

## 1 – Une médiatisation croissante

L'émergence de la figure du sociologue au sein de l'espace médiatique tient à deux évolutions interdépendantes : si les médias relaient une demande croissante d'expertise sociologique, les sociologues sont d'autant plus enclins à y répondre qu'ils sont à la recherche d'une diffusion de leurs travaux, et d'une participation au débat social. La sociologie est entrée dans la Cité, et les médias en constituent le relais principal.

Le mouvement d'élargissement et de diversification des publics privilégiés des sociologues, et plus largement des intellectuels français, a été souligné par Raymond Boudon dès le début des années 80<sup>5</sup>. Il divise les « marchés » auxquels peuvent s'adresser les intellectuels en trois types distincts, dont la place relative évolue au sein de la société française. Un premier marché se compose de la dite communauté scientifique ; un second marché comprend non seulement les pairs mais aussi un public plus large susceptible d'être concerné directement par les travaux proposés ; un troisième marché touche un public « diffus », étendu à l'ensemble des citoyens : le romancier, par exemple, est un intellectuel qui s'adresse prioritairement à cette large sphère. Au sein des disciplines scientifiques, le premier marché -la communauté de pairs- est censé composer l'instance prioritaire d'évaluation des travaux scientifiques, et offrir des rémunérations symboliques ou matérielles proportionnelles à leur qualité. Si dans certains champs disciplinaires, telles les mathématiques, ce double processus d'évaluation et de rémunération reste quasi-exclusivement exercé par la communauté de pairs, elle tend dans d'autres champs –tels que les sciences sociales- à perdre de son exclusivité et de son pouvoir d'évaluation et de rémunération sur les intellectuels, au profit d'un public composé par exemple de spécialistes et de journalistes (marché II), ou d'un public plus étendu encore (marché III). Ces marchés, en particulier le second, offrent en effet des vecteurs d'évaluation et de gratification bien plus réactifs que le premier marché, et depuis les années 60 concurrencent voire neutralisent le processus d'évaluation des scientifiques.

Ce renforcement des « marchés II et III », c'est-à-dire l'ouverture des travaux scientifiques à des publics plus larges, n'est pas du uniquement selon Raymond Boudon à l'attrait que peuvent exercer sur les chercheurs de nouveaux modes de gratification. Plusieurs autres facteurs sociétaux expliquent un accroissement de la demande adressée aux intellectuels -et notamment aux sociologues- au sein de ces marchés : selon lui, la crise sociale et politique a entraîné l'émergence de grands débats sociaux favorisant l'intérêt porté aux travaux de type sociologique ; une élévation générale du niveau d'éducation a conduit à une «une intellectualisation de la vie privée», ainsi qu'à une « intellectualisation de la vie politique », facilitées de surcroît par le développement des moyens de communications de masse. A ces différents facteurs, s'ajoute une spécificité culturelle française, qu'il nomme l'« esprit littéraire » -à savoir une tendance à survaloriser une « production intellectuelle à orientation plutôt esthétique ou idéologique »- et dont il fustige fortement les effets pervers sur la qualité des travaux scientifiques.

Par ailleurs, l'ouverture des sociologues à de nouveaux « marchés » s'est accentuée depuis le début des années 80 ; à la volonté d'être lu par un public académique et restreint s'est juxtaposé pour la grande majorité des sociologues un souci de diffusion de plus en plus pressant. Signe de cette évolution, le vocable consacré à cette diffusion a évolué, comme le notent à juste titre Monique Pinçon-Charlot et Michel Pinçon : auparavant associée à une « vulgarisation » à sens descendant, elle est aujourd'hui définie par une positive « valorisation »<sup>6</sup>. Cette pression à une réception large des travaux poussent de nombreux auteurs à jouer le jeu de la valorisation médiatique. On ne saurait pour autant réduire la médiatisation des sociologues à ces seuls enjeux de visibilité ; elle répond également

<sup>5</sup> Boudon R., « L'intellectuel et ses publics : les singularités françaises », in Grafmeyer Y., Padioleau J-G., *Français, qui êtes-vous ?*, Paris, La Documentation française, 1981, pp. 465-480.

<sup>6</sup> Pinçon M., Pinçon-Charlot M., *Voyage en grande bourgeoisie. Journal d'enquête*, Paris, PUF, 1997, « Quadriges » 2002.

à une volonté de s'investir dans le débat public, de contribuer à la construction du sens de la discipline et par là-même lui donner une utilité, à l'instar de François Dubet pour qui la diffusion active des travaux fait partie intégrante du rôle social du sociologue et permet de défendre la spécificité de son apport relatif comparativement à d'autres sciences sociales<sup>7</sup>.

### Une sociologie « utile »

« Non seulement la sociologie est utile quand elle produit des *faits* irréfutables, mais aussi quand elle porte ses données et ses analyses sur la place publique et qu'elle contribue à produire les représentations que la société a d'elle-même. En ce domaine, je n'ai jamais eu le sentiment de peser grand-chose ; pourtant, sauf à croire qu'il faut être Voltaire, Aron, Sartre, Foucault ou personne, il me semble clair que le travail des sociologues n'est pas insignifiant. Bien sûr, il est désespérant quand on voit que les idées les plus folles ont les plus grandes chances d'exister trois jours à la télévision dès lors que celui qui les porte passe bien et ne fait pas dans la nuance. Mais, « à l'usure », la sociologie finit par introduire quelque chose comme un principe de réalité dans les débats sociaux, ne serait-ce que dans la mesure où elle rappelle que tout n'est pas réductible à la vie politique et aux « lois » de l'économie. Il faut croire que si les sociologues puisent leurs idées dans la vie sociale autant que dans les bibliothèques, leurs analyses se diffusent pourtant dans cette société, lentement, et bien qu'on ne sache pas trop bien comment elles infusent. Sans cette conviction, comme le disait Durkheim, notre travail ne vaudrait pas « une heure d'effort », même quand on s'est fait à l'idée que c'est toujours la prochaine recherche qui, enfin, pèsera un peu. C'est ainsi que la sociologie, discipline académique, joue un rôle social, comme le lui rappellent sans cesse ses ennemis qui n'aime pas le désordre qu'elle apporte avec elle lorsqu'elle devient « triviale » en disant qu'il y a loin des principes aux faits, que ces principes soient ceux des philosophes de manuels scolaires et des traités de savoir-vivre, ou ceux des tenants de la seule rationalité économique et technique. »

Source : François Dubet, *L'expérience sociologique*, Paris La découverte 2007, p.111-112.

## 2 – Un « intellectuel spécifique » ?

De façon paradoxale, le rapprochement entre sociologues et médias ne contribue pas nécessairement au renforcement de sa figure « d'intellectuel » ; elle va plutôt de pair avec une accentuation de sa visibilité en tant qu'« expert » mobilisé sur un sujet d'actualité voisin de son champ de compétences scientifique<sup>8</sup>. A l'analyse, il s'agit moins d'un déclin des « intellectuels » que d'une spécialisation accrue de leurs interventions, fondée sur la nécessaire connexion entre leur champ de compétences et la posture publique qu'ils sont appelés à adopter. Parce qu'elle s'associe à une certaine compartimentation, voire à un cloisonnement des savoirs, cette sollicitation médiatique de l'expertise éloigne le sociologue du rôle de l'intellectuel « universel », mais le rapproche de celui d'intellectuel « spécifique » : selon les acceptions de Michel Foucault, si les premiers prétendent guider le peuple au nom d'une pensée « totale » et d'un savoir embrassant plusieurs champs mis en cohérence au service d'un objectif social, les seconds sont plutôt des spécialistes mobilisés en fonction d'un savoir particulier ; seule cette position et ces compétences distinctives peuvent légitimer leur discours social sur une question déterminée<sup>9</sup>. La posture critique qu'ils sont susceptibles d'adopter reste fondamentalement cloisonnée à leur domaine de spécialisation, et non sous-tendue par une construction universelle. Pour autant, cette position d'« intellectuel spécifique » ou « d'expert » n'est

<sup>7</sup> Dubet F., *L'expérience sociologique*, Paris, La découverte, 2007, p.111-112.

<sup>8</sup> Wiewiorka M., « Introduction », in M. Wiewiorka (dir), *Les sciences sociales en mutation*, Paris, Editions Sciences Humaines, 2007, pp.9-21.

<sup>9</sup> Foucault M., « Les intellectuels et le pouvoir », *op. cit.*

que rarement revendiquée en tant que telle par les sociologues eux-mêmes<sup>10</sup> et relève plutôt d'un construit médiatique.

C'est là que repose toute l'ambiguïté de l'intervention publique du sociologue dans les médias contemporains : la position d'« expert » ou d'« intellectuel spécifique » réduit sa participation dans le débat social ou médiatique à un champ supposé de compétences ; or, la compartimentation des savoirs et des sollicitations médiatiques n'est pas systématiquement superposable à celle des savoirs scientifiques, et peut éloigner « l'expert » de ses compétences propres en l'invitant à intervenir sur un domaine soit plus large, soit plus étroit, voire distinct de son champ d'investigation, pour répondre aux besoins de l'actualité. Peut alors s'opérer un glissement de la thématique d'intervention, qui conduit le sociologue à énoncer des analyses ne relevant pas directement de ses propres investigations scientifiques. Parce que son intervention repose justement sur un domaine spécifique de compétence, cette catégorisation médiatique restreint le discours potentiel à ce champ identifié d'intervention, tout en délégitimant les prises de positions sociales, intellectuelles et politiques qui en seraient perçues comme éloignées.

Autrement dit, la circulation des savoirs s'est accompagnée d'une compartimentation et d'une multiplication des champs de spécialisation scientifiques, tout comme des compétences et des catégories identifiées par les médias. Dans ce mouvement de « dédifférenciation entre science et société » traversant l'ensemble de la recherche<sup>11</sup>, le sociologue est donc invité à une diffusion large de ses travaux et de ses prises de position médiatiques, mais aussi à un cloisonnement marqué de son champ d'intervention. Appelé à la fois en tant que « spécialiste » expert d'un sujet d'actualité et en tant qu'« intellectuel » censé s'engager publiquement, il se retrouve à la croisée d'une légitimité scientifique et d'une légitimité politique. Cette « double injonction » n'est pas sans accentuer la confusion potentielle entre une fonction d'intellectuel et une fonction d'expert.

## II – Risques et ambiguïtés de la parole médiatique

Au-delà des différentes configurations relationnelles qui peuvent exister entre « experts » et journalistes<sup>12</sup>, les regards croisés entre journalistes et sociologues restent empreints d'une circonspection réciproque. Le sociologue Olivier Godechot qualifie à cet égard de « curieuses » les interactions qu'il noue avec les journalistes dans certaines phases d'accélération médiatique, lorsque son sujet de recherche entre en résonance avec l'actualité ; il rend ainsi plus largement compte des hésitations, des quelques satisfactions tout comme de la perplexité que peut susciter l'apprentissage de cette place « d'expert » au sein des médias parmi de nombreux sociologues<sup>13</sup>.

### Le sociologue et les médias : des « interactions curieuses »

« Jeudi. Mon téléphone n'a pas arrêté de sonner. Les journalistes m'ont mis au courant de la perte de la Société Générale et m'ont demandé de la commenter à chaud. Je n'ai ni travaillé sur le contrôle des risques, ni sur la corruption bancaire... Mais ce n'est pas grave. On demande de l'expert, même pour cautionner les idées les plus banales qui soient. Faut-il répondre ? C'est discutable. D'un côté, je peux voir deux-trois idées intéressantes à avancer même si elles ne sont pas forcément très originales. De l'autre, cela me fait jouer le rôle d'expert d'une affaire, dont on ne sait pour l'instant pas grand-chose.

Les journalistes travaillent dans l'urgence et sont en compétition les uns avec les autres pour produire de l'information. On ne saurait les en blâmer. Mais cela donne lieu à des interactions curieuses.

<sup>10</sup> Chateauraynaud F., « Les mobiles de l'expertise » (entretien), *Experts*, n.78, mars 2008.

<sup>11</sup> Rodriguez J., « Le sociologue, l'expert et le moraliste : à propos de la social administration anglaise », *op.cit.*

<sup>12</sup> Mattart C., « Le "sociologue-expert" à la télévision : un sens pour la posture sociologique ? », *Recherches sociologiques*, vol. 37, n.1, 2006.

<sup>13</sup> Site personnel d'Olivier Godechot, rubrique « Presse » : <http://olivier.godechot.free.fr>

« Est-ce que cela vous serait possible de le relire d'ici une demi-heure ?  
Madame, je suis à Nantes en déplacement.  
Vous n'avez pas un Blackberry ?  
( ? ) »

Ou bien...

« On demande toujours l'exclusivité des interviews  
Vous savez, il y a 6 journalistes qui m'ont appelé et j'ai répondu à au moins 3 d'entre eux... »

Source : Site personnel d'Olivier Godechot, rubrique « Presse » :  
<http://olivier.godechot.free.fr>

### De la « tyrannie des formats »

Si les relations entre sociologie et médias sont denses et fréquentes, elles n'en sont pas moins teintées d'une certaine ambivalence, confrontant deux métiers de l'écrit souvent proches dans leurs centres d'intérêt mais presque opposés dans leurs temporalités. Le principal point d'achoppement de ces relations repose en effet sur les usages du temps que chacune des cultures de métier tend à promouvoir. A l'évidence, temps du journaliste et temps du sociologue ne sont pas comparables. Le premier s'inscrit dans un temps court, celui du pouls de l'actualité, souvent marqué par l'urgence du lendemain, tout comme dans des contraintes de format ou d'émission prédéfinies ; le second évolue dans le temps long d'une formulation qui se veut scientifique et nuancée. Les contraintes de temps et de format journalistiques conduisent inéluctablement à des frustrations réciproques : la difficulté du journaliste consiste à solliciter du chercheur un message qui puisse être court, clair et compréhensible ; le risque ainsi formulé par les chercheurs est celui d'une parole potentiellement réduite, tronquée ou déformée, voire d'une parole instrumentalisée ou politisée. En particulier, un des écueils perçus par certains sociologues réside en l'impossibilité potentielle de s'abstraire des catégories médiatiques, faute de temps et d'espace pour l'argumentation du discours sociologique.

La traduction médiatique du discours scientifique, potentiellement perçue comme réductrice, relève principalement selon Cyril Lemieux d'une adaptation aux contraintes commerciales qui invitent les journalistes à privilégier des critères de lisibilité et de simplicité<sup>14</sup>. Les reproches de simplification abusive ou de superficialité qui leur sont adressés sont à analyser à la lumière de ces contraintes commerciales et d'une « tyrannie de format » qui tend à uniformiser le travail journalistique : l'auteur montre que l'écriture médiatique s'inscrit dans un style et un rythme préétablis, sur lesquels les journalistes n'ont souvent que peu de souveraineté. Dans un contexte d'exacerbation de la concurrence, cette forme d'adaptation aux « visées commerciales » s'impose d'autant plus à la profession que le respect des formats est devenu un gage d'intégration professionnelle. Plus encore qu'un éloignement de la culture scientifique, c'est ce respect des formats qui induirait les « distorsions » que certains journalistes peuvent faire connaître aux connaissances scientifiques. Cette question des impératifs marchands au sein du journalisme est au cœur du regard critique que Pierre Bourdieu adopte sur les médias, en particulier la télévision<sup>15</sup>. A la suite de son passage au sein de l'émission d'analyse télévisuelle « Arrêt sur Images », il dénonce par exemple l'impossibilité d'énonciation d'une parole autonome et critique à la télévision qui tiendrait notamment aux impératifs commerciaux conditionnant le travail journalistique et les invitant à sélectionner les informations et leur traitement en fonction des contraintes de l'audimat et de la vente : « *On ne peut pas critiquer la télévision à la télévision parce que les dispositifs de la télévision s'imposent même aux émissions de critique du petit écran*<sup>16</sup> ». Il dépeint ainsi des journalistes prisonniers de présupposés mais aussi, et

<sup>14</sup> Lemieux C., *Mauvaise presse, Une sociologie compréhensive du travail journalistique et de ses critiques*, Editions Maitaillé, Paris, 2000.

<sup>15</sup> Bourdieu P., *Sur la télévision*, Liber, *Raisons d'agir*, Paris, 1996

<sup>16</sup> Pierre Bourdieu, « La télévision peut-elle critiquer la télévision ? Analyse d'un passage à l'antenne », *Le Monde diplomatique*, avril 1996.

surtout, d'impératifs économiques ; le journalisme se mue en un champ fondamentalement hétéronome, car soumis à des enjeux commerciaux et financiers, produisant cette « amnésie structurale », et cette absence d'intérêt pour les « changements insensibles » qui caractérisent à ses yeux le travail journalistique<sup>17</sup>. Notons que cette analyse du champ journalistique postule en retour l'existence d'un champ scientifique distinctivement autonome et détaché de tels impératifs, spécificité qui peut aujourd'hui de plus en plus être mise en question.

### **Temps médiatique et temps sociologique**

La question se pose du rapport de force entre sciences sociales et media, entre les unes productrices de savoirs et d'analyses, de plus en plus désireuses d'une ouverture à un public large, et les autres détenant les clés de cette diffusion mais conditionnant ce relais à des formats et des catégories prédéfinies de pensée. Au final, qui contrôle qui, ou plutôt, qui utilise qui ? Gilles Deleuze décrit dès la fin des années 70 une possible « domestication de l'intellectuel » par la presse : « *C'est un nouveau type de pensée, la pensée-interview, la pensée-entretien, la pensée-minute. On imagine un livre qui porterait sur un article de journal, et non plus l'inverse. Les rapports de force ont tout à fait changé, entre journalistes et intellectuels. Tout a commencé avec la télé, et les numéros de dressage que les interviewers ont fait subir aux intellectuels consentants.*<sup>18</sup> »

La potentialité d'un déséquilibre croissant entre parole sociologique et parole médiatique –au profit de la seconde- fonde l'une des principales réticences formulées à l'encontre de la diffusion et de la médiatisation de la sociologie. Certains craignent les effets pervers de ce rapport émergent aux médias sur l'évolution des sciences sociales, comme Jean Copans qui dénonce un risque de « braderie médiatique »<sup>19</sup>, selon les termes qu'il a formulés lors de « l'affaire Elisabeth Tessier ». Le développement de cette pression à la diffusion a selon lui deux effets condamnables sur la construction même des objets de recherche en sociologie ou en ethnologie : elle les rendrait non seulement moins autonomes, mais aussi moins orientés vers des enjeux de moyen ou de long terme. La recherche croissante d'une tribune médiatique conduirait les sciences sociales à répondre à l'excès aux tourbillons de l'actualité, et à céder une partie de leur autonomie pour se rendre dépendantes d'autres pouvoirs.

Notons en effet que la médiatisation croissante de la sociologie va de pair avec la multiplication des supports courts et destinés à une diffusion large des travaux ; on assiste actuellement à un raccourcissement général des formats dans leur formulation scientifique et médiatique. Ce n'est pas tant la médiatisation des sociologues mais bien la réduction homogénéisée et excessive de ses supports d'énonciation qui risque d'appauvrir la pensée sociologique. Une polarisation du discours et du travail sociologique sur des formats destinés à « accrocher » un large public risquerait de conduire à l'impossibilité de s'abstraire du rythme et des catégories médiatiques, et pourrait favoriser l'émergence d'un travail uniquement compartimenté et encadré dans des schèmes succincts et prédéfinis de pensée. Si les formats courts ont bien entendu leur vertu, en ce qu'ils élargissent le travail sociologique à la vie de la Cité, il importe de préserver également la maîtrise du temps long de la construction des objets et de l'administration de la preuve, nécessaire à l'énonciation d'un discours scientifique et d'une pensée sociale. Le maintien d'une posture autonome face aux médias passe par la préservation d'une multiplicité des formats d'expression et de diffusion.

### **III – De l'éthique journalistique à l'éthique sociologique**

---

<sup>17</sup> Pierre Bourdieu, « La télévision, le journalisme et la politique », *Contrefeux*, Liber, Raisons d'agir, 1998, pp. 76-85.

<sup>18</sup> Deleuze G., « A propos des nouveaux philosophes et d'un problème plus général », *Minuit*, supplément au n.24, ni 1977.

<sup>19</sup> Copans J., « La sociologie, astrologie des sciences sociales », *Le Monde*, 2 mai 2001. Des extraits de ce texte sont également présentés et commentés dans le chapitre « La sociologie en cause », au sein de l'ouvrage de Gérald Houdeville, *Le métier de sociologue en France depuis 1945*, op.cit, pp.261-302.

On ne peut pour autant réduire les ambiguïtés de l' « intellectuel spécifique » face aux médias à une question d'éthique et de temps journalistiques ; l'émergence de l'expertise interroge l'éthique scientifique elle-même face aux sollicitations médiatiques. En effet, l'occupation d'une position d' « intellectuel spécifique » rend la frontière entre les postures scientifique, critique et politique particulièrement ténue et équivoque, parce qu'elle appelle non plus des « maîtres à penser » universalistes, mais un positionnement assis directement sur de véritables résultats scientifiques<sup>20</sup>.

### 1 – Le journaliste, le militant et le sociologue

Comparant ses carrières parallèles de « journaliste » et de « savant », Raymond Aron offre une pensée profondément contemporaine sur la question de l'engagement public du chercheur au sein des médias: journalistes et scientifiques sont selon lui égaux face à leurs prises de position ; tout scientifique qui s'engage le fait en tant que citoyen, et non en tant que scientifique<sup>21</sup>.

Sa double expérience l'invite à démentir l'idée selon laquelle les chercheurs sont davantage animés que les journalistes par une recherche de vérité et de neutralité scientifiques. Il juge ainsi infondés les soupçons et les méfiances que les universitaires nourrissent envers les journalistes ; sur de nombreux points prétendus distinctifs des « savants », la frontière entre journalisme et sciences sociales est bien plus ténue qu'il n'y paraît. C'est le cas par exemple de la prétendue « objectivité » et neutralité dont les sciences sociales revendiquent l'exclusivité: tout comme les journalistes, les scientifiques ne séparent pas toujours le réel du souhaitable ; à cet égard, Raymond Aron s'oppose à l'idée wéberienne d'une « neutralité en valeurs » au sein de la démarche et surtout de la pratique scientifique. Les « savants » ne lui semblent pas dépourvus, dans la formulation et la présentation de leurs résultats, d'une volonté de convaincre et d'une intention de persuader par la seule force des arguments et des preuves. « *La sélection des faits, le rapport aux valeurs ne constituent pas un moment de la recherche : toute l'interprétation est marquée, orientée par les interrogations que formule le savant et les concepts qu'il utilise* ». Inversement, les journalistes tendent également, dans l'exercice de leur profession, à une recherche de vérité, d'autant plus sincère que celle-ci s'exerce indépendamment de leur carrière et de leur succès. Les universitaires seraient donc loin de détenir le monopole de la « passion du vrai » ou de la neutralité de jugement. Raymond Aron dénonce au contraire la confusion de rôles qui conduit certains chercheurs à prendre des positions politiques sous couvert d'une légitimité scientifique, tout en adoptant parfois des modes de communication assimilables à ceux des « professionnels de la politique ».

Loin de lui l'idée de remettre en cause la légitimité d'un engagement scientifique, et d'une parole médiatique du savant, signe au contraire que la science n'est « *ni pauvre ni stérile* ». Cependant, dans ses engagements citoyens, le sociologue ou le savant doit s'affranchir de sa position de scientifique ; l'homme de science ne peut ni se prévaloir de ses titres universitaires ou attribuer ses prises de position à un caractère scientifique : « *Tout savant est aussi citoyen : il cesse d'être savant quand il agit en citoyen* ». Journalistes et savants sont également légitimes dans leurs prises de paroles publiques ; tout au plus, selon Raymond Aron, le savoir scientifique peut-il conduire à formuler un jugement « raisonnable ». Si l'engagement social ou politique du sociologue peut aisément se comprendre, voire se défendre, sa position au-delà de son champ d'expertise ne peut en aucun cas être considérée comme plus convaincante du fait de son statut de savant. Autrement dit, les prises de positions du savant engagé sont avant tout citoyennes, et non scientifiques.

### L'engagement du savant selon Raymond Aron

<sup>20</sup> Martuccelli D., « Sociologie et posture critique », in Bernard Lahire (dir.), *A quoi sert la sociologie ?*, Editions La Découverte & Syros, Paris, 2002, pp.137-154.

<sup>21</sup> Raymond Aron, « Journaliste et Professeur » (Texte de la leçon d'ouverture de l'Institut des Hautes Etudes de Belgique), le 23 octobre 1959, *Revue de l'Université de Bruxelles*, mars-mai 1960, pp.2-10.



« Quand l'économiste ou le sociologue entre dans l'action, il cesse d'être homme de science et il n'a pas le droit de se prévaloir de ses titres universitaires ou d'attribuer ses prises de position à un caractère scientifique. Il me paraît absurde de reprocher à un sociologue d'agir au moins par la parole ou la plume : si celui qui consacre sa vie à étudier les sociétés n'avaient rien à dire de valable, la preuve serait faite que sa science est pauvre et stérile ! Mais s'il prétend agir en savant ou ne formuler que des commentaires scientifiques, il manquerait et à l'honnêteté de la science et à celle de l'action. Dans le meilleur cas, les données à partir desquelles il prend parti sont scientifiques, le parti est tout au plus raisonnable. Quant à l'action proprement politique c'est-à-dire historique, visant l'ensemble du régime, le destin de la collectivité, l'issue d'une bataille sanglante, elle est au-delà du savoir. Nul n'est obligé de s'engager mais celui qui le fait court les mêmes risques, accepte les mêmes responsabilités, ignore les certitudes, qu'il soit professeur, journaliste ou homme politique.<sup>22</sup> »

Source : Raymond Aron, « Journaliste et Professeur » (Texte de la leçon d'ouverture de l'Institut des Hautes Etudes de Belgique), le 23 octobre 1959, *Revue de l'Université de Bruxelles*, mars-mai 1960, pp. 17-18.

### Médias émergents et débat public

Cette question de l'éthique du sociologue est aujourd'hui aiguë par l'ouverture de nouveaux espaces et la multiplication des formats disponibles au sein des médias émergents, qui ouvrent la voie à une parole publique affranchie du relais journalistique. Au delà des nombreuses tribunes signées par des sociologues au sein des grands quotidiens nationaux, se développent sur Internet de multiples canaux de diffusion sociologique, allant de sites de discussion scientifique destinés prioritairement à la communauté de sociologues, à des espaces ou « blogs » plus directement tournés vers la presse et le débat public. Comparativement aux modes de diffusion traditionnels et souvent confidentiels – ouvrages et articles scientifiques-, aux délais de publication potentiellement longs, ces canaux cumulent les caractéristiques d'une grande réactivité, d'un format court, et d'un mode de diffusion large, permettant des échanges scientifiques directs ou des prises de parole immédiates. Parallèlement, des collections émergentes contribuent à atténuer la frontière entre sciences sociales et prospective politique : destinées à éclairer le débat public par des interventions de chercheurs issus de différents champs disciplinaires, elles s'apparentent, en première analyse, à des « essais scientifiques »<sup>23</sup>. De format court, ces ouvrages destinés à un public élargi contribuent fortement à alimenter le débat social ou politique. Tout sociologue est désormais confronté à un arbitrage dans le choix des supports, entre des textes peu académiques mais ouverts à un large public, et des publications plus reconnues scientifiquement mais à diffusion plus confidentielle. De plus, souvent portées par les laboratoires scientifiques, les pages personnelles se sont multipliées, présentant le parcours, les publications et les thèmes de recherche de chacun. Elles répondent à une pression croissante de visibilité, implicitement prise en compte dans de nombreuses procédures de sélection. Certains « blogs » innovants vont bien plus loin que ces pages personnelles, et inventent de nouvelles formes d'échanges scientifiques et de nouveaux modes d'intervention dans le débat social. A cet égard, le blog « Prises de parti journalistique »<sup>24</sup>, porté par Le Monde.fr, tenu par Cyril Lemieux au cours de la campagne présidentielle, constitue un exemple particulièrement intéressant. Ce sociologue des médias s'est proposé de mettre en lumière grâce à des éclairages sociologiques et philosophiques les modes de traitement médiatique de la campagne présidentielle de 2007. Il qualifiera de « hautement militante » sa démarche de promotion des sciences sociales au sein du débat public, qu'il justifie par une volonté de « faire vivre » la sociologie autrement.

<sup>22</sup> *Ibid*, pp.17-18.

<sup>23</sup> La collection « La République des Idées » s'inscrit dans cette tendance émergente : elle propose aux auteurs de prolonger une présentation synthétique des aboutissements de leurs travaux par une démarche de réflexion sur leurs débouchés politiques.

<sup>24</sup> Cyril Lemieux, Blog « Prises de parti journalistiques ». Les médias au cœur de la Présidentielle, <http://médiass.blog.lemonde.fr/>

### Le blog de Cyril Lemieux : une sociologie dans le débat public

PS: on m'a quelque fois reproché ici (et ces reproches vinrent même parfois du milieu des sociologues professionnels) de ne pas m'être davantage engagé *politiquement*, c'est-à-dire, pour parler clairement, de ne pas avoir fait de ce blog la machine anti-Sarkozyste qu'il aurait fallu qu'il soit. C'est n'avoir pas compris en quoi ce blog fut **hautement militant**. Pas le genre de militantisme sans doute qui consiste, pour peu qu'on bénéficie du statut symboliquement privilégié d'universitaire ou de chercheur, à ériger ses croyances privées en vérités publiques, censées être, j'imagine, d'autant plus indiscutables par les citoyens ordinaires qu'elles se présentent (ce qui est une tromperie) comme fondées sur la science. A dire vrai, le militantisme dont il s'est agi ici, était beaucoup **moins politiquement correct**. Il a consisté, à la petite échelle de ce blog, à essayer de promouvoir la place des sciences sociales **dans le débat public**. Il a consisté, en d'autres termes, à essayer de suggérer, avec souvent beaucoup trop de maladresse, en quoi ces sciences peuvent avoir quelque intérêt dans l'appréhension "**à chaud**" de ce qui nous arrive collectivement (une appréhension qu'on ne saurait confondre avec une "enquête" en sciences sociales, dont les moyens et la temporalité diffèrent du tout au tout !). Ce militantisme-là a visé à signaler des **modes de raisonnement** qui ne sont pas ceux auxquels nous recourons le plus spontanément dans la vie ordinaire (par exemple, quand nous réagissons à un événement politique qui nous affecte). Il a visé aussi à mentionner, parfois, des travaux scientifiques reconnus (d'où le respect ici manifesté pour les classiques de la sociologie **les plus passés de mode**), dans l'espoir de donner peut-être aux lecteurs l'envie de les lire ou de les relire, et ainsi d'en faire quelque chose **par eux-mêmes et pour eux-mêmes**.

Source : Cyril Lemieux, Blog « Prises de parti journalistiques. Les médias au cœur de la Présidentielle, <http://médiass.blog.lemonde.fr/>

L'émergence de cette interface entre parole sociologique et parole médiatique est symptomatique de la dissolution des cloisons entre académisme et débat public. Ces modes de diffusion larges renouvellent les modes d'intervention du sociologue dans la Cité et ouvrent un espace d'appropriation d'une parole autonome dirigée vers le débat public. En atténuant l'effet d'imposition des formats médiatiques, ils donnent la possibilité au sociologue de se muer en journaliste, ce qui renforce d'autant plus la proximité que Raymond Aron soulignait entre ces deux professions. Parce qu'ils multiplient les occasions d'appropriation d'une parole directe et réactive, ils ouvrent un espace mitoyen entre prise de paroles publiques et analyses sociologiques ; maîtrisé, ces nouveaux modes de diffusion peuvent participer à la construction du sens social de la discipline. Dans ces prises de positions publiques, il appartient cependant aux éthiques individuelles des sociologues d'endosser alors la posture du citoyen, et donc, comme l'indique Raymond Aron, de distinguer la parole de l'homme de science de celle de l'homme d'action. Cependant, et c'est là que réside un des paradoxes des postures scientifiques face aux médias émergents, ces canaux de diffusion offerts aux sociologues s'ouvrent parallèlement à tout citoyen ; la facilitation de la prise de parole publique du scientifique se conjugue avec une atténuation de son poids distinctif, une diminution parallèle de leur influence relative dans les médias et une « usure » potentielle du discours de l'expert. Le développement du journalisme participatif affaiblit le rôle et le statut du journaliste tout comme celui de l'expert, en atténuant la frontière entre une élite intellectuelle et le dit « grand public »<sup>25</sup>.

### Conclusion.

Le « format » -journalistique ou scientifique- n'est pas sans incidence sur la structuration même de la pensée sociologique, tout comme sur les modalités de sa diffusion. Les points de rencontre entre les sociologues et le débat social sont voués à se multiplier et à se diversifier ; il importe de les investir en toute conscience des risques d'une polarisation du travail sociologique sur les enjeux médiatiques. Les journalistes constituent des relais démocratiques et sociaux dont les sciences sociales ont aujourd'hui

<sup>25</sup> Missika Jean-Louis, *La fin de la télévision*, Le seuil, « La République des Idées », 2006.

besoin ; cependant, la construction d'objets et de discours sociologiques tournés vers la tribune médiatique porte en elle-même le danger d'une pensée éparse, fragmentée, segmentée en autant de sous-thèmes de spécialisation, orientée vers la formulation d'objets et de discours « efficaces ». La médiatisation de la sociologie peut participer à son développement et à son utilité sociale, à condition qu'elle ne vienne absorber l'horizon de la recherche dans une spécialisation de court terme et dans une proximité exclusive avec les objets d'intérêt médiatiques, et que soient préservés également le temps, l'espace et le format nécessaires à une production scientifique. Les constructions sociologiques sont insolubles dans les formats exclusivement succincts, des interfaces éditoriales courtes et les temporalités réduites qui accompagnent plus largement le mouvement de médiatisation de la sociologie. Gardons à l'esprit que l'influence d'un sociologue est loin de se mesurer à cette immédiateté ou à l'étendue de son public, pour que cette diffusion large se fasse au service, et non pas au détriment, de la vocation humaniste et scientifique de la discipline.

## **Bibliographie**

Aron Raymond, « Journaliste et Professeur » (Texte de la leçon d'ouverture de l'Institut des Hautes Etudes de Belgique), le 23 octobre 1959, *Revue de l'Université de Bruxelles*, mars-mai 1960, pp.2-10.

Boudon Raymond, « L'intellectuel et ses publics : les singularités françaises », in Grafmeyer Y., Padioleau J-G., *Français, qui êtes-vous ?*, Paris, La Documentation française, 1981, pp. 465-480.

Bourdieu Pierre, *Sur la télévision*, Liber, Raisons d'agir, Paris, 1996.

Bourdieu Pierre, « La télévision, le journalisme et la politique », *Contrefeux*, Liber, Raisons d'agir, Paris 1998, pp.76-85.

Castel Robert, « La sociologie et la réponse à la demande sociale », in Bernard Lahire (dir.), *A quoi sert la sociologie ?*, La Découverte & Syros, Paris, 2002, pp.67-77.

Deleuze Gilles, « A propos des nouveaux philosophes et d'un problème plus général », *Minuit*, supplément au n.24, 1977.

Dubet François, *L'expérience sociologique*, Paris, La Découverte, 2007.

Foucault Michel, « Les intellectuels et le pouvoir » (Entretien avec Gille Deleuze, *L'Arc*, n. 49, Aix-en-Provence, mai 1972), *Dits et écrits II, 1976-1988*, Gallimard, Paris, 2001.

Lahire Bernard (dir.), *A quoi sert la sociologie ?*, Editions La Découverte et Syros, Paris, 2002.

Lemieux Cyril, *Mauvaise presse, Une sociologie compréhensive du travail journalistique et de ses critiques*, Editions Maitailié, Paris, 2000.

Lensing-Hebben Caroline, *Les experts cathodiques. Chercheurs face à la tentation médiatique*, INA, coll. "Penser les médias", 2008.

Mattart Christophe, « Le "sociologue-expert" à la télévision : un sens pour la posture sociologique ? », *Recherches sociologiques*, vol. 37, n.1, 2006.

Rodriguez Jacques, «Le sociologue, l'expert et le moraliste : à propos de la social administration anglaise», *Socio-logos*, n.2, octobre 2007, URL : <http://socio-logos.revues.org/document873.html>.

Sirinelli Jean-François, Ory Pascal, *Les Intellectuels en France de l'affaire Dreyfus à nos jours*, Éditions Perrin, Paris, 2004 (1<sup>re</sup> éd. 1986).