

Faculté des sciences économiques,
sociales, politiques et de communication

Analyse comparative des espaces réservés aux contributions externes au sein des quotidiens belges *Le Soir*, *La Libre Belgique* et *L'Écho*

Les tribunes libres constituent-elles un espace public au sens habermassien du terme ?

Auteur : Sacha Velkeneers
Promoteur : Olivier Standaert
Année académique 2019-2020
Master [120] en journalisme, à finalité spécialisée: "École de journalisme de Louvain"

Code de déontologie pour les étudiant.e.s en matière d'emprunts, de citations et d'exploitation de sources diverses.

« Je déclare sur l'honneur que ce mémoire a été écrit de ma plume, sans avoir sollicité d'aide extérieure illicite, qu'il n'est pas la reprise d'un travail présenté dans une autre institution pour évaluation, et qu'il n'a jamais été publié, en tout ou en partie. Toutes les informations (idées, phrases, graphes, cartes, tableaux, ...) empruntées ou faisant référence à des sources primaires ou secondaires sont référencées adéquatement selon la méthode universitaire en vigueur.

Je déclare avoir pris connaissance et adhérer au Code de déontologie pour les étudiants en matière d'emprunts, de citations et d'exploitation de sources diverses et savoir que le plagiat constitue une faute grave. »

Je remercie

Olivier Standaert, mon promoteur, pour sa patience et ses conseils tout au long de ce processus de recherche qui marque la fin d'une époque ; L'EJL qui fût une expérience unique, déstabilisante, mais tellement enrichissante.

Je tiens à remercier

mes amis, ceux d'hier et d'aujourd'hui, pour leur présence. Ce sont eux qui ont rendu ces cinq dernières années si belles.

Je tiens également à remercier

ma famille, pour leur soutien, et les nombreux allers-retours Louvain-La-Neuve – Maison depuis ma première année.

Table des matières

Introduction	1
Méthodologie générale	2
1. Cadre théorique	2
1.1. Définition de l'analyse de contenu.....	2
1.2. L'apport de l'inférence	4
1.3. La subjectivité du chercheur	5
2. Les grandes étapes méthodologiques	6
2.1. Le constat d'un problème.....	6
2.2. La formulation d'une problématique	8
2.3. Méthode inductive ou déductive ?	10
2.4. Formulation des hypothèses.....	11
Partie théorique	13
1. Kant et la notion de publicité	13
2. La notion d'espace public d'Habermas	14
3. Développements de l'espace public	19
3.1. L'espace public chez Nancy Fraser.....	19
3.2. Le « <i>nouvel espace public</i> » de Jean-Marc Ferry	21
3.3. L'évolution de l'espace public selon Bernard Miège.....	22
4. La société civile	25
5. La presse d'opinion	27
5.1. Histoire européenne	27
5.2. Le cas belge	30
6. Présentation des journaux analysés	31
Partie empirique	33
1. Collecte des données quantitatives	33
1.1. Méthodologie	33
1.1.1. Le corpus.....	33
1.1.2. L'échantillon	35
1.1.3. Les unités de comptage	36
1.1.4. L'analyse catégorielle	36
1.2. Présentation des résultats	43
1.2.1. Vue générale	43
1.2.2. Les lieux de publication	45
1.2.3. La question des thématiques	49
1.2.4. La question des sujets.....	58
1.2.5. La question du sexe du contributeur.....	61
1.2.6. La question de la collaboration	63
1.2.7. La question de la catégorie professionnelle.....	64
1.2.8. La question des fonctions professionnelles	71
1.2.9. La question de l'organisation apparentée au contributeur	73
2. Collecte des données qualitatives	76
2.1. Méthodologie	76
2.1.1. Une posture illustrative	76
2.1.2. Un entretien de type semi-directif	76
2.1.3. Modalités pratiques	77
2.2. Présentation des résultats	79

<i>Essai de synthèse</i>	85
1. Les contributions externes, qu'apprend la recherche empirique ?	85
2. Les contributions externes, un espace public contemporain ?.....	90
3. Les contributions externes, une illustration de la délibération citoyenne ?	98
<i>Conclusion</i>	101
<i>Bibliographie</i>	104

Introduction

Exprimer sa frustration, son indignation, sa colère, son animosité, sa joie, son enthousiasme ou son étonnement sur l'actualité du jour. Ce sont des actes que nous effectuons chaque jour dans la sphère privée – entre amis ou lors des repas de famille –, mais aussi dans la sphère publique, d'abord sur la place publique du village, dans les cafés, sur le marché, et depuis l'arrivée d'internet à travers des réseaux sociaux, des blogs personnels ou les sections commentaires d'articles de presse en ligne.

Pourtant, avant l'invention d'internet, la presse s'est toujours présentée comme un espace ouvert aux articles d'opinion. Dans la tradition française du journalisme, commentaire et information se sont confondus pendant des décennies avec des moments devenus aujourd'hui quasi mythiques au sein du journalisme, on pense à la Révolution française ou à l'Affaire Dreyfus qui déchaînèrent les passions, les commentaires, les idées. La presse était le forum du débat public.

Aujourd'hui, la presse est différente. On ne consomme plus l'information de la même manière et les journaux belges francophones ont évolué vers des lignes éditoriales privilégiant l'information neutre et un rôle d'observateur et de critique des autres pouvoirs de la société. Les débats se sont déplacés vers la radio, la télévision, puis internet a complètement bouleversé les usages d'expression. Tout le monde peut s'exprimer, partout, tout le temps, de manière instantanée et dans le plus grand anonymat.

Les espaces réservés aux tribunes libres ont cependant survécu même s'ils sont régulièrement relégués en fin de journal et semblent être un élément secondaire et discret de la politique éditoriale des « *quality papers* » belges francophones. Pourtant, prendre la plume et rendre public ses idées et ses opinions sur la situation politique, économique, sociétale ou encore culturelle de notre pays n'est pas un acte anodin. C'est un acte de participation citoyenne. C'est un acte démocratique. C'est un acte communicationnel. C'est un acte qui demande à être étudié.

Méthodologie générale

Dans le cadre de la réalisation de cette recherche, nous souhaitons travailler de manière transparente vis-à-vis du lecteur. Cette considération n'est pas seulement prise dans un souci d'honnêteté personnelle, mais également dans l'optique d'atteindre la validité scientifique propre à la réalisation d'une recherche en sciences sociales. Pour se faire, notre méthodologie se basera de manière prépondérante sur le livre *L'analyse du contenu des médias : De la problématique au traitement statistique* de Jean de Bonville (Éditions De Boeck Université, 2006). Nous utiliserons également l'ouvrage *Méthodes empiriques de recherche en communication* de Gérard Derèze (Éditions De Boeck Université, 2009) comme guide itinérant dans notre recherche.

1. Cadre théorique

1.1. Définition de l'analyse de contenu

C'est aux États-Unis que l'analyse de contenu s'est développée (*content analysis*) dans le champ de l'analyse de la presse. L'apparition des médias de masse¹ (presse écrite et radio) conditionne un besoin de comprendre ce qu'il s'y passe en matière de contenu divulgué². Harold Lasswell, grand chercheur américain sur la communication de masse, affirmera la légitimité de l'analyse de contenu en l'introduisant dans le champ des études politiques et de la propagande.

« (...) Dans le domaine politique, Lasswell élabore et met au point le schéma qui porte son nom, et qui d'une certaine manière anticipe – sur un mode empirique – les données de la branche de la linguistique nommée pragmatique : *Qui parle ? (Étude de l'émetteur) ; Qu'est-ce qui est dit ?*

¹ Ensemble des moyens de diffusion de masse de l'information (...) à destination d'un public très nombreux. Définition consultée le 10 avril 2020 sur :

<https://www.cnrtl.fr/lexicographie/mass-media>

² Derèze G. (2006), « *Méthodes empiriques de recherche en communication* », Louvain-La-Neuve, Éditions De Boeck Université, 1^{ère} édition, p. 164.

(Analyse du contenu) ; À qui (étude de l'audience) ; Par quel canal (analyse des vecteurs du message) ; Avec quels effets ? (Analyse de l'effet).³ »

Nous pouvons résolument affirmer que la question portant sur l'analyse de contenu (le « *quoi* ») sera centrale à notre recherche. Notre objet d'étude, à savoir les espaces de contributions externes au sein de la presse francophone belge, dépendra également des autres questions. Nous serons amenés à nous interroger sur : a) l'émetteur ou la personnalité derrière la contribution ; b) le canal de diffusion ou le journal responsable de la publication.

En 1952, Berelson donne à l'analyse de contenu sa grande définition mainte fois reprise et discutée par les chercheurs en sciences communicationnelles : « *L'analyse de contenu, selon Berelson, est une technique de recherche servant à la description objective, systématique et quantitative du contenu manifeste des communications.*⁴ » Celle-ci comprend trois éléments commentés individuellement par J. de Bonville⁵ :

- L'analyse de contenu est une famille de procédés spécialisés servant à la collecte, à la description et au traitement des données. C'est aussi une recherche car elle vise à l'aboutissement d'un savoir original qui était jusqu'à l'heure caché⁶.
- L'analyse de contenu est une description objective et systématique. Pour respecter les exigences liées au caractère scientifique de notre recherche, nous devons exposer notre procédé analytique de manière à ce que d'autres chercheurs répétant l'analyse, dans des conditions similaires, puissent arriver à des résultats similaires⁷.

³ Robert A., Bouillaguet A. (1997), « *L'analyse de contenu* », Presses universitaires de France, Paris, p. 14. Extrait repris dans Derèze G. (2006), *op.cit.*, p.165.

⁴ Berelson B. (1952), « *Content analysis in communication research* », p. 14. Dans de Bonville J. (2006), « *L'analyse du contenu des médias* », Éditions De Boeck Université, Bruxelles, p.9.

⁵ Professeur au Département d'information et de communication de l'Université Laval à Québec, il enseigne l'histoire des médias et la méthodologie.

⁶ de Bonville J. (2006), *op.cit.*, p.10.

⁷ de Bonville J. (2006), *Ibid.*, p.10-11.

- L'analyse de contenu est une description quantitative. Elle vise le dénombrement et la mesure. L'analyse cherche donc à rendre compte de régularités et de tendances observées dans les messages⁸.

Ces éléments de définition resteront dans notre esprit tout au long de notre recherche. Nous pouvons déjà affirmer à ce stade que nous allons travailler via une analyse quantitative avec la réalisation de statistiques descriptives. Nous allons également mener des entretiens individuels relevant d'une analyse qualitative.

1.2. L'apport de l'inférence

Laurence Bardin, grande chercheuse en communication, considère que la définition donnée précédemment ne suffit pas à définir l'analyse de contenu. « *Il est nécessaire de compléter les segments de définitions déjà acquis par la mise en relief de la visée (implicite ou explicite) de toute analyse de contenu. Son but est l'inférence de connaissances relatives aux conditions de production (ou éventuellement de réception), à l'aide d'indicateurs (quantitatifs ou non).* »⁹ En d'autres termes, le chercheur tend à réaliser des déductions logiques concernant la source (l'émetteur et son contexte) ou les effets des messages pris en considération¹⁰.

On en revient au modèle de Lasswell, développé précédemment, sur ces deux derniers points avec la mise en évidence de l'importance d'analyser le contexte de production des messages et leurs effets communicationnels. « *L'analyste peut chercher à connaître les sources d'information des articles de journaux (...), ou encore à identifier et à caractériser les auteurs des messages médiatiques (qui ?). [...] il arrive que des individus ou des groupes d'individus prêtent leur voix à des institutions. Les chercheurs qui s'intéressent à la seconde question (pourquoi ?) postulent que le contenu des médias représente, parfois de manière détournée ou même contradictoire,*

⁸ *Ibid.*, p.11-13.

⁹ Bardin L. (2013), « Chapitre II. Définition et rapport avec les autres sciences ». Dans *Id.*, « *L'analyse de contenu* », Presses Universitaires de France, Paris, p. 43.

¹⁰ *Ibid.*, p. 47.

*l'intention de ses auteurs.*¹¹ » Cette explication illustre bien la promesse inférentielle de notre mémoire à ce stade : notre analyse de contenu, portant sur les contributions externes, ne souhaite pas se limiter au « *contenu manifeste* » des messages. Il faudra voir comment une carte blanche ou une opinion publiée dans un journal s'inscrit dans des logiques intentionnelles plus larges pour le média en question.

De cette dernière citation découle un développement réflexif intéressant écrit par Jean de Bonville : « *Les messages contiennent aussi des indications sur la société au sein de laquelle ils sont produits. Leur contenu peut exprimer des attitudes, des valeurs, des préoccupations partagées par les membres de cette société.*¹² » Ce point est inspirant sachant que nous allons aborder la question de la sélection de l'information, du pluralisme, de la représentativité, de l'accès à la tribune médiatique, etc.

1.3. La subjectivité du chercheur

Il est important de mentionner dans la méthodologie que même si cette recherche se veut objective au sens de la définition de l'analyse de contenu donnée par de Bonville, elle ne pourra jamais se soustraire à la subjectivité des choix de son chercheur. L'utilisation fréquente du « *nous* » en est l'exemple le plus évident. « *Le chercheur n'est jamais un être dont l'écriture serait neutre.*¹³ » Toute la méthodologie est écrite dans un souci de transparence avec l'idée d'accompagner le lecteur dans le processus cognitif interne du chercheur.

Par ailleurs, « *l'interprétation, par définition, est partielle.*¹⁴ » Elle le sera puisque c'est l'accumulation des observations, de la collecte de données, du traitement statistique, des entretiens, de la sélection des théories... qui seront articulés dans un raisonnement propre au chercheur.

¹¹ de Bonville J. (2006), *op.cit.*, p.19.

¹² *Ibidem*

¹³ Derèze G. (2006), *op.cit.*, p. 59.

¹⁴ *Ibidem*

2. Les grandes étapes méthodologiques

Après avoir resitué de manière théorique ce qu'est une analyse de contenu, il nous faut maintenant développer la structure de réalisation de cette recherche. Cette étape est importante d'un point de vue scientifique afin de permettre l'objectivité et la systématique des résultats. Avant de débiter, il faut répondre à la question suivante : quel est l'objectif de la recherche ici présentée ? Selon les termes de J. de Bonville¹⁵, nous nous situons dans une recherche exploratoire (1) et descriptive (2) :

- (1) Nous cherchons avant tout à nous familiariser avec l'espace des contributions externes au sein de la presse francophone belge. Cartes blanches, opinions, tribunes libres... Nous ne connaissons que très peu de choses sur le sujet avant le début de la recherche.
- (2) L'ambition de cette recherche est tout de même de mieux connaître la nature et l'organisation de ce sujet.

À présent, nous allons présenter les différentes étapes à partir des recommandations de l'ouvrage de Jean de Bonville.

2.1. Le constat d'un problème

« Il n'est pas rare, surtout chez le chercheur débutant, qu'une recherche réponde à un intérêt personnel plus ou moins précis. Dans ce cas, c'est le désir d'augmenter ses connaissances qui amorce la recherche.¹⁶ » C'est sensiblement le cas pour notre recherche au sein de laquelle le problème a évolué constamment depuis nos premières réflexions, avec toujours une volonté d'apprendre.

Au départ, nous souhaitions travailler sur les orientations politiques au sein de la presse francophone belge. À partir d'un cas réel et d'une démarche inductive, l'idée était de mettre en évidence si la presse francophone véhicule

¹⁵ de Bonville J. (2006), *op. cit.*, p.37.

¹⁶ *Ibid.*, p.40.

bien des valeurs allant plus à gauche ou à droite sur l'échiquier politique. L'ancrage au sein du réel de ce problème s'illustre dans les propos de plusieurs membres du parti libéral, le MR¹⁷, qui soulignaient un problème d'impartialité au sein de la presse francophone. « *Je pense que dans notre pays, surtout côté francophone, on a une presse qui est unilatéralement opposée à la politique de ce gouvernement. Et je dis qu'on a un problème.*¹⁸ » Cependant, cette problématique s'est vite révélée difficile à mettre en œuvre dans le cadre d'une première recherche. En particulier, une analyse du discours se révélait un vrai challenge. Il aurait fallu circonscrire une idéologie, analyser les articles de presse (ex : leur vocabulaire), et ensuite relier les deux. De plus, la Belgique ne se révélait pas une terre propice à cette recherche de par la disparition de la presse d'opinion au profit d'une presse de masse, ainsi que par la petitesse de son marché. En communauté française, tous les grands titres sont concentrés au sein de quelques grands groupes (Rossel, IPM, Mediafin, Nethys). Un quotidien de qualité comme *Le Soir* revendique fermement son positionnement comme « neutre ». En comparaison, en France, la presse idéologique survit à travers des publications comme *Le Figaro*, *Libération* ou *La Croix*, symbole d'un écosystème médiatique bien différent du nôtre. Il s'agit d'autant de réflexions qui ont recentré notre questionnement initial.

Nous avons cependant une notion qui revient sans cesse dans notre esprit : l'opinion. Il doit y avoir quelque chose à creuser sous ce concept qui semble faire partie de l'essence du journalisme à la française. [À ce stade de notre recherche, les propos qui suivent ne relèvent que d'une connaissance superficielle et personnelle.] Nous pensons au foisonnement des idées, ainsi qu'à la sortie de l'obscurantisme et de la pensée unique. Les journaux se font l'écho de la Révolution française et de ce bouillonnement d'idées lié à l'avènement de la démocratie. Aujourd'hui, une brève consultation de la

¹⁷ Abréviation du Mouvement Réformateur.

¹⁸ Propos de Louis Michel dans Buxant M. (2018), « *Louis Michel : "C'est pénible, dès que quelque chose est bon, ce n'est pas grâce au gouvernement"* », L'Écho. Consulté le 12 avril 2020. URL : <https://www.lecho.be/economie-politique/belgique/general/louis-michel-c-est-penible-des-que-quelque-chose-est-bon-ce-n-est-pas-grace-au-gouvernement/10065591.html>

presse permet d'entrevoir que les genres journalistiques subjectifs sont limités : l'éditorial, le commentaire, l'humeur, la chronique... sont les genres de prédilection de la profession journalistique. À côté de ces formats, on entreperçoit une forme d'héritage de la presse d'opinion à travers un espace réservé exclusivement à la libre expression des citoyens : la tribune libre. Elle porte d'autres noms en presse francophone belge, on parle de cartes blanches ou d'opinions. Elles semblent discrètes et peu visibles au sein des publications, mais que renferment-elles exactement ? Sont-elles un lieu où foisonne le débat d'idées de manière plurielle ? Quel contenu privilégient-elles ? Qui reçoit l'accès à cette tribune médiatique ? Les journaux ont-ils encore pour ambition d'avoir des espaces de discussion ?

2.2. La formulation d'une problématique

Logiquement, de Bonville suggère la détermination d'une première exploration de la littérature scientifique avec l'établissement d'une première bibliographie. Cependant, cette recherche s'est révélée très courte puisque les articles scientifiques sur le sujet des tribunes libres (opinions, cartes blanches) ne sont pas monnaie courante. Les références affluent cependant plus lorsqu'on élargit notre recherche aux éditoriaux, ainsi qu'à la littérature anglo-saxonne où les *op-ed*¹⁹ et *letters to the editor*²⁰ semblent faire l'objet d'une littérature plus abondante.

Carmela Lettieri²¹ (2005) ou Karin Wahl-Jorgensen²² (2004) sont parmi les rares à avoir traité spécifiquement les tribunes libres dans leurs études respectives. Nous avons trouvé dans ces études des ambitions similaires à celles que nous nourrissons (voir questions posées ci-dessus).

¹⁹ Définition : de l'anglais « *Opposite the editorial page* ». Il s'agit d'un essai écrit dans un journal ou dans un magazine et qui donne l'opinion de son auteur. Ce dernier n'est généralement pas employé au sein de la rédaction. Consultée le 12 avril 2020. URL : <https://www.merriam-webster.com/dictionary/op-ed>. Accessed 12 Apr. 2020.

²⁰ Définition : une lettre écrite à un journal, un magazine ou un périodique, produite par un lecteur avec un objet de préoccupation, et dont l'objectif est la publication dans le journal ou le périodique. Consultée le 12 avril 2020. URL : <https://www.definitions.net/definition/letter+to+the+editor>

²¹ Maître de conférences en civilisation italienne contemporaine à l'Université de Provence (Aix- Marseille I).

²² Professeur à l'École de journalisme de Cardiff.

Nous pouvons à ce stade formuler notre question de recherche :

« *Comment la politique éditoriale influence-t-elle la diversité des cartes blanches publiées au sein de la presse francophone belge ? Peut-on considérer ces pages comme un espace public au sens habermassien du terme ?* »

Notre corpus théorique élargi met en évidence une série de concepts et d'éléments à travers lesquels nous souhaitons confronter nos données empiriques.

- (1) Replacer la presse dans son contexte. En Belgique, sur quelles publications est basée notre recherche ? Quelle est l'histoire de chaque publication ? Leur tendance idéologique ? Leur place dans le paysage médiatique francophone ?
- (2) Les espaces de contributions externes dépendent (après une lecture transversale de notre corpus scientifique) semblent liés la notion de « *presse d'opinion* ». Pourquoi publier des opinions ou des cartes blanches dans la presse en 2020 ?
- (3) Nous souhaitons également confronter ces espaces réservés aux contributions externes à la notion d'*espace public* qui est revenu fréquemment lors de la constitution de notre corpus de lectures. Le modèle sociologique de Jürgen Habermas²³, détaillé dans ses ouvrages *L'espace public : archéologie de la publicité comme dimension constitutive de la société bourgeoise* (1962) et *Droit et Démocratie* (1992), semblent incontournables pour comprendre le fonctionnement du débat public. Au-delà de la définition posée par J. Habermas, nous étudierons notre réflexion en confrontant cet espace aux critiques du modèle, ainsi qu'à ses contributions.
- (4) Qui s'exprime ? Est-ce qu'il y a plus de femmes que d'hommes ? Est-ce qu'il y a plus de professeurs que de chefs d'entreprise ? Remarque-t-on une diversité des intervenants par publication ? Ici également, on pourra s'interroger sur la notion de « *société civile* » développée par de

²³ Sociologue et philosophe allemand (1929 - présent).

nombreux penseurs comme J. Habermas, Alexis de Tocqueville²⁴ ou Friedrich Hegel²⁵.

- (5) Est-ce que toute opinion a la même valeur ? Est-ce que certaines cartes blanches ou opinions sont rejetées et pour quelles raisons ? Est-ce que la polémique ou la dissidence est un facteur de publication ?

Les théories de la communication seront essentielles pour replacer ces messages médiatiques dans une perspective de transmission : gatekeeping, boucle de rétroaction ... Elles seront développées en temps voulu.

2.3. Méthode inductive ou déductive ?

À ce stade de la méthodologie, nous sommes censés définir des hypothèses comme le recommande J. de Bonville dans son ouvrage. Cependant, cette démarche dépend de si nous nous plaçons dans une démarche inductive ou déductive.

- Une démarche inductive permet de passer d'un particulier (fait observé, cas singulier, donnée) au général (théorie, connaissance générale). Elle accorde la primauté au terrain²⁶.
- Une démarche déductive permet de conclure une affirmation à partir d'hypothèses, de prémisses ou d'un cadre théorique. Elle accorde la primauté au cadre théorique²⁷.

Dans notre cas, ce choix de positionnement a fait l'objet d'une longue hésitation. Nous nous sentons « *inductifs* » par le fait que nous allons analyser des journaux, extraire des données, et mener des entretiens avec des journalistes professionnels. Mais nous nous sentons aussi « *déductifs* » par le fait de vouloir décrire les espaces de contributions externes au regard des théories citées lors de notre problématisation. Nous concluons finalement nous situer dans une démarche mixte. « *Il serait réducteur de croire que la*

²⁴ Homme politique et historien français (1805-1859). Auteur d'un ouvrage phare de la pensée politique « *De la démocratie en Amérique* » (1935-1940).

²⁵ Philosophe allemand (1770-1831).

²⁶ Olivier M. (2018), « *Induction-déduction* ». Dans Paugam S. (dir.), « *Les 100 mots de la sociologie* », Paris, Presses universitaires de France, coll., pp. 13-14.

²⁷ *Ibidem*

démarche scientifique s'appuie nécessairement sur l'une ou l'autre de ces procédures²⁸ ».

2.4. Formulation des hypothèses

Dans son ouvrage, Jean de Bonville préconise à ce stade l'écriture d'hypothèses. Une hypothèse est définie comme « *une explication des faits reconnue plausible et que l'on retient provisoirement dans le but principal de la soumettre au contrôle méthodique de l'expérience.* » Il continue : « (...) *La qualité de toutes les étapes ultérieures repose sur la précision, la pertinence et la validité de l'hypothèse de recherche.*²⁹ »

Avant de formuler les hypothèses, il nous faut définir ce que l'on entend par « *politique éditoriale* » (voir question de recherche). Pour nous, la publication d'une carte blanche ou d'une opinion relève d'un choix de la rédaction. De ce fait, nous formulons une série d'hypothèses qui portent sur trois modalités présentes dans chaque carte blanche : elle possède automatiquement un auteur, une thématique et un sujet. À noter que certaines hypothèses formulées sont très généralistes, et nous savons déjà que les résultats devraient être plus nuancés ou détaillés.

- H1 : « *Il y a plus de cartes blanches et opinions publiées par des auteurs masculins que des auteurs féminins.* »
- H2 : « *Les cartes blanches publiées sont plus souvent l'œuvre d'un travail individuel que collectif.* »
- H3 : « *Les auteurs de cartes blanches publiées sont le plus souvent issus des élites managériales de la société.* »
- H4 : « *Les auteurs de cartes blanches sont le plus souvent affiliés à des ASBL ou des ONG* »
- H5 : « *La thématique de la politique est la plus représentée au sein des cartes blanches publiées.* »

²⁸ *Ibidem*

²⁹ de Bonville J. (2006), *op.cit.*, p.58.

- H6 : « *Les sujets concernant les élections ont été les plus fréquents durant la période étudiée.* »

Encore une remarque, il est clair que nos hypothèses sont le reflet d'une réflexion sur l'analyse catégorielle que nous allons décrire ultérieurement, et d'une analyse de l'échantillon qui nous a déjà permis de définir par quels critères nous pouvons illustrer tangiblement la politique éditoriale menée au sein des espaces de contributions externes.

Notre recherche à tendance à mener plusieurs étapes et réflexions à la fois, et la construction d'un nouveau point tend à nous pousser à remodifier légèrement un élément expliqué antérieurement. Ainsi, en anthropologie, *l'itération abstraite*, définie par Jean-Pierre Olivier de Sardan, semble caractériser notre démarche : « *La production de données modifie la problématique qui modifie la production de données qui modifie la problématique.* (...)»³⁰ » Nous ajustons progressivement notre problématique et nos hypothèses au contact du terrain. « *[C'est] une restructuration incessante du cadre interprétatif.*»³¹ »

³⁰ de Sardan J-P O. (1995), « *La politique du terrain* », Enquête, N°1, p.94.

³¹ *Ibidem*

Partie théorique

Vouloir étudier des espaces d'expression comme ceux aujourd'hui réservés aux contributions externes, c'est une ambition qui ne peut se faire sans faire appel à un savoir théorique qui va nous permettre de contextualiser plus largement notre recherche empirique. Prendre la plume, exprimer une opinion personnelle dans un journal lu par des milliers de lecteurs, ce n'est point un geste anodin. Cela s'inscrit dans des logiques théorisées par les sciences sociales. Pour se faire, nous allons faire appel à plusieurs savoirs, sélectionnés par nos soins, et que nous allons exposer dans cette section.

1. Kant et la notion de publicité

Parler d'espace public semble la notion la plus incontournable lorsqu'on évoque les espaces de contributions externes. Avant d'aborder le père fondateur de la notion d'*espace public*, il nous faut faire un bref détour par Emmanuel Kant. En effet, Jürgen Habermas crédite son compatriote allemand comme le premier à avoir théorisé l'espace public avec la création du principe de « *publicité* » (*Öffentlichkeit*). Kant est en effet un grand défenseur des Lumières, il va chercher à les définir dans l'essai « *Qu'est-ce que Les Lumières ?* » (1784). Pour le philosophe, les Lumières symbolisent « *la sortie de l'homme hors de l'état de tutelle dont il est lui-même responsable.*³² » Il estime en effet que l'éclaircissement progressif d'un peuple est suspendu à une condition : il faut que « *l'usage public de la raison, la libre circulation des idées et des opinions, de manière orale ou écrite, soit érigé en droit sacré de l'humanité.*³³ » La théorie de Kant estime ainsi que l'espace public est « *un lieu de débats infinis où pourront être jugées collectivement les idées des individus, mais aussi la scène d'où pourra être jugé et contrôlé le pouvoir politique.*³⁴ »

³² Pieron J. (2009), « *L'audace de la pensée : sur Kant et les Lumières* », Dissensus [En ligne], Dossier « *Figures du courage politique dans la philosophie moderne et contemporaine* », N° 2. URL : <https://popups.uliege.be:443/2031-4981/index.php?id=714>

³³ La-Philo, « *Espace public et démocratie : la philosophie d'Habermas* ». Consulté le 23 mai 2020. URL : <https://la-philosophie.com/espace-public-et-democratie>

³⁴ *Ibidem*

Comme l'explique Jocelyne Arquembourg, la notion de public est liée à l'exercice de la raison, mais aussi à l'idée de faire connaître largement un travail ou une pensée, de l'extraire de la confidentialité pour le faire connaître au monde³⁵. « *Au moment de la Révolution française, ce public, qui se transforme en citoyens, doit débattre des affaires publiques au sein d'une sphère publique politiquement orientée.* » Bien que comme avec Habermas, le public en question reste la bourgeoisie intellectualisée. Kant consacre qu'absolument tout doit se soumettre à la critique. Le public acquiert un rôle de critique vis-à-vis du pouvoir.

La vision de Kant se veut pourtant utopique dans le sens qu'il estime que la raison garantit la protection de l'intérêt général lors de la prise de décision. Il se base en effet sur la théorie du *contrat social* de Jean-Jacques Rousseau où le citoyen, volontariste, privilégierait l'intérêt de tous au sien. « *Hegel, puis Marx, ont montré que les intérêts privés ou les intérêts de classe minaient, en réalité, ce bel édifice.*³⁶ »

2. La notion d'espace public d'Habermas

Jürgen Habermas est l'un des philosophes les plus importants de ces dernières décennies. En 1961, il publie sa thèse doctorale en science politique, *L'Espace public. Archéologie de la publicité comme dimension constitutive de la société bourgeoise*. Au centre de cette thèse, il y a la formulation de la notion d'*espace public*. On peut la résumer à cette définition proposée par Alain Létourneau³⁷ :

« *L'espace public, c'est un ensemble de personnes privées rassemblées pour discuter des questions d'intérêt commun. Cette idée prend naissance dans l'Europe moderne, dans la constitution des*

³⁵ Arquembourg, J. (2003), « *La réalité politique : retour sur le principe de publicité* », Le temps des événements médiatiques, Louvain-la-Neuve, De Boeck Supérieur, p. 99.

³⁶ *Ibidem*

³⁷ Létourneau A. (2001). Dans Lits M. (2014), « *L'espace public : concept fondateur de la communication* », Hermès, La Revue, 70(3), 77-81.

espaces publics bourgeois qui interviennent comme contrepoids des pouvoirs absolutistes. Ces espaces ont pour but de médiatiser la société et l'État, en tenant l'État responsable devant la société par la publicité, la Öffentlichkeit dont parlait Kant ».

L'espace public serait la sphère intermédiaire entre la vie privée de chacun et la monarchie qui « *affectionne le secret, l'arbitraire et la délation*³⁸ ». Il se constitue en France et en Angleterre dès la fin du 17^e siècle et au début du 18^e siècle. Il permet la publicité des opinions privées à travers les salons, les académies, les cafés ou encore dans le cas qui nous intéresse, les journaux.³⁹

La thèse d'Habermas porte sur une catégorie sociale en particulier : la bourgeoisie. « *Avec le passage d'une économie du maître de maison à une économie commerciale, l'économie politique ne se contente plus de gérer la fortune tant familiale que royale, mais aussi de contrôler les marchés, d'innover.*⁴⁰ » Habermas explique que la bourgeoisie prend son envol, mais elle ne peut le faire qu'en « *s'informant sur le fonctionnement de l'État, pour rendre public ce qui concerne les mécanismes mêmes de son enrichissement.*⁴¹ » Létourneau explique que le pouvoir politique (l'État), par l'apparition de cette nouvelle classe issue de l'économie mercantile, se voit à présent devoir rendre des comptes à une « *partie des citoyens par le développement des forums de discussion.* »⁴².

Benoît Frydman, citant Hannah Arendt, explique que contrairement à la Cité antique, l'État moderne ne disposait alors pas d'une *agora*, c'est-à-dire d'un lieu où le peuple pouvait exercer ses droits politiques⁴³. Il est pertinent de faire un clin d'œil à l'Antiquité : le terme « *tribune libre* », autre terme pour parler

³⁸ *Ibidem*

³⁹ Paquot T. (2015), « *L'espace public* », Paris, La Découverte, p.11.

⁴⁰ *Ibid.*, p.12.

⁴¹ *Ibidem*

⁴² Létourneau A. (2001), « *Remarques sur le journalisme et la presse au regard de la discussion dans l'espace public* ». Dans Brunet P.-J., « *L'Éthique dans la société de l'information* », Québec, Presses de l'université Laval, p. 49.

⁴³ Frydman B. (2014), « *Habermas et la société civile contemporaine* », La société civile et ses droits, Bruxelles, p.126.

d'une carte blanche ou d'une opinion, dérive du latin « *tribuna* » qui signifie « *siège élevé* ». Dans la Grèce et la Rome antique, il s'agissait du lieu en haut duquel les orateurs prenaient la parole auprès du peuple. À l'inverse, dans l'Ancien régime⁴⁴, le bourgeois n'a pas de fonction politique. Il appartient à la sphère privée et il n'a donc pas droit à l'expression de ses opinions, ni le droit de s'informer.

Les révolutions libérales du 18^e et 19^e siècle vont avoir un impact important sur le passage du privé au public, nous y reviendrons d'ici peu notamment avec le développement d'une presse d'opinion. Habermas a cependant mis en évidence le passage – déjà cité – d'une économie domestique à une économie politique. Les personnes s'échangent des biens et des services, mais ils s'échangent également des paroles. Les conversations sortent petit à petit de la sphère privée⁴⁵. « *Les individus se retrouvent ensemble dans de nouveaux lieux de loisir et de conversation [...] : les cafés et les clubs autour d'un centre d'intérêt commun.*⁴⁶ » Habermas estime que la transition du privé au public est due à une nécessité pour les bourgeois de se défendre contre le pouvoir politique. « *C'est la politique mercantiliste et interventionniste du pouvoir royal qui constitue la première cible de la critique bourgeoise de la gestion des affaires publiques.*⁴⁷ » Le bourgeois n'aspire pas à prendre le pouvoir, mais simplement à garder le politique à distance. Il développe un esprit de vigilance critique⁴⁸.

Cette vision institutionnalisée de la reconnaissance (d'une partie) des citoyens à travers la participation aux débats et la responsabilisation du pouvoir politique donnera à cette théorie le nom de « *model libéral de la sphère publique bourgeoise* ». Elle accompagne une vision triomphante de la démocratie libérale avec l'acquisition de la liberté d'expression, la liberté de la presse ou encore la représentation parlementaire. Comme le développe Frydman, Habermas a développé sa thèse sur base de trois pays : la France,

⁴⁴ Période du 16^e au 18^e siècle en France.

⁴⁵ Frydman B. (2014), *op.cit.*, p.128.

⁴⁶ *Ibidem*

⁴⁷ *Ibid.*, p.129.

⁴⁸ *Ibidem*

l'Allemagne, et l'Angleterre. Dans le cas de cette dernière, la Grande Révolution de 1688 conduit la monarchie à partager le pouvoir avec le parlement. Habermas insiste non pas sur cette collaboration entre puissants qui existait déjà, mais sur le rôle d'arbitre dont va être investi l'opinion publique. « À chaque changement de ministère, le parti rejeté dans l'opposition va saisir l'opinion publique pour rendre compte des injustices du parti au pouvoir.⁴⁹ » Le pouvoir ne s'exerce plus dans le secret, et il doit se soumettre au phénomène de la *publicité* (Kant)⁵⁰.

Le potentiel de la théorie d'Habermas n'a jamais complètement été accompli en raison de son manque d'ouverture à la population. De manière similaire à Kant, Habermas fait de la critique du pouvoir une chasse gardée d'une frange minoritaire de la population. Cette minorité, privilégiée et éduquée, est capable de se servir de sa raison et de penser par elle-même. Les femmes ou les pauvres sont exclus de ce processus démocratique. Seuls les *citoyens actifs*, comme les définit Emmanuel-Joseph Sieyès, soit des hommes riches et propriétaires, ont la possibilité d'exercer leurs droits politiques⁵¹.

« À partir du 19^e siècle, le débat politique se focalise sur cette exclusion du monde du travail hors du régime politique bourgeois. [...] On connaît l'issue de ces combats : d'une part, l'instauration du suffrage universel et d'autre part la modification de la frontière public/privé, dans le sens d'une intervention active de l'État dans la sphère de l'économie, du travail et des relations sociales.⁵² » Ces évolutions sont perçues très négativement par Habermas qui parle de « *dégénérescence de la sphère public libérale bourgeoise* » qu'il idéalise tant ou de *dialectique de la publicité*.

Pour contextualiser, le philosophe allemand fait partie de l'école de Frankfort. Il s'agit d'un groupe de penseurs marxistes (ou d'extrême-gauche) dont Theodor Adorno et Marx Horkheimer furent des membres éminents. Ils ont

⁴⁹ *Ibid.*, p.130.

⁵⁰ *Ibid.*, p.131.

⁵¹ *Ibid.*, p. 132.

⁵² *Ibidem*

un raisonnement très pessimiste dans *La dialectique de la Raison* (1944), notamment sur la culture de masse (télévision, cinéma, comics...) et les médias. « *Alors que la publicité représentait un élément d'émancipation politique [...] cette publicité a été en quelque sorte retournée et renversée en son contraire : un instrument de domination et d'aliénation des masses.*⁵³ » Ils estiment que la raison est aujourd'hui contrôlée par l'économie, l'homme simplement réduit à l'état de consommateur. « *Les hommes sont livrés à eux-mêmes, [...], aliénés, [...]. Ils sont susceptibles d'être manipulés par les nouvelles forces qui gouvernent la société, en particulier les médias. [...] la communication de masse conduit au silence des masses.*⁵⁴ » Il n'y aurait donc plus d'esprit critique, les médias (et la culture populaire) endormiraient le public. Habermas s'inscrit dans ce courant de pensée. Les conditions de la sphère public bourgeoise se sont dégradées au fil du temps avec l'élargissement du public aux classes non-bourgeoises, l'apparition de la lutte des classes, l'intervention du politique dans l'économie, et la naissance de groupes d'intérêt⁵⁵.

Dans les années qui suivent, Habermas a surtout répondu aux critiques de son modèle avec une large ouverture d'esprit. Dans la préface de l'édition de 1990 de *L'Espace Public*, Habermas lisse son propos en estimant avoir sous-estimé les mécanismes critiques du public (théories de la réception⁵⁶), se disant influencé par la « *théorie des effets, forts, directs et linéaires* » de Lazarsfeld. Il abandonne également l'idée que le public s'est abruti depuis la Modernité, et le penseur reconnaît l'apport de la littérature féministe sur le caractère patriarcal de l'espace public bourgeois⁵⁷.

⁵³ *Ibidem*, p.134.

⁵⁴ Maigret É. (2015), « *Chapitre 4 - L'École de Francfort et la théorie de la culture de masse: Le soleil noir de la modernité* ». Dans *Id.*, « *Sociologie de la communication et des médias* », Paris, Armand Colin, p.60.

⁵⁵ Fraser N. (2001), « *Repenser la sphère publique : une contribution à la critique de la démocratie telle qu'elle existe réellement* », Hermès, La Revue, 31(3), p.131. Dans « *Habermas and the Public Sphere, sous la direction de Craig Calhoun* », Cambridge, MIT Press, 1992, p. 109-142.

⁵⁶ Courant de recherche des années 1950 aux années 1980.

⁵⁷ Habermas J. (1992), « *L'espace public, 30 ans après.* », Quaderni, n°18, Automne 1992, p.161-191.

3. Développements de l'espace public

La théorie d'Habermas a fait couler beaucoup d'encre, au point qu'il nous sera impossible d'en décrire toutes les critiques, les apports et les prolongements. Nous avons pêché quelques-unes des contributions les plus importantes afin de compléter la théorie de l'*espace public*, certains choix sont simplement le reflet d'une résonance avec le sujet de notre étude.

3.1. L'espace public chez Nancy Fraser

La chercheuse Nancy Fraser, déjà citée précédemment, aurait proposé « *le modèle concurrent de celui de Habermas le plus cohérent et le plus influent.* » Inspirée par Stuart Hall (*Cultural Studies*⁵⁸) et Michel Foucault, elle estime qu'il y a toujours eu des publics concurrents, même durant Les Lumières. « *Ces derniers sont dans un état semi-oppositionnel et semi-négocié à l'égard de la domination vécue, ils utilisent toutes les formes de contestation, comme la manifestation, le défilé, la discussion domestique, le bénévolat, sans respecter la rationalité pratique habermassienne.*⁵⁹ »

Il y aurait donc une multitude de publics, centrés sur eux-mêmes, et en opposition par rapport aux autres. « *La démocratisation s'effectue à travers tous les espaces petits ou grands, [...] elle passe par la politique comme par le divertissement, les batailles circonscrites au Parlement comme celles qui ont lieu dans les alcôves.*⁶⁰ »

Elle propose des amendements aux hypothèses d'Habermas :

- | |
|---|
| 1) « Dans la sphère publique, il existe des groupes parallèles, des contre-publics subalternes, nommant leurs différences et s'opposant à l'espace public bourgeois ; |
|---|

⁵⁸ En Angleterre, les « *Cultural Studies* » sont marquées par des études sur les mécanismes de résistance des classes populaires aux médias de masse. Schéma marxiste. Stuart Hall en est le père fondateur.

⁵⁹ Maigret, É. (2015). « *Chapitre 14 - Les théories de l'espace public: De Kant à la télé-réalité* ». Dans *Id.*, « *Sociologie de la communication et des médias* », Paris, Armand Colin, p.222.

⁶⁰ *Ibidem*

- 2) La prolifération d'une pluralité de publics concurrents, d'un réseau de publics parallèles, rapproche d'une plus large démocratie fondée sur le compromis ;
- 3) Le surgissement d'intérêts partiels et de problèmes supposés « privés » permet de dessiner les contours mouvants de la sphère publique : il n'y a pas de limitation des questions
- 4) La dissociation entre État et société civile (organisations non-gouvernementales) existe mais elle n'est pas nette : au-delà de la relation avec les représentants une démocratie directe ou quasi-directe est nécessaire. »⁶¹

Nancy Fraser, chercheuse féministe, a donc longuement expliqué comment les femmes de toutes classes et de toutes origines ethniques, se voyaient exclues des fonctions politiques sur base de leur genre, tandis que les hommes l'ont été sur base de la propriété. Les personnes de couleur étaient doublement exclues par le caractère raciste de l'espace public, pourtant vanté comme une arène publique ouverte à tous et où les inégalités sont suspendues⁶².

Au regard des recherches contemporaines, Fraser s'applique à expliquer que les hommes ont tendance à plus parler que les femmes ; à les interrompre plus souvent ; les femmes sont aussi plus souvent ignorées ou sans réponse⁶³. Fraser ne demande pas la suspension des inégalités à l'entrée de la sphère publique, mais plutôt leur *thématisation*, leur reconnaissance explicite⁶⁴. Car lorsqu'elles sont suspendues, l'espace public se veut alors favorable de manière systémique aux élites⁶⁵.

Autre défaut dénoncé dans les sociétés stratifiées, les contributions des groupes subalternes (ex : femmes, migrants ou LGBT) sont marginalisées dans les sphères publiques en raison de pressions d'autres groupes sociaux beaucoup plus puissants⁶⁶. « *Ces pressions sont amplifiées, plutôt*

⁶¹ *Ibid.*, p.223.

⁶² Fraser N. (2001), *op.cit.*, p.135.

⁶³ *Ibidem*

⁶⁴ *Ibid.*, p.136.

⁶⁵ *Ibidem*

⁶⁶ *Ibidem*

qu'atténuées, par l'économie politique propre à la sphère publique bourgeoise, dans laquelle, en effet, les médias, qui constituent le support matériel pour la circulation des opinions, appartiennent au secteur privé et ont une finalité lucrative.⁶⁷ »

Enfin, Nancy Fraser s'est penchée sur les relations entre discours public et identités sociales. *« N'en déplaise à la conception bourgeoise, les sphères publiques ne sont pas uniquement des arènes où se forment l'opinion publique discursive, mais elles sont aussi des arènes où se forment et s'expriment des identités sociales.⁶⁸ »* La participation à l'espace public suppose donc que l'individu cherche à afficher son identité culturelle. Ce multiculturalisme ne pourrait exister dans un même espace public, ce qui implique une fragmentation de l'espace public. De ce fait, même si la société serait égalitaire, elle doit compter une pluralité d'arènes pouvant accueillir une multiplicité de publics ayant des valeurs et rhétoriques différentes⁶⁹. Ce qui n'empêche pas l'existence d'une arène générale où serait discuté les questions concernant tout le monde, sans pour autant qu'ils soient tous d'accord de ce qui relève de l'intérêt commun (ex : les violences faites aux femmes furent portées dans le domaine public grâce à des mouvements féministes).

3.2. Le « nouvel espace public » de Jean-Marc Ferry

Jean-Marc Ferry fait le postulat de l'avènement de la « *société médiatique* », un siècle après celui de la « *société de masse* ». L'espace public serait *« l'espace médiatique grâce auquel le dispositif institutionnel et technologique propre aux sociétés post-industrielles est susceptible de présenter à un public les multiples aspects de la vie sociale.⁷⁰ »* Par médiatique, Ferry entend la diffusion de cette opinion par un médium comme la presse écrite, la télévision ou les TIC (technologies de l'information et de la communication). Le public n'est, lui, pas limité au corps électoral, mais à

⁶⁷ *Ibidem*

⁶⁸ *Ibid.*, p.140.

⁶⁹ *Ibidem*

⁷⁰ Ferry J-M. (1989), « *Les transformations de la publicité politique* », Hermès, 4, p.20-21.

tous ceux capables de comprendre et de percevoir ces messages. C'est l'humanité. « *L'espace public n'est pas seulement le lieu de la communication de chaque société avec elle-même, mais aussi et peut-être surtout le lieu d'une communication des sociétés différentes entre elles.*⁷¹ » De ce fait, les médias sont partis prenants de la constitution d'espaces publics au pluriel. Ce nouvel espace public à deux axes d'extension :

- Un axe horizontal : c'est un médium privilégié pour la formation d'une identité collective au sein de la société. « *Par là, une société trouve un accès signifiant à elle-même ou à d'autres dans la dimension « verticale » de la mémoire des peuples.*⁷² »
- Un axe vertical : l'espace public devient un lieu ouvert à toute discussion. Là où la sphère publique bourgeoise était régie par des critères de « *décence* » ou de « *culture* ».

Ferry cite Dominique Wolton sur sa définition de la communication politique. Il estime qu'il s'agit de l'espace où politiciens, journalistes, instituts de sondage (représentants de l'opinion publique) et intellectuels leaders d'opinion interagissent. Ferry ajoute que bien que ce soit le noyau de l'*espace public politique*, il y a à la périphérie de celui-ci une scène sociale (syndicats, associations, mouvements sociaux) et une scène internationale (organisations internationales, instances supranationales...)⁷³.

3.3. L'évolution de l'espace public selon Bernard Miège

Bernard Miège expose son postulat à partir de l'idée qu'Habermas ignore largement le fonctionnement des médias contemporains, les stratégies de communication des organisations et des appareils publics, et l'apport des nouvelles technologies de l'information et de la communication. Il va donc chercher à élargir la conception de l'*espace public* à partir de quatre modèles communication.

⁷¹ *Ibidem*

⁷² *Ibidem*

⁷³ *Ibid.*, p.23.

- Le premier modèle s'est évidemment développé autour de la presse d'opinion, d'abord en Angleterre, puis aux États-Unis et en Europe. Miège décrit la ligne d'écriture de ces journaux comme particulièrement violente avec « *des critiques qu'on ne trouve pas depuis bien longtemps*⁷⁴ » dans notre presse contemporaine. Les courants politiques foisonnent, tout comme la renommée des écrivains qui y trempent leur plume. Les journaux, lus par la bourgeoisie éclairée, sont discutés dans les cafés et les salons littéraires. « *Ils font l'objet de débats d'idées, ils activent l'usage public de la raison, l'échange d'arguments, et la formation d'opinions*⁷⁵ ». Ils conduisent ensuite à la représentation politique, c'est l'espace intermédiaire entre le privé et l'État.
- Le deuxième modèle se développe avec l'apparition de la logique marchande de la presse de masse. La presse devient une activité économique. « *Le pouvoir politique s'accommode de ce nouveau modèle en édictant des mesures de moralisation des pratiques éditoriales, voir en soutenant économiquement les journaux.*⁷⁶ » Le rapport des journaux aux lecteurs évolue avec la mise à distance de ces derniers. Ils bénéficient du minimum d'éléments nécessaires au maintien d'un système de représentation, ainsi qu'à une participation symbolique aux affaires publiques.
- Les médias audiovisuels de masse se développent avec la radio et la télévision au 20^e siècle. Habermas ne leur a accordé que peu d'attention, estimant qu'ils étaient incompatibles avec la confrontation publique des opinions. Elle met l'accent sur le divertissement et la culture de masse. Pourtant, selon Miège, on aurait tort de ne pas les prendre au sérieux. « *Les journaux télévisés, si réduites soient les informations qu'ils diffusent, sont des occasions de prendre part aux affaires de la société (symboliquement).*⁷⁷ » « *Il y a peu de points communs avec l'espace public bourgeois, mais on ne*

⁷⁴ Miège B. (1995), « *L'espace public : au-delà de la sphère politique* », Hermès, La Revue, 17-18(3), p. 51.

⁷⁵ *Ibidem*

⁷⁶ *Ibidem*, p.52.

⁷⁷ *Ibid.*, p.53.

*peut pas non plus le ranger dans le champ de la propagande*⁷⁸ », estime-t-il.

- Depuis la fin des années 70 émerge le modèle des *relations publiques généralisées*. « *Désormais, les États, les grandes entreprises et les moins grandes, et peu à peu toutes les organisations sociales (des administrations publiques aux organisations de la société civile) s'emparent de la gestion du social et des techniques de communication.*⁷⁹ » La communication généralisée s'empare de thèmes jugés consensuels ; « *dans tous les domaines de la vie sociale, elle vise à fabriquer l'adhésion.*⁸⁰ » Miège estime qu'elle tend à s'adresser surtout aux individus/consommateurs/citoyens.

Au regard de cette construction, le chercheur met aussi l'accent sur deux éléments. 1) Il faut prendre en considération les contextes socio-historiques qui influencent l'apparition de ces espaces publics (ex : la presse de masse s'est développée dans certains pays avant la presse d'opinion) ; 2) Ces modèles coexistent et ils n'ont pas disparu, bien que par exemple la presse d'opinion soit aujourd'hui marginale. Miège parle d'ailleurs d'élargissement du public à chaque nouveau modèle, même si le citoyen s'éloigne à chaque fois de la gestion des affaires publiques⁸¹.

Miège adresse également deux critiques : 1) L'espace public ne peut être réduit à sa fonction politique, il remplit aujourd'hui une variété de fonctions sociales ; 2) L'espace public, pensé en matière de communication politique et de TIC (comme chez Fery présenté auparavant), réduit à nouveau l'espace public à sa seule fonction politique et à la domination de quelques acteurs dont les instituts de sondage⁸².

⁷⁸ *Ibidem*

⁷⁹ *Ibid.*, p.54.

⁸⁰ *Ibidem*

⁸¹ *Ibidem*

⁸² *Ibid.*, p.55-56.

4. La société civile

La notion de société civile est également essentielle à notre étude dans le sens que les auteurs que nous allons analyser en font sûrement partie en nombre. Reprenons Habermas qui définit la société civile comme le sujet de l'opinion publique. Il commence par définir l'opinion publique en disant ce qu'elle n'est pas⁸³. « *[Ce n'est pas] la somme des opinions privées, telles que les mesurent les sondages d'opinion, qui consistent à interroger en privé, [...] des personnes privées, en leur posant des questions auxquelles elles n'ont pas réfléchi. À l'inverse, l'opinion publique est une opinion qui se forme en public, comme le résultat d'un débat public.*⁸⁴ » Ce débat est bien sûr rationnel comme vu précédemment, et il nécessite l'existence d'un *espace public*. Nous avons déjà abordé cette question et comment l'individu privé est devenu citoyen à travers la sphère publique bourgeoise au 18^e siècle.

Après la *dialectique de la Raison*, comme l'explique Frydman, Habermas voit dans le tissu associatif, dans les formes de solidarité et de contestation politique, une forme de résurgence du potentiel de résistance de la société civile face au pouvoir de l'État et de l'économie. Il dit ainsi :

« *[Le cœur institutionnel de la société civile] est désormais formé par ces groupements et ces associations non étatiques et non économiques à base bénévole qui rattachent les structures communicationnelles de l'espace public à la composante "société" du monde vécu [N.B. : le monde où se déploie l'action des membres d'une société donnée]. La société civile se compose de ces associations, organisations et mouvements qui à la fois accueillent, condensent et répercutent, en les amplifiant dans l'espace public politique, la résonance que les problèmes sociaux trouvent dans les sphères de la vie privée.*⁸⁵ »

⁸³ Frydman B. (2014), *op.cit.*, p. 125.

⁸⁴ *Ibidem*

⁸⁵ Pirotte G. (2018), « *La notion de société civile* », Paris, La Découverte, p.45.

Il faut bien saisir que la société civile n'est pas l'espace public, mais ce sont des éléments qui en sont constitutifs. La société civile est « *cet espace public au sein duquel les différences sociales, les problèmes sociaux, les politiques publiques, l'action gouvernementale, les affaires communautaires et les identités culturelles sont mis en débat.*⁸⁶ » C'est par exemple la discussion sur la mondialisation ou encore le réchauffement climatique. En 1997, dans *Droit et Démocratie*, Habermas apporte pourtant une nouvelle définition de l'espace public : « [Il s'agit d'] *un réseau permettant de communiquer des contenus, des prises de position et donc des opinions ; les flux de communication y sont filtrés et synthétisés de façon à se concentrer en opinions publiques regroupées en fonction d'un thème spécifique.*⁸⁷ » Dans cette nouvelle définition, l'auteur semble s'ouvrir sur les postulants d'auteurs déjà abordés comme Fraser ou Ferry. Il considère ainsi qu'il existe une multitude d'arènes de discussions variables, nationales ou supranationales, avec le souci d'accessibilité à tout le monde. Ces arènes sont interconnectées entre elles par l'emploi du langage. On est dans une approche plus communicationnelle de l'espace public.

Habermas exclut également l'économie de la société civile. « *La société civile est conçue comme un troisième secteur autonome mais qui n'est déconnecté ni de l'État et du marché ni de la sphère privée.*⁸⁸ » Habermas donne un grand pouvoir d'influence à la société civile avec un regard critique sur les problèmes de la société. Elle joue son rôle également auprès des instances politiques en formulant les problèmes de manière « *convaincante et influente*⁸⁹ ».

Dans son ouvrage, Gauthier Pirotte met évidence des difficultés auxquelles sont confrontées la société civile. Nous avons dit précédemment que la société civile peut-être perçue comme une multitude d'arènes qui s'attèlent au débat d'idées. « *[Elles] sont enracinées au sein de sociétés constituées par*

⁸⁶ *Ibid.*, p.55.

⁸⁷ *Ibidem*

⁸⁸ *Ibid.*, p.56.

⁸⁹ *Ibidem*

*des relations structurelles de pouvoir et de domination.*⁹⁰ » C'est-à-dire que la société civile n'est pas forcément libre, on ne peut assimiler la société civile à une théorie normative indépendante du contexte géographique, politique ou socio-historique dans lesquels elle se situe.

Elle doit aussi composer avec « *des phénomènes de privatisation de la production et de la diffusion de l'information et la concentration de grands groupes de l'industrie de l'information et du divertissement.*⁹¹ » Il y aussi d'autres raisons comme le manque d'énergie consacré à la gestion de la Cité (R. Sennett) ou la technicisation de la politique.

5. La presse d'opinion

5.1. Histoire européenne

La presse s'est développée dans un contexte extrêmement large et difficile à résumer. Avec la Renaissance et la Réforme, l'échange d'informations (administratives, bancaires ou encore intellectuelles) se fait de plus en plus manifeste. L'invention de l'imprimerie (15^e siècle, Gutenberg) pose les bases de la réplique de l'information sur le support papier. À l'aube du 17^e siècle, les premières gazettes voient le jour. En 1605, par exemple, est éditée à Anvers *Nieuwe Tijdinghen* (Les nouvelles d'Anvers)⁹².

En France, le premier journal hebdomadaire fût créé par Théodore Renaudot qui est souvent considéré comme le père de la presse française. *La Gazette*, née en 1631, fût soutenue par le pouvoir royal.

Le pouvoir politique (la monarchie) s'oppose à certaines époques avec sévérité à son développement, mais elle gagne en popularité et en contenu, même si en France comme en Angleterre, on continue à privilégier le livre pour exprimer ses idées. Les grands auteurs comme Voltaire ou Rousseau ne seront d'ailleurs pas tendre avec l'existence de la presse⁹³.

⁹⁰ *Ibid.*, p.59.

⁹¹ *Ibidem*

⁹² Albert P. (2018), « *Histoire de la presse* », Paris cedex 14, France, Presses Universitaires de France, p.9.

⁹³ *Ibid.*, p.20.

C'est surtout durant la période des grandes révolutions libérales qu'elle va gagner en puissance face aux autres pouvoirs de la société. Dès le 17^e siècle, en Angleterre tout d'abord, elle va jouer un rôle politique qui lui vaut l'appellation de *quatrième de pouvoir* (Burke)⁹⁴. Elle vécut des périodes de répression violente avec la guerre civile (1642-1651) et les différents monarques qui ont régné durant ce siècle. Ce n'est qu'après la révolution de 1688 qu'elle gagne en liberté relative, mais c'est surtout le foisonnement des titres qu'il faut relever de la presse anglaise avec des publications invitant à la réflexion et parfois à la polémique.

La presse américaine apparaît dès 1690 avec *The Public Occurrences* à Boston. Elle jouera un rôle conséquent dans la diffusion des idées indépendantistes. Bien que son droit à la liberté d'expression soit garanti par le premier amendement à la Constitution, voté en 1791, elle reste peu développée jusque 1830 en raison de persécutions politiques.

En France, la presse est sous l'autorité du pouvoir politique. Elle ne parle que dans le cadre fixé par l'État en évitant le débat politique. Dès la fin du règne de Louis XIV (1715), on assiste à la création de multiples périodiques. « *Cette presse de réflexion, destinée à un public cultivé, apporte un très précieux témoignage sur l'exceptionnelle richesse de la pensée du "siècle des Lumières" et les nombreuses controverses entre les « philosophes » et leurs adversaires.*⁹⁵ » On dénombre quelque 1050 titres de presse entre 1700 et 1789. Durant la Révolution, encore plus de titres apparaissent et ils participent à la vivacité du débat sur la gestion des affaires politiques. Les séances de l'Assemblée nationale sont retranscrites et publicisées.

« *La diversification des sources d'information politique a permis le développement d'une lecture comparative et critique. Le 18^e siècle voit ainsi l'émergence d'un "espace public" de discussions. [Les lecteurs] s'autorisent*

⁹⁴ *Ibid.*, p.14.

⁹⁵ *Ibid.*, p.20.

à évaluer les productions artistiques, à juger les actes de l'État, à questionner les fondements de l'ordre social.⁹⁶ »

Dès 1836, *La Presse* d'Émile de Girardin, opère une révolution dans l'univers de la presse avec l'apparition de la logique marchande et des revenus engendrés par la publicité. La presse prend un tournant commercial avec une presse populaire qui marchandise l'information. Habermas (influencé par l'école de Francfort) estime que les industries culturelles (dont la presse) deviennent ainsi responsables de la dégénérescence de l'*espace public bourgeois*. Pourtant, dans le livre « *Histoire politique et économique des médias en France* », les auteurs parlent d'une apogée de la presse d'opinion de la fin du 19^e siècle à 1914. La presse d'opinion, libérée par la loi de 1881 de nombreuses contraintes, joue un rôle important durant les périodes électorales. « *Chaque force politique s'appuie ouvertement sur les journaux pour mobiliser les classes populaires et encadrer leurs suffrages.* »⁹⁷

Marc Lits estime que, en France, la période de 1939 à 1945 fût la dernière à voir une nouvelle résurgence de la presse d'opinion avec 1 100 journaux créés. « *Dans la période d'après-guerre, les grandes signatures s'expriment (Jean-Paul Sartre, Albert Camus...) dans une presse qui veut à la fois défendre des opinions très clairement marquées, fondées sur les valeurs d'un groupe politique ou social, mais aussi toucher, influencer et reconstruire l'opinion de manière générale. Malgré cela, cette presse ne cessera de décliner.* »⁹⁸ Il avance que les raisons de ce déclin sont multiples : l'influence de la tradition anglo-saxonne de l'objectivité du journalistique (« *Les faits, seulement les faits* »), l'apparition de la radio puis de la télévision, ainsi que les logiques marchandes de l'information déjà citées plus haut. « *Progressivement, l'engagement ne sera plus le fait de journalistes tenus à l'objectivité et à la neutralité, mais se trouvera le plus souvent délégué à des prises de parole*

⁹⁶ Chupin I., Hubé N. et Kaciaf N. (2012), « *Histoire politique et économique des médias en France* », Paris, La Découverte, p.15.

⁹⁷ *Ibid.*, p. 38.

⁹⁸ Lits M. (2016), « *Espace public et opinion : de la presse écrite à Internet* », La Communication: Des relations interpersonnelles aux réseaux sociaux, Auxerre, France, Éditions Sciences Humaines, p.240.

"périjournalistiques" : courriers des lecteurs, "cartes blanches" laissées à des experts ou à des intellectuels, débats entre invités...⁹⁹ »

5.2. Le cas belge

Les références concernant la presse d'opinion spécifiquement belge sont assez rares (de ce que nous avons pu observer). Nous avons cependant relevé qu'une presse d'opinion s'est développée au même titre qu'en France. « Dès les années 1820 dans le royaume des Pays-Bas de Guillaume d'Orange, des gens de plume d'expression française rédigent une presse d'opposition. Journalistes d'opinion, ils s'affirment 'patriotes' et belges en lutte contre la presse du gouvernement hollandais et ses publicistes gagés.¹⁰⁰ » Issu des milieux libéraux, des bourgeois vont s'intéresser à la gestion des affaires publiques jusqu'à la révolution en 1830. Pierre Van den Dungen estime dans sa recherche qu'ils sont de farouches défenseurs de la liberté de la presse, bien que beaucoup de ces journalistes ont après la révolution occupé des postes ministériels ou judiciaires. Van den Dungen met aussi en évidence la multiplicité des opinions avec une presse libérale, une presse républicaine, une qui souhaite le rattachement à la France, l'autre aux Pays-Bas, etc. Après la guerre, de la même manière qu'en France, la Belgique a connu un regain de sa presse d'opinion avec des titres comme *Le Drapeau Rouge*, *La Cité* ou *Le Peuple*. « Il y avait donc un engagement marqué dans un camp, face à un autre, ou à plusieurs autres, à une époque où les positions étaient nettement dessinées, comme dans une guerre de tranchées.¹⁰¹ »

Marc Lits souligne le concept de *postmodernité* développée par des philosophes comme Ferry. Les grands systèmes de légitimation sont relativisés, on tombe dans le désenchantement, la presse d'opinion se meurt avec la disparition de la lutte des classes. Il souligne cependant l'apparition

⁹⁹ *Ibid.*, p.240-241.

¹⁰⁰ Van den Dungen P. (2004), « *Le rôle des milieux de presse dans la fondation de l'Etat belge et la création d'une "opinion publique" nationale (1830-1860)* », *Amnis* [En ligne], 4.

¹⁰¹ *Ibidem*

du monde associatif autour de projets « *segmentés*¹⁰² », plutôt qu'à partir d'une vision politique.

Citant G. Thoveron et J.-M. Nobre-Correia, les éditeurs de presse estiment dès lors « *résoudre le problème en passant du pluralisme externe (à une opinion correspond un journal) au pluralisme interne (plusieurs opinions s'expriment dans un même journal)*.¹⁰³ » Il ne présente plus son opinion mais en montre une multitude à travers les cartes blanches, les éditoriaux... Quitte à avoir une pluralité maximale des opinions ou une absence d'opinion due à la dissolution des points, c'est l'interrogation de Marc Lits.

6. Présentation des journaux analysés

Afin de contextualiser certaines des remarques que nous ferons à côté des résultats, nous allons brièvement présenter les trois publications au centre de notre étude (chiffres issus du CIM¹⁰⁴).

- *Le Soir* est probablement à l'heure actuelle le journal de référence de la communauté francophone belge. Fondé en 1887 par Émile Rossel et toujours détenu par la famille Rossel-Urbain, le journal se définit comme progressiste et indépendant. Sa ligne éditoriale se veut neutre, refusant tout parti pris idéologique. Le journal traite l'information en général, qu'elle soit nationale ou internationale, laisse place à la liberté d'expression et cherche à monitorer les autres pouvoirs de la société belge (« *le chien de garde de la démocratie* »). Selon le CIM, la circulation payante papier atteint un chiffre de 40.799 exemplaires. À cela s'ajoute une circulation payante digitale de 23.424 abonnements. C'est le premier « *quality paper* » en termes de ventes. Son public est majoritairement instruit (diplôme de l'enseignement supérieur), des classes aisées, plus âgé (60% ont plus de 44 ans) et composé également d'hommes et de femmes.

¹⁰² Lits M. (2016), *op.cit.*, p.5.

¹⁰³ *Ibidem*

¹⁰⁴ Centre d'information sur les médias (CIM). Chiffres pour l'année 2019.

- *La Libre Belgique* est un quotidien généraliste national au même titre que le journal précédent. Il traite tous les segments de l'actualité : politique, économique, sociétale, culturelle ou encore sportive. *La Libre* a longtemps arboré une ligne éditoriale très catholique, avant d'évoluer progressivement vers la neutralité. On le dit aussi « monarchiste¹⁰⁵ » et « unitariste¹⁰⁶ » sur le plan institutionnel. Le journal est aujourd'hui détenu par le groupe IPM. Sa circulation payante papier est de 25,289 exemplaires et sa circulation payante digitale est de 11,192 abonnements. Son public est similaire au *Soir*, un brin plus âgé (62% de + 44 ans) et masculin (six lecteurs sur dix).

- *L'Écho* est un journal économique. Précédemment connu sous le nom de *L'Écho de la Bourse*, le journal traite de l'actualité financière et économique, du monde des affaires, mais aussi de l'actualité politique et culturelle belge. Le journal n'a pas d'ancrage idéologique à proprement parlé, mais il donne plus fréquemment la parole aux patrons, aux professions libérales et aux « défenseurs de l'économie de marché¹⁰⁷ ». Le journal est aujourd'hui détenu par Médiafin, une joint-venture des groupes Rossel et Roulerta (*Femmes d'Aujourd'hui*, *Knack*, *Le Vif* *L'Express*). Sa circulation payante papier est évaluée à 7.984 exemplaires. Sa circulation payante digitale équivaut à 8.366 abonnements. Son public est éduqué, âgé (62% de + 44 ans), masculin (six lecteurs sur dix) et issu des classes aisées. Il est particulièrement présent dans la vie active (70% des lecteurs) et il a le taux de lecteurs le plus important auprès des professions managériales.

¹⁰⁵ Culture&Santé (2010), *La presse quotidienne en Belgique*. Consulté le 23 mai 2020.
 URL : <https://www.cultures-sante.be/nos-outils/outils-education-permanente/item/46-la-presse-quotidienne-en-belgique-francophone.html>

¹⁰⁶ *Ibidem*

¹⁰⁷ *Ibidem*

Partie empirique

Notre démarche empirique sera composée de deux collectes de données différentes. Une première collecte se fera à partir d'un corpus de messages médiatiques (cartes blanches, opinions) au sein des titres de presse. La deuxième collecte de données consistera en des entretiens avec les différents responsables en charge de la politique éditoriale des espaces de contributions externes. À noter que ce corpus de travail est donc composé à la fois de documents *non-produits par le chercheur*¹⁰⁸ (cartes blanches et opinions) et de *documents produits par le chercheur*¹⁰⁹ (entretiens).

1. Collecte des données quantitatives

1.1. Méthodologie

1.1.1. Le corpus

« *En analyse de contenu, la population est constituée de l'ensemble des messages dont l'analyste désire connaître les caractères.*¹¹⁰ » Notre population correspond à l'ensemble des contributions externes faisant l'objet d'une parution au sein des journaux suivants : *Le Soir*, *La Libre Belgique* et *L'Écho*. Pourquoi avons-nous choisi ces trois journaux en particulier ? Premièrement, on peut raisonnablement dire qu'ils forment le « *Big 3* » (« *Les trois grands* ») au niveau de la presse nationale francophone. Il ne faut pas comprendre ce terme en prenant en compte les ventes physiques ou les abonnements numériques vendus puisqu'un journal comme *L'Écho* vend moins qu'un autre journal national comme *La DH/Les Sports*¹¹¹. Cependant, ce choix naturel est dû au fait que chacune de ces publications possède un certain prestige en raison de ses exigences éditoriales. En effet, ils rentrent tous les trois dans le moule de la définition anglophone d'un « *quality*

¹⁰⁸ Derèze G. (2006), *op.cit.*, p. 170.

¹⁰⁹ *Ibidem*, p. 172.

¹¹⁰ de Bonville J. (2006), *op. cit.*, p.102.

¹¹¹ Selon le CIM (Centre d'information sur les médias), la circulation payante de la *DH/Les Sports* est deux fois plus importante que celle de *L'Écho*.

paper ». Ce terme peut être défini de manière suivante : « *A newspaper, typically a broadsheet, that is considered to deal seriously with issues and to have high editorial standards.*¹¹² »

Ce sont donc des journaux, publiés quotidiennement, qui sortent de l'information de qualité, des scoops, avec la volonté de faire leur métier avec un sens critique et une posture de *vigilance civique*¹¹³ (le « *chien de garde de la démocratie* »).

Ces trois journaux possèdent chacun un espace réservé à la publication de contributions externes dans leur édition papier, ainsi que sur leur site web. Il y a donc un objectif de comparaison en fin de parcours. Nous les listons comme tels :

- › *Le Soir* publie des « *cartes blanches* » dans la rubrique « *Forum* » ;
- › *La Libre Belgique* publie des « *opinions* » dans la rubrique « *Débats* » ainsi qu'au sein de « *La Libre Eco* ».
- › *L'Écho* publie un mixte (au niveau de l'intitulé) de « *cartes blanches* » et d'« *opinions* » dans la rubrique « *Opinions* ». Le week-end, ces textes sont publiés dans le supplément « *Regards* ».

À noter que par contribution externe, nous entendons nous limiter uniquement aux textes écrits par des personnes qui ne sont pas membres de la rédaction du journal en question. Nous excluons ainsi les personnes qui écrivent au titre officiel de « *chroniqueur* » pour un journal. Au sein du *Soir*, nous ne prendrons pas en compte les textes de Jean-François Kahn¹¹⁴, Jean-Paul Marthoz¹¹⁵ ou encore Ivan de Vadder¹¹⁶ qui écrivent au titre de chroniqueur. À *L'Écho*, nous excluons les opinions écrites par des avocats sur des sujets liés au droit. Elles montrent clairement au fil des mois évalués un *pattern*

¹¹² Définition de Lexico (Powered by Oxford). Consultée le 14 avril 2020. URL : https://www.lexico.com/definition/quality_paper

¹¹³ Pigeat, H. (2003), « *Liberté de la presse: Nuances transatlantiques* », Commentaire, numéro 101(1), 103-110.

¹¹⁴ Journaliste et essayiste. Il a fondé le magazine *Marianne*.

¹¹⁵ Ancien journaliste au service international du *Soir*.

¹¹⁶ Journaliste politique à la VRT (chaîne publique flamande).

(« motif ») de roulement des mêmes intervenants. Ces articles se rapprochent dès lors plus du genre de la chronique que de la tribune libre.

Enfin, ces trois publications ont leurs archives entièrement disponibles à la salle de presse de l'UCLouvain. Nous avons donc accès à la matière.

1.1.2. L'échantillon

« *L'échantillon correspond à la fraction ou au sous-ensemble de messages tirés de la population étudiée et que le chercheur entend soumettre à l'analyse proprement dite.*¹¹⁷ » Dans le cas de notre recherche, l'échantillon, de type empirique (ou non probabiliste), est simple dans sa constitution. Pour des raisons pratiques, il nous est impossible d'évaluer toutes les contributions externes publiées dans ces journaux. Nous avons donc limité notre analyse à une période de temps allant du 1^{er} janvier 2019 au 25 mai 2019. Pourquoi cette période en particulier ? Contextuellement, elle précède les élections fédérales, régionales et européennes du 26 mai 2019¹¹⁸. Nous pensons que c'est le bon moment pour chercher à caractériser cet espace de discussions puisque nous supposons que la période pré-électorale doit échauffer les esprits et les envies d'exprimer des opinions. Cela doit donc conduire à des échanges intenses sur de multiples thématiques.

En analyse de contenu, il est demandé que cet échantillon soit représentatif de sa population. Dans le cadre de notre démarche empirique, nous n'avons pas pour objectif de généraliser ces contenus au-delà de la situation étudiée ici. Nous ne cherchons pas à généraliser à l'ensemble des médias belges, ni même à généraliser au sein du titre. Sur le premier point, d'autres médias publient des contributions externes, mais nous ne pouvons prétendre à ce que nos résultats puissent s'appliquer à d'autres publications (ex : un processus de sélection différent ou une ligne éditoriale bien spécifique). Sur le deuxième point, même au niveau d'un média, nous ne pouvons affirmer que la place des contributions externes est la même qu'il y a vingt ou quarante ans. Le

¹¹⁷ de Bonville J. (2006), *op. cit.*, p.104

¹¹⁸ Résultats des élections du 26 mai 2019. Consulté le 15 mai 2020. URL : <https://elections.fgov.be/elections-du-26-mai-2019-tableaux-des-resultats>

contexte de production est totalement différent. Nous ne cherchons donc qu'à rendre compte de la situation actuelle (2019-2020) au sein de trois publications mentionnées dans notre question de recherche. Enfin, comme le dit Jean de Bonville, « (...) dans l'étude des journaux quotidiens, un échantillon primaire de douze ou quatorze individus (c'est-à-dire deux semaines de publication) est généralement considéré représentatif d'une année entière. »

1.1.3. Les unités de comptage

Nous sommes censés conclure l'échantillonnage par la définition des *unités de comptage*¹¹⁹. Premièrement, l'unité d'enregistrement désigne « *le segment de contenu qui va être classé*¹²⁰. » Dans notre cas, ces unités porteront sur des segments de contenu différents en fonction des hypothèses, nous y reviendrons ultérieurement. L'unité de contexte se veut supérieure à l'unité d'enregistrement. Elle ne fera « *pas forcément l'objet d'un traitement quantitatif*¹²¹ », mais elle sert à connaître l'environnement qui entoure l'article. Elle permet aussi de retrouver facilement l'origine d'un article.

Deuxièmement, le mode de numération est « *la manière de dénombrer les unités d'enregistrement ou de contexte*¹²² ». Dans notre cas, on va recourir principalement à la fréquence, c'est-à-dire que l'on va se demander combien de fois une caractéristique liée à la carte blanche a d'occurrences au sein de notre corpus de travail.

1.1.4. L'analyse catégorielle

Nous allons réaliser pour notre recherche une grande extraction de données via un document Excel afin de recenser toutes les opinions et cartes blanches publiées. Ce tableau, qui constitue notre échantillon, sera disponible dans les annexes pour une consultation des données. Il est basé sur les principes d'une

¹¹⁹ Derèze G. (2006), *op. cit.*, p. 179

¹²⁰ *Ibidem*

¹²¹ de Bonville J. (2006), *op.cit.*, p.124.

¹²² *Ibidem*

analyse catégorielle. « *On calcule les fréquences d'apparition de certains items regroupés en catégories thématiques ou expressives.*¹²³ »

Nous allons à présent détailler chaque hypothèse formulée précédemment et ensuite présenter les structures catégorielles qui permettront d'y répondre. Ce processus, si bien appliqué et complet, permettra de répondre à une partie de notre question de recherche.

- H1 : « *Il y a plus de cartes blanches et opinions publiées par des auteurs masculins que des auteurs féminins.* »
- H2 : « *Les cartes blanches publiées sont plus souvent l'œuvre d'un travail individuel que collectif.* »
- H3 : « *Les auteurs de cartes blanches publiées sont le plus souvent issus des élites managériales de la société.* »
- H4 : « *Les auteurs de cartes blanches sont le plus souvent affiliés à des ASBL ou des ONG.* »

Afin de répondre à **ces quatre hypothèses**, nous devons travailler sur une grille dont l'unité d'enregistrement est l'auteur de la carte blanche. C'est en effet au niveau de la signature de l'auteur que nous allons extraire des données concernant le sexe, le nombre d'auteurs, sa profession et l'organisation affiliée, que nous pourrons ensuite coder.

1^{ère} partie du tableau Excel lié à la personnalité

Date de parution	Le nom du journal

Éléments de contexte :

- Date de parution : elle est exprimée sous la forme « *XX (jour) / XX (mois) / XX (année)* ». Cette modalité permet de retrouver la carte blanche rapidement.

¹²³ Derèze G. (2006), *op.cit.*, p.163.

- Nom du journal : *Le Soir (S)*, *La Libre Belgique (L)* ou *L'Écho (E)*. Cette modalité permet d'effectuer ensuite des comparaisons entre journaux.

2^e partie du tableau Excel lié à la personnalité

Nom(s) de(s) l'auteur	Nombre d'auteurs	Sexe de(s) l'auteur(s)	Profession de l'auteur (comme mentionnée dans l'article)	Organisation affiliée à l'auteur (comme mentionnée dans l'article)

La variable du sexe s'impose naturellement pour caractériser l'auteur d'une carte blanche. Est-ce que ce sont des femmes ou des hommes qui ont le plus tendance à être publiés ? L'encodage est simple : femme (F) ou homme (H)¹²⁴. Le nombre d'auteurs est aussi intéressant : sommes-nous face à des cartes blanches écrites de manière individuelle ou collective ? À combien de personnes ? Nous mettrons d'abord si elle est individuelle ou collective, puis la valeur numérique (échelle d'intervalle).

Le nom de l'auteur est essentiel si on veut pouvoir identifier les personnalités. Les derniers éléments qui entourent la variable de l'auteur de la carte blanche, c'est sa profession et l'organisation affiliée à celle-ci. Dans le premier cas, nous allons nommer la profession de la personnalité afin de quantifier l'occurrence de chaque profession. Ensuite, nous allons classer cette personnalité, en fonction de sa profession, dans une catégorisation empruntée à l'Organisation Internationale du Travail. Nous avons utilisé la classification internationale des types de profession (CITP-08) mise à jour en 2007¹²⁵. Voici à nouveau la signification des éléments de codage :

Niveau 1

¹²⁴ En 2020, il est vrai qu'on ne devrait faire des assumptions sur le sexe ou le genre d'une personne, mais nous n'avons pas le temps d'appeler chaque personne pour vérifier son état civil.

¹²⁵ Site de l'Organisation Internationale du Travail, section CITP. Consultée le 18 avril 2020. URL : <https://www.ilo.org/public/french/bureau/stat/isco/index.htm>

Managers = A / Professions intellectuelles, scientifiques et artistiques = B / Professions intermédiaires = C / Employés de type administratif = D / Personnel des services directs aux particuliers, commerçants et vendeurs = E / Agriculteurs et ouvriers qualifiés de l'agriculture, de la sylviculture et de la pêche = F / Métiers qualifiés de l'industrie et de l'artisanat = G / Conducteurs d'installations et de machines, et ouvriers de l'assemblage = H / Professions élémentaires = I / Professions militaires = J

Niveau 2

Directeurs généraux, cadres supérieurs et membres de l'Exécutif et des corps législatifs = A1 / Managers de services administratifs et commerciaux = A2 / Managers, production et services spécialisés = A3 / Managers de l'hôtellerie, la restauration, le commerce de détail et de gros et autres services = A4 /

Spécialistes des sciences techniques = B1 / Spécialistes de la santé = B2 / Spécialistes de l'enseignement = B3 / Spécialistes en gestion et en administration d'entreprises = B4 / Spécialistes des technologies de l'information et des communications = B5 / Spécialistes de la justice, des sciences sociales et de la culture = B6

Professions intermédiaires des sciences et techniques = C1 / Professions intermédiaires de la santé = C2 / Professions intermédiaires, finance et administration = C3 / Agents de services commerciaux = C4 / Professions intermédiaires des services juridiques, des services sociaux et assimilés = C5

Niveau 3

Membres de l'Exécutif et des corps législatifs = A1A / Cadres supérieurs de l'administration publique = A1B / Dirigeants et cadres supérieurs d'organisations spécialisées = A1C / Directeurs généraux d'entreprises = A1D

Spécialistes de la justice, des sciences sociales et de la culture > Juristes = B6A / > Archivistes, bibliothécaires, documentalistes = B6B / > Spécialistes des sciences sociales et du clergé = B6C / > Auteurs, journalistes et linguistiques = B6D / > Artistes créateurs et exécutants = B6E

Concernant l'utilisation de cette classification, nous ne souhaitons pas à la base dépasser le niveau 2, mais certaines catégories comptaient tellement

d'éléments qu'elles méritaient d'être développées pour obtenir une vision plus précise de la répartition professionnelle.

Enfin, pour terminer, nous allons catégoriser l'organisation affiliée à l'auteur. Pour cela, nous allons employer une catégorie faite par nos soins, et qui se veut comme telle :

Partis politiques / Institutions / Groupes citoyens / ASBL / ONG / Syndicats / Organisations internationales / Organisations patronales / Think Tanks / Universités / Mutualités / Associations privées / Entreprises privées / Services publics / Médias / Autres

- H5 : « *La thématique de la politique est la plus représentée au sein des cartes blanches publiées.* »
- H6 : « *Les sujets concernant les élections ont été les plus fréquents durant la période étudiée.* »

Intéressons-nous maintenant aux **deux dernières hypothèses**. Nous sommes ici dans une analyse thématique donc nous allons utiliser comme unité d'enregistrement la thématique. « *Le thème est l'unité de signification qui se dégage naturellement d'un texte analysé selon certains critères relatifs à la théorie qui guide la lecture.* »

1^{ère} partie du tableau Excel lié au contenu

Date de parution	Le nom du journal	Titre de l'article	Lieu de publication

Éléments de contexte :

- Date de parution : elle est exprimée sous la forme « *XX (jour) / XX (mois) / XX (année)* ». Cette modalité permet de retrouver la carte blanche rapidement.

- Nom du journal : *Le Soir (S)*, *La Libre Belgique (L)* ou *L'Écho (E)*. Cette modalité permet d'effectuer ensuite des comparaisons entre journaux.
- Titre de l'article : permet au chercheur de resituer mentalement la carte blanche (son contenu) ou s'il doit aller la rechercher rapidement sur le net.
- Lieu de publication : nous encodons de manière suivante par un chiffre. (1) La carte blanche/opinion est publiée directement dans la rubrique (Débats/Forum/Opinions/Regards/Libre Eco) ; (2) La carte blanche/opinion est publiée avant la rubrique ; (3) La carte blanche/opinion est publiée après la rubrique en question. (4) La carte blanche/opinion est publiée directement et uniquement sur le site web.

2^e partie du tableau lié au contenu

Thématique	Mot-clé sujet
<i>Catégorisation selon...</i>	

Dans cette deuxième partie du tableau, on enregistre la thématique que porte cet article. Pour se faire, nous nous sommes basés sur une catégorie établie par Gérard Derèze et Marc Lits¹²⁶. Cette méthodologie implique la création de plusieurs sous-catégories, ainsi que d'un petit guide sur le codage employé :

Niveau 1
Politique = 1 / Économie et social = 2 / Justice = 3 / Faits divers = 4 / Sports = 5 / Société/informations générales = 6 / Culture = 7 / Autres = 8
Niveau 2
Politique internationale = 1A / Politique européenne = 1B / Politique fédérale = 1C / Politique régionale = 1D / Politique communautaire = 1E / Politique locale = 1F / Généralités = 1G

¹²⁶ Derèze G., Lits M. (2002), « *Comment classer ?* », Médiatiques. Récit et société, 29, p. 39-44.

Niveau 3

Débats sur la politique internationale = 1A1 / Débats sur des organisations internationales et des partis = 1A2 / Élections internationales = 1A3

Débats sur la politique européenne = 1B1 / Débats sur des organisations européennes = 1B2 / Élections européennes = 1B3

Débats sur la politique nationale = 1C1 / Débats sur des organisations nationales et des partis = 1C2 / Élections nationales = 1C3

Débats sur la politique régionale = 1D1 / Débats sur des organisations régionales et des partis = 1D2 / Élections régionales = 1D3

Débats sur la politique communautaire = 1E1 / Débats sur des organisations communautaires et des partis = 1E2 / Élections communautaires = 1E3

Débats sur la politique locale = 1F1 / Débats sur des organisations locales et des partis = 1F2 / Élections locales = 1F3

Débats sur la politique transnationale = 1G1 / Débats sur des organisations transnationales et des partis = 1G2 / Élections transnationales = 1G3

Économie et social nationale > sécurité sociale = 2N1 / > Questions sociales = 2N2 / > Économie = 2N3 / > Finances/fiscalité = 2N4 / > Entreprises = 2N5

Justice nationale > Généralités = 3N1 / > Procédures judiciaires et procès = 3N2

Société/informations générales > Services = 6N1 / > Marronniers = 6N2 / > People = 6N3 / Sciences et technologie = 6N4 / > Environnement = 6N5 / > Mobilité = 6N6 / > Tourisme, loisirs et évènements = 6N7 / > Religion et philosophie = 6N8 / > Santé = 6N9 / > Enseignement = 6N10 / > Humanitaire = 6N11 / > Généralités = 6N12

Culture > Arts de la scène = 7N1 / > Cinéma = 7N1 / > Littératures, livres et BD = 7N3 / > Arts visuels = 7N4 / > Architecture = 7N5 / > Médias = 7N6 / > Musiques, chansons = 7N7 / > Animation culturelle = 7N8

Pour terminer, nous allons également attribuer un mot-clé à l'article qui synthétise le sujet de l'article : (ex : colonialisme, démocratie, terrorisme...) Il s'agit d'un mot, choisi de manière délibérative par le chercheur, afin de caractériser l'objet de l'opinion. Cela nous permettra d'entraîner à percevoir si certains sujets sont récurrents à la période étudiée.

1.2. Présentation des résultats

Nous allons à présent détailler les résultats que nous avons obtenu grâce à l'utilisation de techniques de présentation des données et des paramètres de distribution issus de la statistique descriptive¹²⁷.

1.2.1. Vue générale

Dans ce premier tableau, nous avons compté de manière à pouvoir obtenir une vue globale sur notre échantillon.

Tableau 1

	Le Soir		La Libre Belgique		L'Écho		Total
	Effectif	Fréquence (%)	Effectif	Fréquence (%)	Effectif	Fréquence (%)	
Janvier	27	6%	42	9%	34	7%	103
Février	30	6%	33	7%	27	6%	90
Mars	36	8%	33	7%	34	7%	103
Avril	24	5%	37	8%	30	7%	91
Mai	20	4%	33	7%	28	6%	81
Total	137	29%	178	38%	153	33%	468

Calcul du mode

Nous remarquons que *La Libre Belgique* est le journal qui a publié le plus de contributions externes, 178, au cours de la période étudiée. Le premier mois a particulièrement été prolifique avec un *pic* de 42 contributions. C'est le meilleur mode tous journaux confondus. Du côté du *Soir*, il s'agit du titre qui a publié le moins de cartes blanches des trois journaux étudiés avec 137 cartes blanches. Son mode correspond au mois de mars qui fût le plus prolifique avec 36 publications. Enfin, *L'Écho*, a publié 153 opinions, ce qui le place entre *La Libre* et *Le Soir*. Il obtient également un double mode avec janvier et mars qui sont également les mois les plus prolifiques pour le journal économique.

¹²⁷ de Bonville J. (2006), *op.cit.*, p.204.

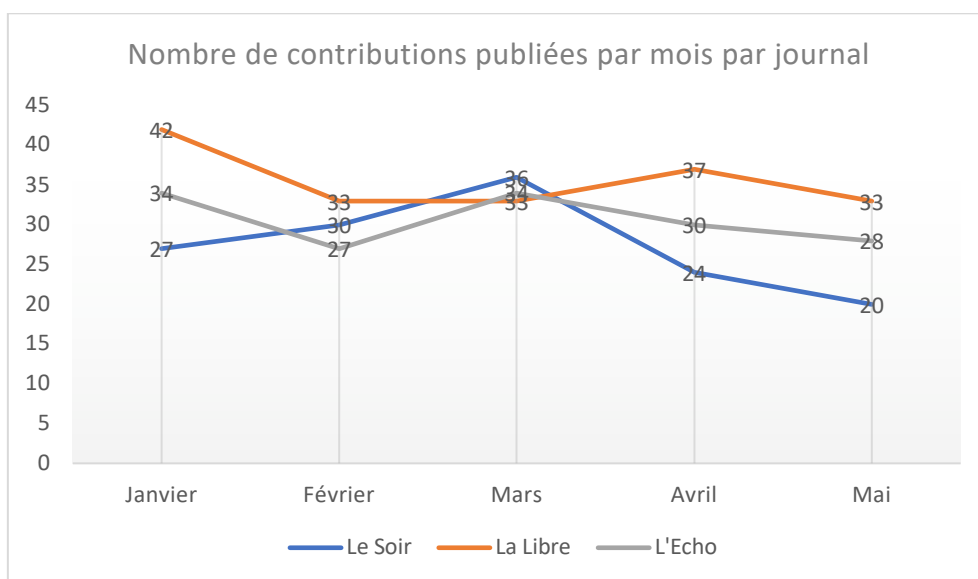
Calcul de la moyenne

Lorsque nous effectuons le calcul de la moyenne (somme des observations sur le nombre d'observations), nous percevons quel média a le meilleur ratio de publication. *Le Soir* obtient une moyenne de 27 cartes blanches par mois. Si nous prenons uniquement le mois de mars (mode), nous obtenons un ratio d'en moyenne une carte blanche par jour. *La Libre Belgique* publie une moyenne de 36 cartes blanches par mois. En janvier (mode) c'est également une opinion par jour. À *L'Écho*, c'est 31 opinions par mois. Au mois de janvier et mars (modes), c'est un résultat similaire avec une opinion par jour en moyenne. Nous pouvons donc considérer que les médias ont des logiques fréquentielles de publication assez similaires. *La Libre Belgique* se démarque cependant par un nombre de contributions publiées bien plus élevé que les deux autres, même si cela ne crée pas de différence notable.

Calcul de l'étendue et de l'écart-type

Le Soir a une étendue de 16 (36-20). *La Libre Belgique* a une étendue de 9 (42-33). *L'Écho* a une étendue 7 (34-27). On peut donc dire que *L'Écho* est le plus régulier en termes de publication sur la période analysée puisqu'il a le plus petit écart entre son mois le plus prolifique et le mois le moins prolifique. Nous avons calculé les écart-types ($s = \sqrt{\sum(x - \bar{x})^2 / N - 1}$) et nous avons obtenu les résultats suivants : 1,04 (*Le Soir*), 0,6 (*La Libre*) et 0,53 (*L'Écho*). Plus un écart-type est grand, plus les observations s'écartent de la moyenne. On voit donc que *L'Écho* a le plus petit écart-type, ce qui signifie que la dispersion des données est la plus faible. Nous confirmons donc ce que nous avançons avec l'étendue, le journal économique semble le plus régulier en matière de publication. Cependant, cela n'enlève pas à *La Libre* sa régularité, quant au *Soir*, il semble perdre sur avril et mai.

Modélisation graphique 1



Nous remarquons que la *Libre* et *L'Écho* confirment à travers ce graphique leur régularité de publication. Même si les chiffres ont tendance à fléchir sur le mois de mai, nous émettons l'hypothèse que c'est simplement dû au fait que le corpus s'étend du 1^{er} janvier au 25 mai (avant les élections), et donc qu'ils manquent 5 jours de publication. *Le Soir*, par contre, pose question car après une montée stable lors des trois premiers mois, la courbe chute fortement entre mars et avril, et cette tendance se confirme en mai. Le journal publie quasi moitié moins de cartes blanches en deux mois.

1.2.2. Les lieux de publication

Dans notre grille, comme présenté dans la méthodologie, nous avons recensé les lieux où les contributions externes sont publiées.

Tableau 2

	Le Soir		La Libre Belgique		L'Écho		Total	
	Effectif	Fréquence (%)	Effectif	Fréquence (%)	Effectif	Fréquence (%)		
(1)	39	8%	125	27%	139	30%	301	64%
(2)	7	1%	3	0%	0	0%	10	2%

(3)	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
(4)	91	20%	50	11%	14	3%	157	34%
Total	137	29%	178	38%	153	34%	468	100%

Rappel :

- (1) La carte blanche/opinion est publiée en papier (rubrique) + en ligne
- (2) La carte blanche/opinion est publiée avant la rubrique + en ligne
- (3) La carte blanche/opinion est publiée après la rubrique en question + en ligne
- (4) La carte blanche/opinion est publiée uniquement sur le site web.

À travers ce tableau, nous pouvons évaluer le lieu de diffusion des contributions externes au sein du journal. Sur la période évaluée, **six contributions sur dix** ont fait l'objet d'une publication écrite. Ce chiffre est particulièrement bas au *Soir* où seulement **34% des contributions accèdent à l'édition papier** du journal, ce qui correspond seulement à trois publications sur dix. On peut se poser la question suivante : est-ce que *Le Soir* est plus exigeant que les autres journaux ? Ce quotidien publie quand même **66% de ses cartes blanches directement en ligne**. Que se cache-t-il derrière cette statistique, est-ce une façon de miser sur le numérique ? *La Libre* et *L'Écho* publient respectivement **sept et neuf contributions sur dix** dans leur édition papier.

Seuls *Le Soir* et *La Libre* donnent un **brin de mobilité aux contributions** en les sortant de la rubrique pour les ré-avancer vers le début du journal. Pour information, au *Soir*, la rubrique « *Forum* » arrive aux alentours de la P20. À *La Libre*, la rubrique « *Débats* » arrive systématiquement aux alentours de la P40. À *L'Écho*, en dehors du week-end (où les opinions sont publiées dans un supplément), la rubrique « *Opinions* » arrive entre la P9 et la P11. Comme nous l'explique le journaliste William Bourton du *Soir*, il y a une volonté de regrouper les papiers qui abordent des questions communes. « *Si on s'intéresse à l'enseignement, on peut lier la carte blanche sur le même sujet. Les amateurs d'enseignement, ils vont lire le début du journal. C'est donc absurde de les séparer.* » Du côté de *La Libre*, on explique que la carte blanche doit être exceptionnelle ou apporter quelque chose au débat politique. « *Si l'opinion crée l'actualité chaude, qu'elle amène quelque chose de nouveau et de concret, nous pouvons décider de la mettre en avant en la remontant.* »

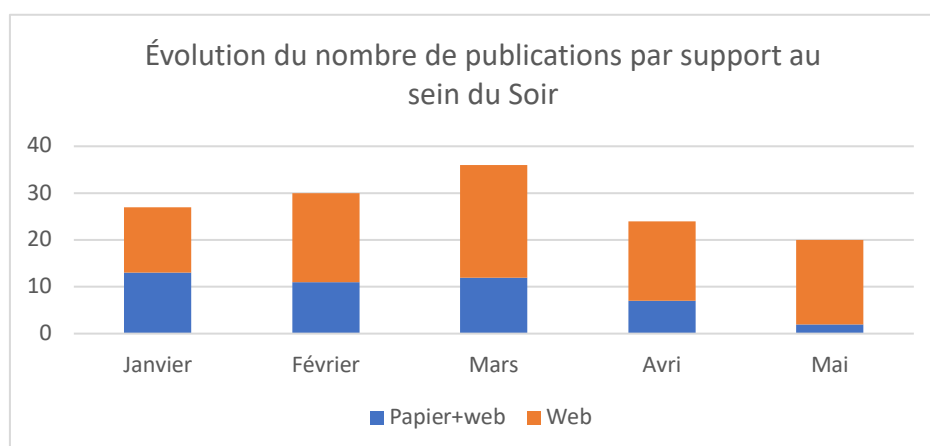
Un point méthodologique : dans le cas de ces deux journaux, nous ne sommes pas certains à 100% d'avoir obtenu toutes les publications web. En effet, *Le Soir* possède des archives accessibles sur plusieurs années et un outil de recherche qui permet de facilement retrouver des articles (même en n'étant pas abonné). Pour *La Libre* et *L'Écho*, les archives en matière d'opinions sont limitées aux dernières semaines. Nous n'avons donc pas eu accès à un listing complet. Pour ne pas invalider nos résultats, nous avons utilisé le moteur de recherche (Google) pour repérer toutes les opinions que nous n'avons pas recensées dans le papier et qui ont été publiées durant la période étudiée. Cependant, nous ne pouvons pas garantir que Google ait référencé toutes les opinions.

Si l'on réduit la variable indépendante à simplement « *support de diffusion* ». Le tableau et la représentation graphique mettent en évidence un phénomène intéressant.

Tableau 3

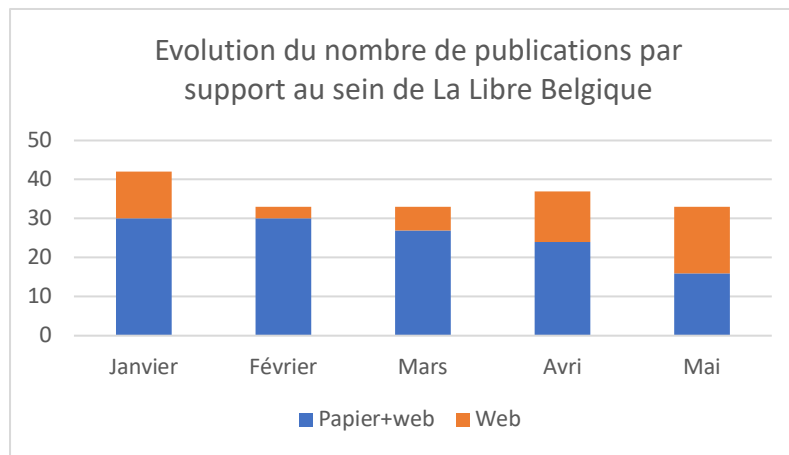
		Le Soir	La Libre	L'Écho
Janvier	Papier + web	13	30	34
	Web	14	12	0
Février	Papier + web	11	30	24
	Web	19	3	3
Mars	Papier + web	12	27	29
	Web	24	6	5
Avril	Papier + web	7	24	27
	Web	17	13	3
Mai	Papier + web	2	16	25
	Web	18	17	3
Total		137	178	153

Modélisation graphique 2

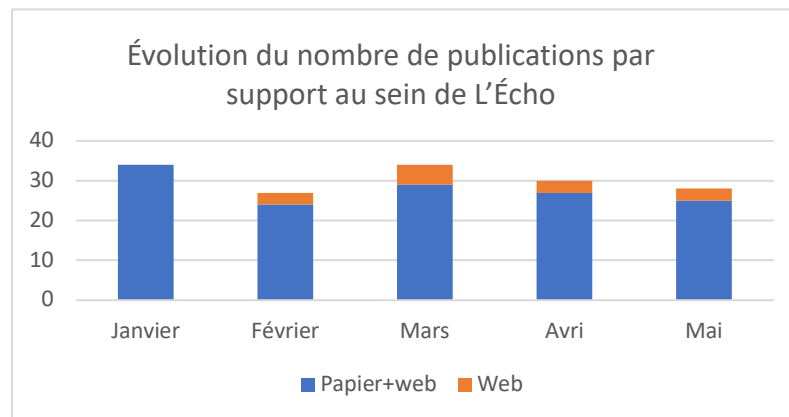


Nous remarquons que plus nous avançons sur l'axe temporel, plus la publication web prend le pas sur la diffusion papier. Nous passons d'un **ratio 50/50 en janvier** avec 14 publications dans l'édition papier à un **ratio 90/10** avec seulement deux cartes blanches dans l'édition papier en mai. Il semblerait qu'au *Soir* l'espace de débats fondé sur les contributions externes ait migré de l'édition papier au site web. Il sera intéressant durant les entretiens d'aborder ce point.

Modélisation graphique 3



Modélisation graphique 4



Du côté de *La Libre*, nous tendons à une présence plus importante des opinions publiées directement en ligne, jusqu'à atteindre un **ratio 50/50** en mai. On peut interpréter cela par deux éléments : 1) Le mois de mai fût tellement chargé en actualité (élections) qu'il y avait moins de place pour les opinions dans l'édition papier (c'est aussi envisageable pour *Le Soir*) ; 2) Trop de cartes blanches intéressantes reçues, mais pas assez de place, donc plus de publications directement en ligne.

Du côté de *L'Écho*, nous constatons une extrême stabilité au niveau des publications dans l'édition papier. On peut interpréter cela en affirmant que la page « *Opinions* » est un élément essentiel de la politique éditoriale du journal et que son alimentation est un processus automatique à chaque édition. Là où dans *Le Soir* et *La Libre*, nous avons pu remarquer lors de la collecte de données qu'il n'était pas anodin que la rubrique ne soit pas présente un certain jour. Il semblerait que les rubriques « *Forum* » et « *Débats* » soient dépendantes de la place mangée par les autres rubriques, et donc reléguées à un niveau d'importance moindre.

1.2.3. La question des thématiques

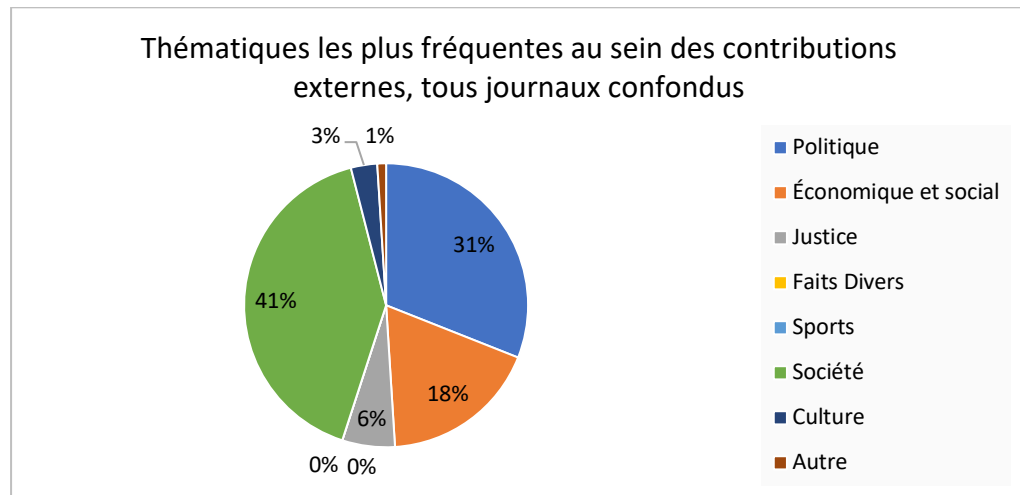
Nous avons ensuite classé les thématiques abordées dans les contributions externes. L'objectif est d'évaluer s'il existe une certaine diversité au sein des opinions publiées. Nous pourrions ainsi répondre à deux de nos hypothèses.

Tableau 4 (partie 1)

	Politique		Économique et social		Justice		Faits divers	
	Effectif	Fréquence (%)	Effectif	Fréquence (%)	Effectif	Fréquence (%)	Effectif	Fréquence (%)
Le Soir	35	7%	20	4%	12	3%	0	0%
La Libre	54	12%	20	4%	10	2%	0	0%
L'Écho	56	12%	48	10%	3	1% (0,6)	0	0%
Total	145	31%	88	18%	25	6%	0	0%

Tableau 4 (partie 2)

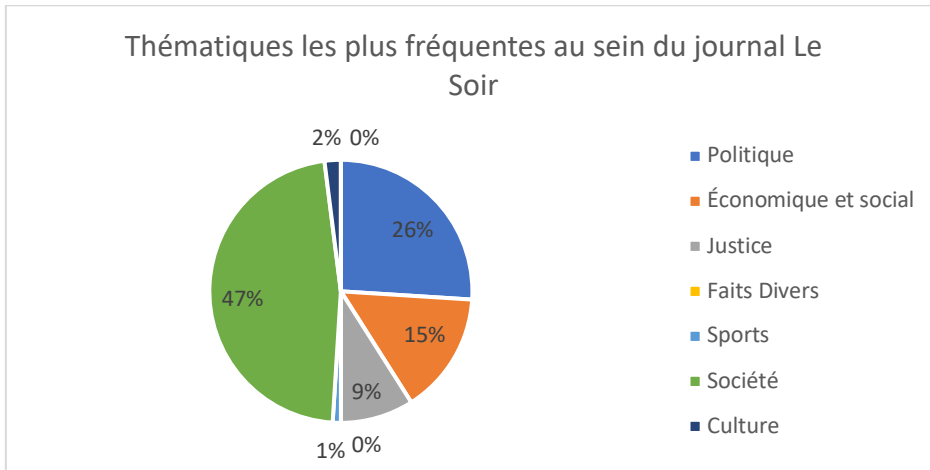
Sports		Société et infos générales		Culture		Autre		Total
Effectif	Fréquence (%)	Effectif	Fréquence (%)	Effectif	Fréquence (%)	Effectif	Fréquence (%)	
2	0% (0,4)	64	14%	3	1% (0,6)	1	0% (0,2)	137
0	0%	86	18%	8	2%	0	0%	178
0	0%	41	9%	2	0% (0,4)	3	1% (0,6)	153
0	0% (0,4)	191	41%	13	3%	4	1%	469



Nous pouvons constater que **l'actualité sociétale est celle qui domine le plus** le contenu des contributions externes. Elles représentent à elles-seules **41% des publications**. Par actualité sociétale, on entend tout ce qui a attiré à la société dans laquelle nous vivons, son organisation, ses institutions, les rapports entre ses membres. En presse, cela englobe des thématiques comme l'enseignement, la mobilité, les rapports hommes-femmes, la famille, la migration ou la religion. C'est donc une catégorie très généraliste. **La thématique « politique » arrive en seconde position avec 31%**. Ensuite, on retrouve les sujets à **caractère économique et social avec 18%**, puis **les sujets liés à la justice avec 6%**. La culture, le sport ou les faits divers sont des sujets rarement, voire jamais abordés durant la période analysée.

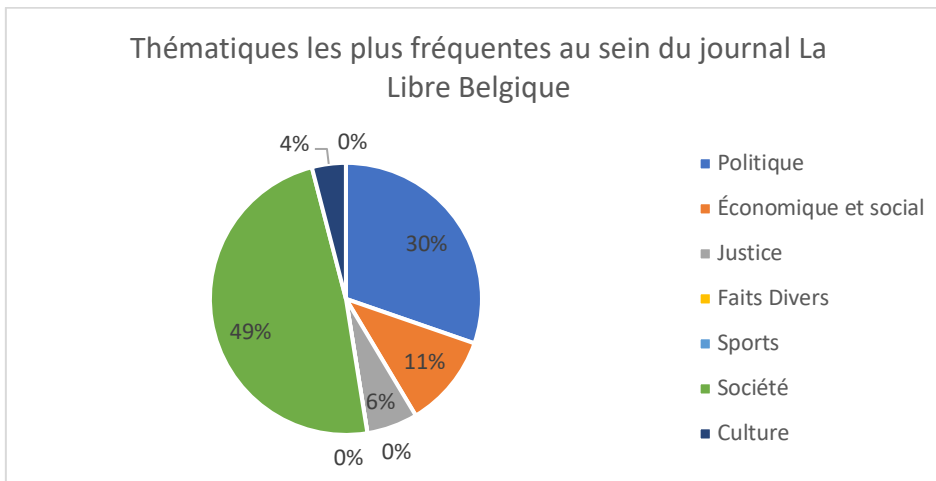
C'est intéressant de noter que les sujets de société arrivent en première position, au lieu des sujets de politique. On pourrait penser que la politique prendrait plus de place au regard de ce que nous avons vu dans la partie théorique de cette recherche et de ce que nous savons de l'espace public (nous y reviendrons dans la partie finale de cette recherche). Nous pouvons cependant déjà répondre à l'hypothèse 5 : « *La thématique de la politique est la plus représentée au sein des cartes blanches publiées.* » Ce sont les sujets de société qui dominent.

Modélisation graphique 6



Lorsqu'on s'intéresse aux résultats du *Soir*, les chiffres sont assez similaires aux résultats globaux. **Les sujets de société arrivent en tête avec 47%, quasi un sujet sur deux.** La politique (36%), l'économie et le social (15%) et la justice (9%) sont aussi représentés de manière similaire à quelques points près. On peut traduire cela par le fait que *Le Soir* est un journal généraliste qui traite de l'actualité dans sa multiplicité, et cela se reflète dans la sélection des cartes blanches publiées.

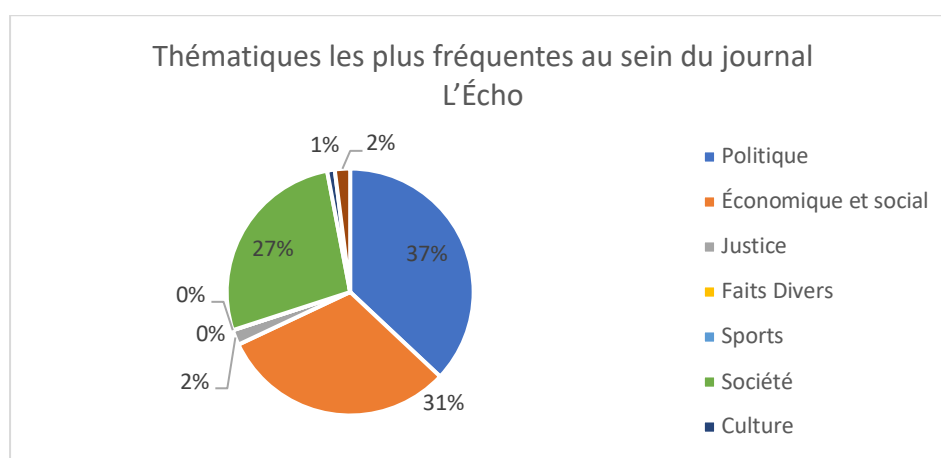
Modélisation graphique 7



La Libre obtient des résultats assez similaires à ceux du *Soir*. Quotidien généraliste, **les opinions concernant des thématiques sociétales (une opinion sur deux) et politiques (un sujet sur trois) dominent le classement.** Les sujets économiques et sociaux sont moins présents que dans les deux autres publications avec seulement 11%. À l'inverse, *La Libre* est le

journal où les opinions sur des sujets culturels sont les plus nombreux avec 4% du total.

Modélisation graphique 8



L'Écho est le journal où la répartition thématique se différencie le plus des deux autres journaux puisque la **première place du classement est occupée par les sujets politiques avec 37%**. Ensuite, ce sont les sujets économiques et sociaux qui prennent la seconde place avec 31%. Ce n'est pas anodin vu que comme nous l'avons écrit dans la présentation des différentes publications, *L'Écho* est un journal spécialisé dans l'économie, la bourse ou encore les entreprises. C'est donc assez logique au vu de la ligne éditoriale du journal et de son lectorat (des cadres supérieurs, des chefs d'entreprise...) que les contributeurs externes écrivent beaucoup sur ces sujets. Les sujets de société arrivent après avec 27%.

Nous allons à présent catégoriser au sein de la catégorie « *Politique* ».

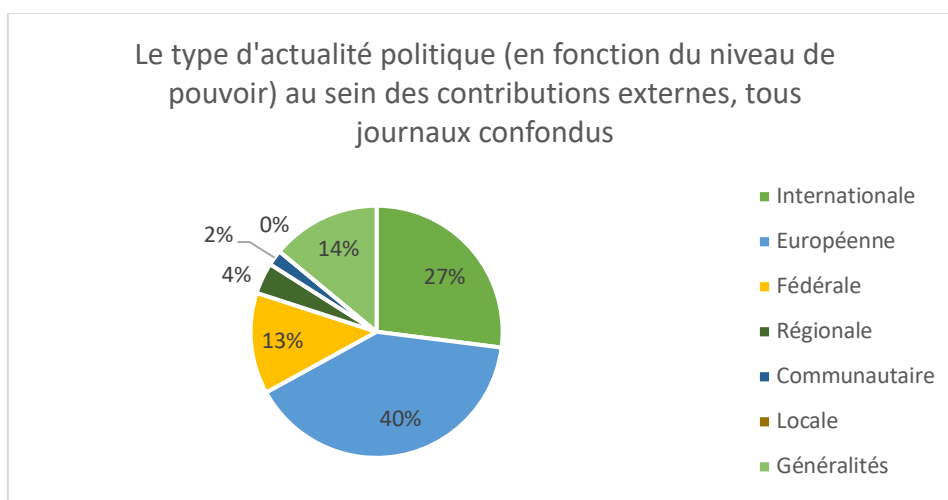
Tableau 5 (partie 1)

	Internationale		Européenne		Fédérale	
	Effectif	Fréquence (%)	Effectif	Fréquence (%)	Effectif	Fréquence (%)
Le Soir	7	5%	16	11%	7	5%
La Libre	19	13%	14	10%	9	6%
L'Écho	13	9%	27	19%	3	2%
Total	39	27%	57	40%	19	13%

Tableau 5 (partie 2)

Régionale		Communautaire		Locale		Généralités		Total
Effectif	Fréquence (%)	Effectif	Fréquence (%)	Effectif	Fréquence (%)	Effectif	Fréquence (%)	
3	2%	0	0%	0	0%	2	1%	35
1	1% (0,7)	1	1% (0,7)	0	0%	10	7%	54
2	1%	2	1%	0	0%	9	6%	56
6	4%	3	2%	0	0%	21	14%	145

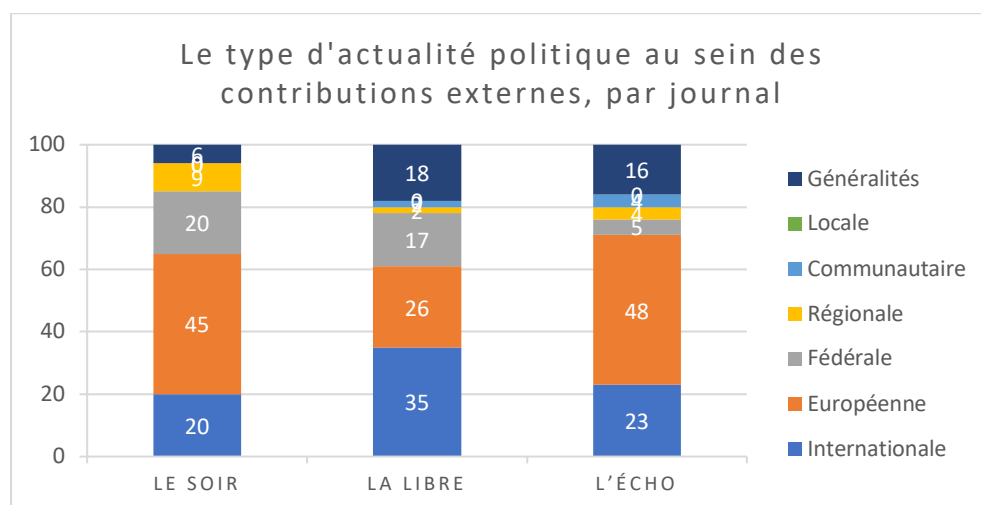
Modélisation graphique 9



C'est un résultat intéressant que nous découvrons. Contrairement à ce que nous aurions pu imaginer, ce ne sont pas les sujets de politique nationale (ou fédérale) qui dominent ce classement. En premier, **nous avons les contributions traitant de sujets européens avec 40%**. C'est une part importante des sujets politiques puisque la **catégorie suivante, l'international, n'arrive qu'avec 27% derrière cette première catégorie**. Quasi deux opinions sur trois concernent une actualité politique européenne ou étrangère. Ensuite, nous **avons les opinions généralistes avec 14%**. Dans cette catégorie, nous avons classé des sujets qui parlent à plusieurs, voire à tous les niveaux de pouvoir belges. Par exemple, il y a une opinion portant sur une suggestion de demander à nos ministres de répondre à leur courrier (reçu des citoyens). On parle des ministres fédéraux, régionaux et communautaires, on ne peut donc pas la classer uniquement dans une catégorie. Ensuite vient **l'actualité fédérale avec 13%, puis l'actualité**

régionale (4%) et communautaire (2%). Le niveau local n'est jamais représenté dans le débat d'idées.

Modélisation graphique 10



Si on se lance dans une comparaison par journal, on peut voir que *Le Soir* et *L'Écho* sont les **deux journaux qui publient énormément sur l'actualité européenne avec quasi une carte blanche sur deux (45% et 48%)** respectivement. Là où *La Libre* perd sur le plan européen, elle le regagne sur le plan international en étant la **championne de la publication d'opinions concernant les sujets internationaux avec un score de 35%**. *L'Écho* publie **très peu sur la thématique fédérale avec seulement 5%** contre 20% et 17% respectivement pour *Le Soir* et *La Libre*.

Nous avons ensuite catégorisé à nouveau la catégorie « *Économique et social* ».

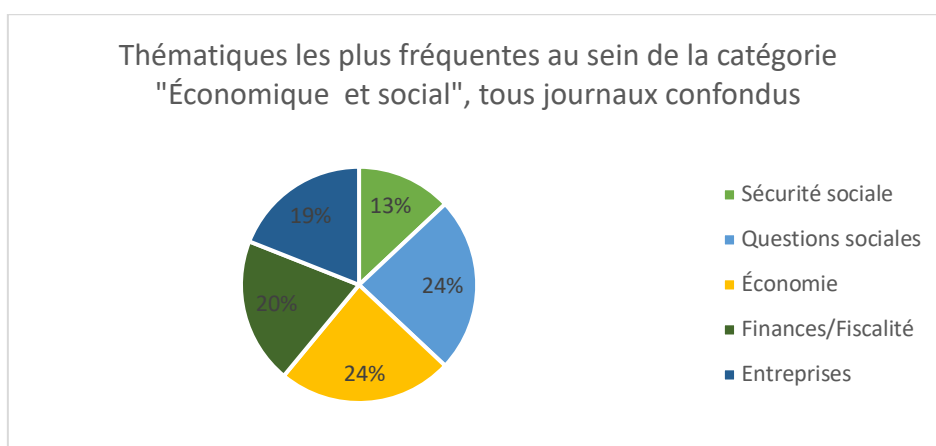
Tableau 6 (partie 1)

	Sécurité sociale		Questions sociales		Économie	
	Effectif	Fréquence (%)	Effectif	Fréquence (%)	Effectif	Fréquence (%)
Le Soir	5	6%	10	12%	3	3%
La Libre	2	2%	3	3%	7	8%
L'Écho	4	5%	8	9%	11	13%
Total	11	13%	21	24%	21	24%

Tableau 6 (partie 2)

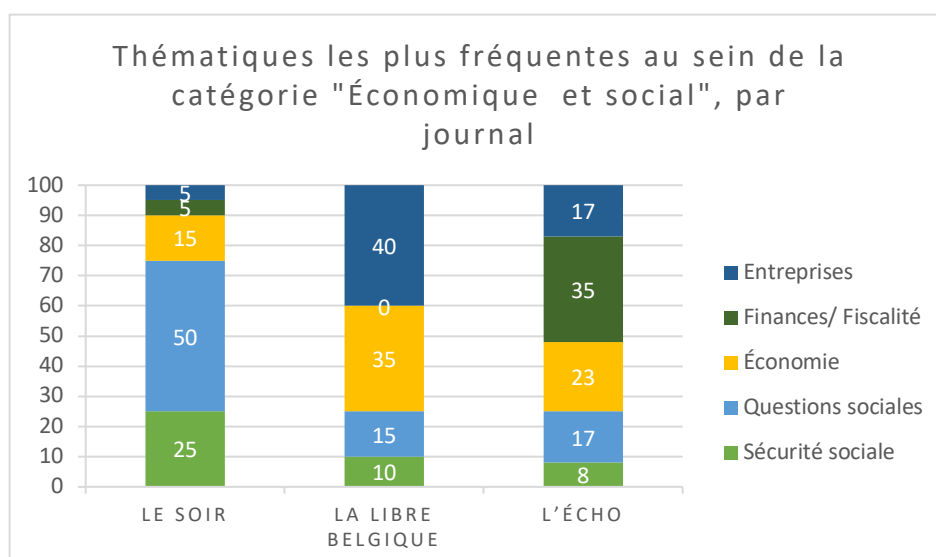
Finances/ Fiscalité		Entreprises		Total
Effectif	Fréquence (%)	Effectif	Fréquence (%)	
1	1%	1	1%	20
0	0%	8	9%	20
17	19%	8	9%	48
18	20%	17	19%	88

Modélisation graphique 11



Nous remarquons au niveau de cette catégorie que nous sommes face à une diversité quasi parfaite avec un poids assez similaire attribué à chaque catégorie à l'exception de la thématique « Sécurité sociale ». **Cette dernière se veut plus rare avec seulement 13%** du total des contributions. Les thématiques « Économie » et « Questions sociales » **se partagent la première place avec 24% respectivement**. Ensuite, on a la catégorie « Finances/Fiscalité » (20%) et « Entreprises » (19%).

Modélisation graphique 12



Si nous évaluons les résultats par journal, nous pouvons observer quelques résultats intéressants. Au niveau du *Soir*, **une carte blanche sur deux concerne un questionnement social**. Si en plus nous rajoutons les opinions liées à la sécurité sociale, **nous sommes à trois cartes blanches sur quatre traitant d'une thématique sociale**. Ce sont, par exemple, des cartes blanches traitant des cotisations sociales, des soins de santé ou encore de mouvements sociaux comme les Gilets jaunes. On voit donc que cette thématique est ultra présente dans les opinions exprimées au *Soir*. La Libre Belgique **met plus l'accent sur les thématiques entrepreneuriales et économiques avec 75% des opinions se retrouvant dans ces catégories**. *L'Écho*, contrairement aux deux autres publications, publie de manière assez diverse sur tous les sujets liés à la catégorie « *Économique et sociale* ». On remarque **la présence importante (35%) des sujets liés à la finance et la fiscalité**, quasi ou complètement absents chez les deux autres journaux. Ce qui est assez logique puisque comme on l'a dit, *L'Écho* s'intéresse beaucoup à ces sujets dans sa ligne éditoriale.

Nous avons ensuite catégorisé à nouveau la catégorie « *Société et informations générales* ».

Tableau 7 (partie 1)

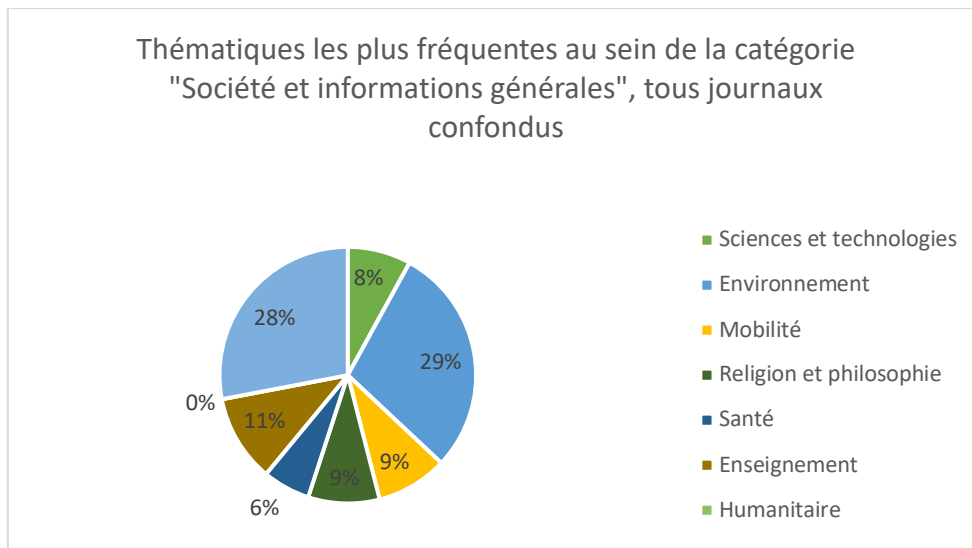
	Sciences et technologies		Environnement		Mobilité		Religion et philosophie	
	Effectif	Fréquence (%)	Effectif	Fréquence (%)	Effectif	Fréquence (%)	Effectif	Fréquence (%)
Le Soir	1	0% (0,5)	24	13%	5	2%	3	2%
La Libre	7	4%	18	9%	9	5%	11	6%
L'Écho	7	4%	14	7%	3	2%	2	1%
Total	15	8%	56	29%	17	9%	16	9%

Tableau 7 (partie 2)

Santé		Enseignement		Humanitaire		Généralités		Total
Effectif	Fréquence (%)	Effectif	Fréquence (%)	Effectif	Fréquence (%)	Effectif	Fréquence (%)	
6	3%	7	4%	1	0% (0,5)	17	9%	64

4	2%	10	5%	0	0%	27	14%	86
2	1%	3	2%	0	0%	10	5%	41
12	6%	20	11%	1	0%	54	28%	191

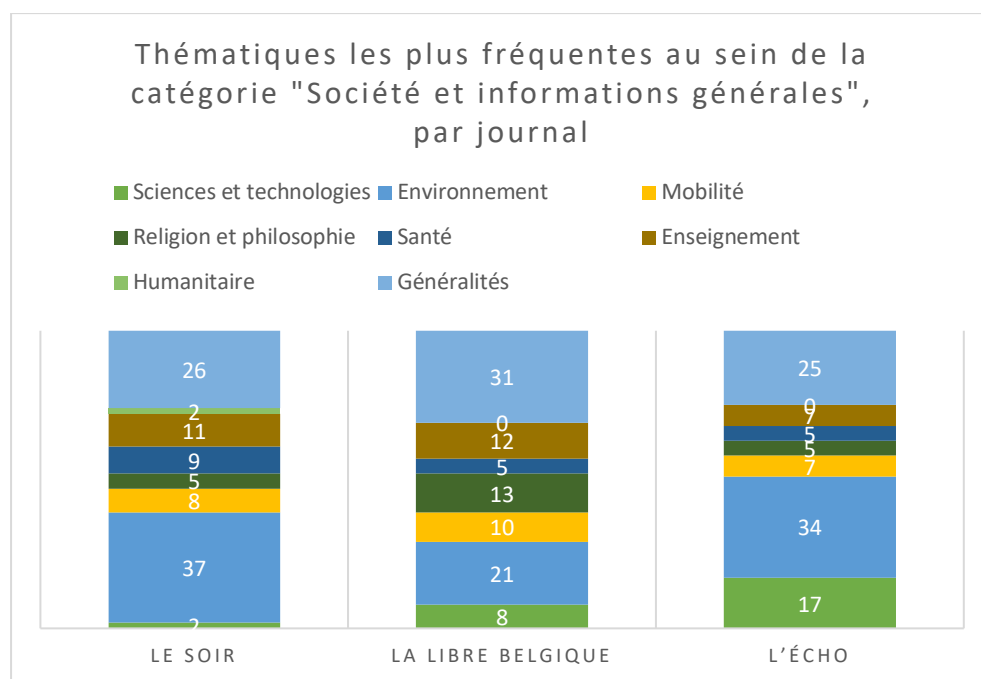
Modélisation graphique 13



Nous observons que **la première catégorie est celle consacrée à l'environnement avec 29%**. C'est très intéressant de voir que l'environnement occupe la première place puisque lors de la période relative à la collecte de données (janvier-mai 2019), nous sommes en plein dans le mouvement « *Youth for Climate* » qui occupe le devant de l'actualité et des débats. Inspirés par les grèves scolaires de Greta Thunberg, très jeune militante suédoise pour le climat, les étudiants de l'enseignement secondaire ont lancé à leur tour des manifestations pour le climat sous forme de grèves scolaires suivies par des milliers d'écoliers, d'étudiants, de retraités... à travers le pays, et le monde. Ces grèves ont eu un impact considérable sur la période pré-électorale des élections du 26 mai 2019 puisque l'écologie s'est imposée comme un des thèmes des débats électoraux et des programmes politiques. Il est donc très intéressant de voir que cette dynamique observée au sein de notre société s'est aussi répercutée dans le contenu des contributions externes publiées dans la presse francophone. Nous y reviendrons lorsque nous analyserons les sujets, mais **nous semblons observer une forme de parallélisme assez logique entre l'actualité et les opinions publiées**. Ensuite, il s'agit la catégorie « Généralités » avec 28%

qui englobe des sujets comme la migration, le féminisme ou la discrimination. L'enseignement arrive en troisième position avec 11%, puis la catégorie « *Religion et philosophie* » (9%), la mobilité (8%), les sciences et les technologies (7%), et la santé (6%).

Modélisation graphique 14



Pas de grande différence remarquée lorsqu'on compare les différents journaux. La répartition catégorielle se veut assez équivalente sans grande tendance. On note que **les sujets de la catégorie « Sciences et technologies » sont plus présents quantitativement à L'Écho. La Libre a un peu moins publié que les autres au niveau de l'environnement avec 21% seulement contre 37% et 34% respectivement.**

1.2.4. La question des sujets

Nous avons attribué un mot-clé à chaque contribution externe afin de résumer le contenu abordé dans celle-ci.

Tableau 8

	MOT-CLE SUJET	Nombre d'observations
1	Écologie	24
2	Élections	22

3	Youth4Climate	20
4	Programme politique	19
5	Démocratie	11
6	Transports en commun	10
7	Changement climatique	9
7	Migration	9
8	Apprentissage	8
8	Conditions de travail	8
8	Défense	8
9	Brexit	7
10	Antisémitisme	6
10	Égalité des sexes	6
10	Justice sociale	6
10	Soins de santé	6
10	Taxe aviation	6
Suite > Annexes		

Nous voyons que **le premier sujet abordé durant la période analysée fût celui de l'écologie**. Comme nous l'avons déjà discuté précédemment, la période analysée correspond à un engouement médiatique, politique et sociétale important autour de la question de l'écologie. On voit d'ailleurs que le troisième sujet du classement est « *Youth for Climate* ». C'est le nom du mouvement lancé au sein des écoles secondaires pour demander à la classe politique des actions concernant le changement climatique (c'est d'ailleurs le 7^e mot-clé qui revient le plus). On voit que la discussion a été extrêmement prolifique avec des visions parfois très différentes de ce que doit être l'écologie. Prenons l'illustration suivante :

- « *L'écologie intégrale : notre Terre promise* » (Collectif Session Lead) du 29/04/19 dans *La Libre Belgique*. Ils défendent l'écologie comme un projet de société basé sur l'éthique, la culture et la spiritualité (référence au Pape François). Ils estiment, par exemple, qu'on ne peut pas se reposer sur une technologie qui n'est pas encadrée par l'éthique. Ils estiment aussi que l'écologie, c'est une réconciliation avec son corps, et c'est peut-être là que ça deviendra controversé pour certains : « *Le fait par exemple d'habiter son propre*

corps dans sa féminité ou dans sa masculinité est la condition pour pouvoir se reconnaître soi-même. » Sans sortir de notre démarche scientifique, on peut voir là une critique envers la communauté LGBT et les personnes transsexuelles. Mais cela reste un point de vue.

- « *Écologie ou gauchisme, il faut choisir* » (Etienne Dujardin, conseiller communal MR) du 31/01/19 dans *La Libre Belgique*. La vision de l'écologie ici défendue ne souhaite pas une décroissance économique, la fermeture du parc nucléaire ou encore la taxation de l'essence ou du diesel. Sa vision mise aussi sur la technologie et le progrès de la science (amélioration des moteurs, robots). L'auteur désapprouve aussi les grèves scolaires (en période de cours) et privilégie les manifestations du week-end. Il dénonce aussi l'écologie de gauche « *donneuse de leçons* ».
- « *La chimère de la croissance verte* » (Paul Vanderstraeten) du 5/05/19 dans *La Libre Belgique*. À l'inverse du précédent article exposé, l'auteur dénonce ici justement une transition écologique qui repose sur la technologie. Il dénonce la délocalisation de la production de ces technologies, les matériaux polluants, leur impact sur la santé des populations ou encore les conditions de travail des employés. Il dénonce aussi le système de la croissance, du productivisme et du capitalisme. L'auteur supporte à l'inverse l'économie circulaire et la sortie de la société de consommation.

On voit bien qu'au sein d'un même journal, le sujet de l'écologie a suscité des points de vue multiples, parfois divergents, mais qui indiquent une volonté éditoriale de présenter une pluralité d'opinions.

Par ailleurs, **les élections occupent la seconde place des sujets les plus parlés**. On voit ainsi un nouveau parallélisme avec l'actualité puisque la période analysée correspond plus ou moins à la campagne électorale qui a précédé les élections fédérales, régionales, communautaires et européennes du 26 mai 2019. On retrouve donc beaucoup d'opinions demandant un renouveau, un changement ou invitant à voter d'une certaine manière.
Illustrations : « *Pourquoi les élections européennes importent plus que toutes*

les autres » (2/02/19 dans L'Écho), « Le soutien à l'UE doit s'exprimer dans les urnes » (7/05/19) dans Le Soir) ou « Élections européennes : cette fois, je vote » (7/05/19 dans La Libre Belgique)

Enfin, les deux derniers sujets du TOP5 sont « *Programme politique* » et « *Démocratie* ». Le premier concerne des opinions qui visent à faire des suggestions sur la gestion politique d'un projet, d'une institution ou encore du pays. Exemples : « *Comment réinventer l'Europe concrètement ?* » (5/05/19 dans L'Écho) ou « *Dix propositions au-delà des barrières partisans* ». C'est intéressant, et nous y reviendrons dans notre analyse interprétative, car on pense directement à Habermas lorsqu'on lit ces opinions. On est en plein dans la gestion des affaires politiques. « *Démocratie* » fait référence à la santé de notre système démocratique. Les opinions traitent parfois de son état à l'heure actuelle, de son fonctionnement ou d'une situation de danger à l'égard d'un processus démocratique. Exemples : « *Catalogne : un procès contre la démocratie* » ou « *La crise de la démocratie représentative : Les Somewhere vs les Anywhere* ». Cela fait aussi référence à la gestion de l'État. Nous pouvons répondre à notre hypothèse : « *Les sujets concernant les élections ont été les plus fréquents durant la période étudiée.* » C'est faux, ce sont les sujets concernant l'écologie qui gagnent la manche.

1.2.5. La question du sexe du contributeur

Nous avons encodé le sexe de l'auteur afin de voir ce qu'il en retourne au niveau de la représentation des femmes dans les contributions externes.

Tableau 9

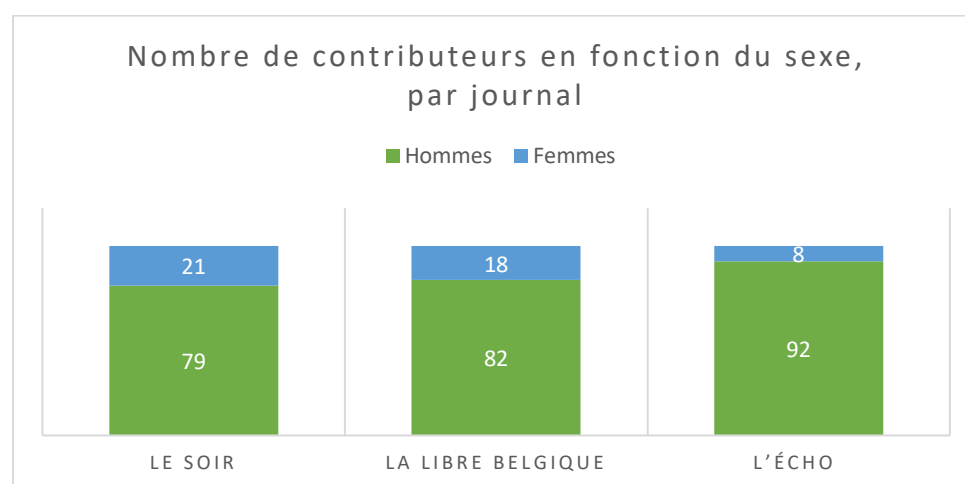
	Hommes		Femmes		Total
	Effectif	Fréquence (%)	Effectif	Fréquence (%)	
Le Soir	114	22%	31	6%	145
La Libre	166	32%	36	7%	202
L'Écho	152	30%	12	3%	164
Total	432	84%	79	16%	511*

*Nous avons exclu les groupes de plus de 5 co-auteurs pour des questions pratiques et de représentativité.

C'est un énorme déséquilibre auquel nous assistons. Sur les 511 auteurs (ou co-auteurs) recensés dans nos contributions externes, **seulement 79 sont des femmes, soit 16% du total**. On est loin d'une parité. Ce déséquilibre pose un questionnement : est-ce que les rédactions exercent un rejet systémique des contributions proposées par les femmes, et donc exercent une forme de discrimination, qu'elle soit perçue ou non, ou est-ce que les femmes ont tendance à moins prendre la plume dans les médias, résultant ainsi à une pénurie d'auteurs féminins à publier ?

On voit d'ailleurs que ce problème de médiatisation des femmes n'est pas uniquement cantonné aux contributions externes. L'association professionnelle des journalistes (AJP) a déjà mené des études démontrant que les femmes sont moins souvent interviewées que les hommes, elles sont rarement sollicitées en tant qu'expertes et elles sont aussi moins bien représentées – 18% de femmes en moyenne – dans les journaux¹²⁸.

Modélisation graphique 15



Lorsque nous observons les résultats par journal, nous remarquons que *Le Soir* et *La Libre* sont approximativement sur le même pied d'égalité avec **une femme contributrice pour quatre contributeurs mâles**. *L'Écho* est le **moins bon élève avec seulement moins d'un contributeur sur dix qui est une femme**. Nous répondons donc favorablement à notre hypothèse 1 : « *Il y a plus de cartes blanches et opinions publiées par des auteurs masculins que des auteurs féminins.* »

¹²⁸ AJP, « *Egalité et diversité dans la presse quotidienne : indicateurs au rouge* », octobre 2011. URL : http://www.ajp.be/telechargements/dossiers/diversitepq_J130.pdf

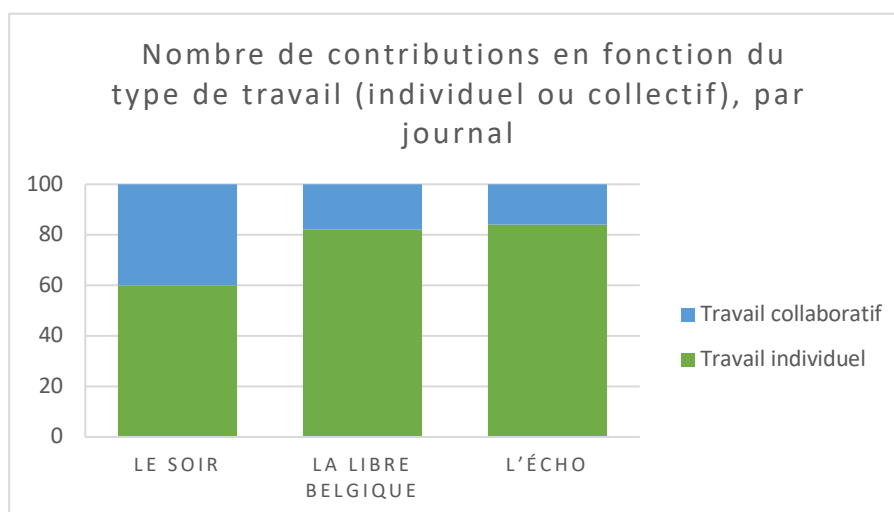
1.2.6. La question de la collaboration

Tableau 10

	Travail individuel		Travail collaboratif		Total
	Effectif	Fréquence (%)	Effectif	Fréquence (%)	
Le Soir	82	18%	55	12%	137
La Libre	147	31%	32	7%	179
L'Écho	127	27%	25	5%	152
Total	356	76%	112	24%	468

Nous avons pu aussi collecter des données sur le nombre de signataires par contribution externe. Nous pouvons ainsi voir s'il s'agit d'un processus social – on écrit à plusieurs – ou s'il s'agit d'une démarche individualisée. Nous remarquons que **dans trois contributions sur quatre, il s'agit d'un travail individuel** avec seulement un signataire.

Modélisation graphique 16



On remarque que *Le Soir* se démarque des deux autres journaux en publiant quantitativement plus de contributions ayant plus d'un signataire. On peut se poser la question de savoir si une carte blanche signée par plusieurs personnes ou entités gagne en légitimité. Si, plus il y a de signataires, plus elle gagne en représentativité, et donc le journal a l'impression de publier une opinion qui représente une opinion « *plus large* » que celle d'une seule personne. À l'inverse, on peut se dire que cela écrase les opinions individuelles face à des mouvements collectifs uniquement sur une base numérique.

En **moyenne, une carte blanche est écrite par une personne (1,4)**. Nous obtenons **un mode qui atteint 3400 signataires** sur une même carte blanche. Cette dernière était tellement exceptionnelle que nous ne l'avons pas pris en compte dans le calcul de la moyenne car elle altérerait la représentativité du résultat. Nous pouvons donc répondre à notre hypothèse 2 : « *Les cartes blanches publiées sont plus souvent l'œuvre d'un travail individuel que collectif.* » Il s'agit bel et bien d'un travail majoritairement individuel.

1.2.7. La question de la catégorie professionnelle

Nous nous sommes intéressés également à la fonction professionnelle des signataires.

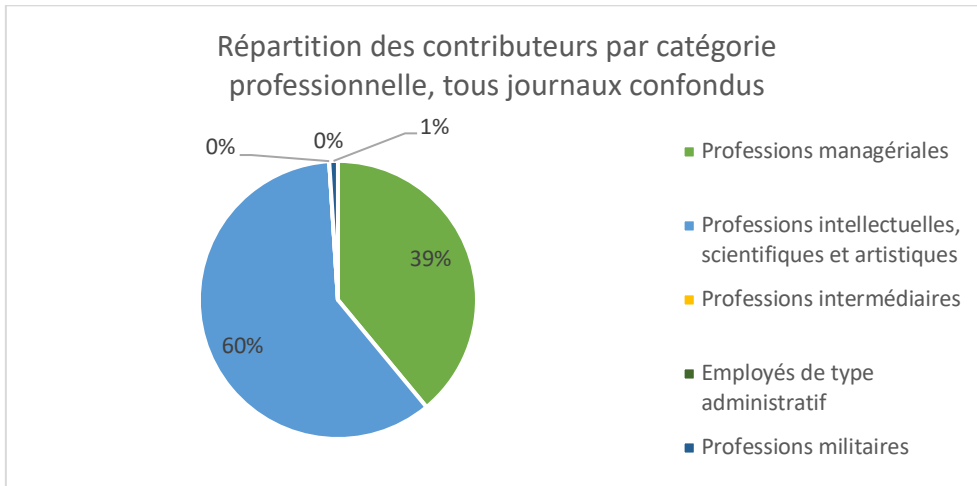
Tableau 11 (partie 1)

	Professions managériales		Professions intellectuelles, scientifiques et artistiques		Professions intermédiaires	
	Effectif	Fréquence (%)	Effectif	Fréquence (%)	Effectif	Fréquence (%)
Le Soir	62	14%	65	14%	0	0%
La Libre	57	12,5%	118	26%	0	0%
L'Écho	57	12,5%	93	20%	0	0%
Total	176	39%	276	60%	0	0%

Tableau 11 (partie 2)

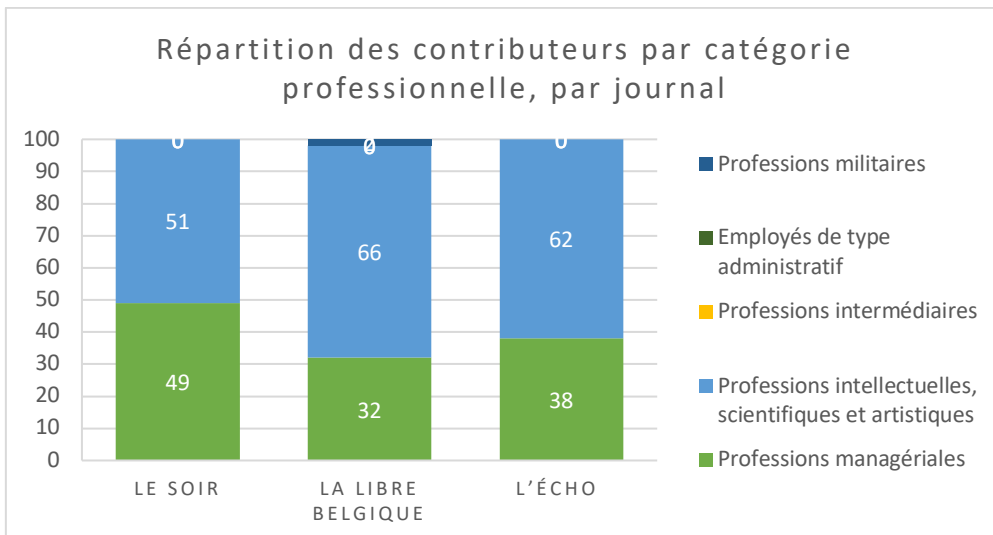
Employés de type administratif		Professions militaires		Total
Effectif	Fréquence (%)	Effectif	Fréquence (%)	
0	0%	0	0%	127
0	0%	5	1%	180
0	0%	0	0%	150
0	0%	5	1%	457

Modélisation graphique 17



Nous remarquons que la quasi-totalité des contributeurs externes sont **issus de professions managériales ou de professions intellectuelles, scientifiques et artistiques avec 99% du total**. Le dernier pourcentage correspond aux professions militaires (des généraux par exemple). Nous observons donc que l'écriture et/ou la publication de contributions externes n'est pas un exercice réalisé par tous les membres de la société. Il s'agit d'un exercice mené par ce que l'on pourrait appeler les élites managériales et intellectuelles notre pays.

Modélisation graphique 18



On remarque que cette tendance s'exprime similairement dans chaque journal avec une domination des professions intellectuelles, suivies ensuite des professions managériales. Concernant notre hypothèse 3 : « *Les auteurs de*

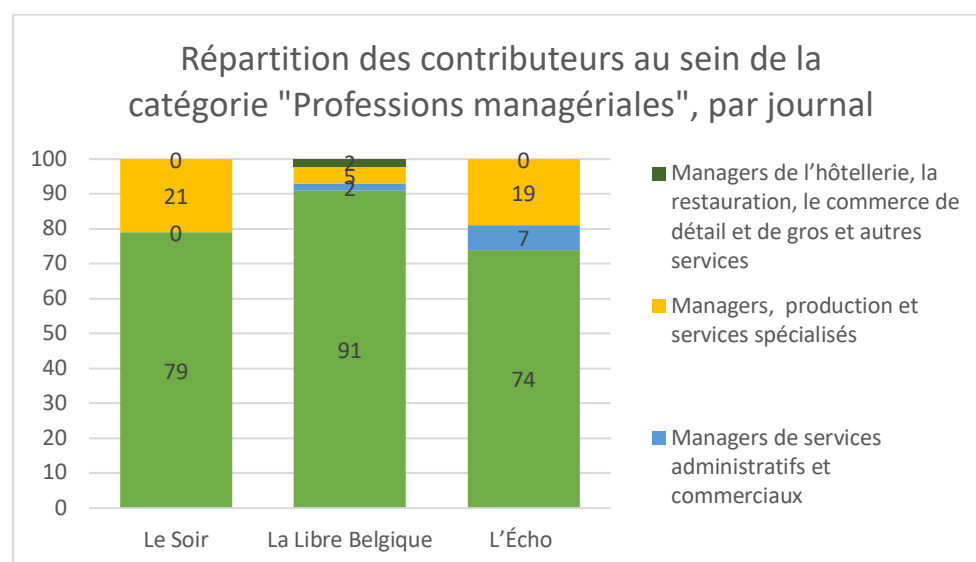
cartes blanches publiées sont le plus souvent issus des élites managériales de la société. » En réalité, ce sont les milieux intellectuels qui dominent.

Nous avons ensuite catégorisé à nouveau dans la catégorie « *Professions managériales* ».

Tableau 12

	Directeurs généraux, cadres supérieurs et membres de l'Exécutif et des corps législatifs		Managers de services administratifs et commerciaux		Managers, production et services spécialisés		Managers de l'hôtellerie, la restauration, le commerce de détail et de gros et autres services		Total
	Effectif	Fréquence (%)	Effectif	Fréquence (%)	Effectif	Fréquence (%)	Effectif	Fréquence (%)	
Le Soir	49	28%	0	0%	13	7%	0	0%	62
La Libre	52	30%	1	0% (0,5)	3	2%	1	1% (0,6)	57
L'Écho	42	24%	4	2%	11	6%	0	0%	57
Total	143	82%	5	2%	27	15%	1	1% (0,0)	176

Modélisation graphique 19



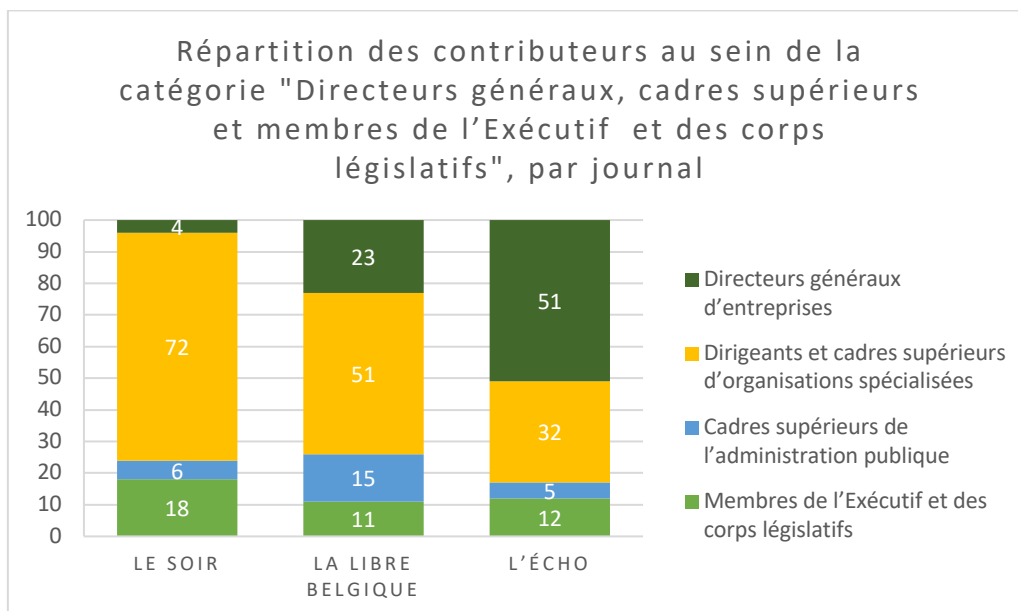
On voit que dans la catégorie « *Professions managériales* », ce sont surtout les fonctions de la catégorie « *Directeurs généraux, cadres supérieurs et membres de l'Exécutif et des corps législatifs* » qui **concentrent une importante majorité des résultats avec respectivement 79%, 91% et 73%**

des résultats. À eux seuls, ils représentent **82% du total global** (tous journaux confondus). On est vraiment face à des personnalités qui ont du pouvoir dans l'exercice quotidien de leurs fonctions. Nous avons donc décomposé cette catégorie dans le tableau suivant.

Tableau 13

	Membres de l'Exécutif et des corps législatifs		Cadres supérieurs de l'administration publique		Dirigeants et cadres supérieurs d'organisations spécialisées		Directeurs généraux d'entreprises		Total
	Effectif	Fréquence (%)	Effectif	Fréquence (%)	Effectif	Fréquence (%)	Effectif	Fréquence (%)	
Le Soir	9	6%	3	2%	35	25%	2	1%	49
La Libre	6	4%	8	6%	27	19%	12	8%	53
L'Écho	5	4%	2	1%	13	9%	21	15%	41
Total	20	14%	13	9%	75	53%	35	24%	143

Modélisation graphique 20



Au sein de cette catégorie très représentée des « *Directeurs généraux, cadres supérieurs et membres de l'Exécutif et des corps législatifs* », on remarque quelques tendances. Au sein du *Soir*, ce sont **principalement des dirigeants d'organisations spécialisées** (ASBL, ONG...) qui s'expriment à travers des

cartes blanches. **Ils représentent 72% du total**, puis nous retrouvons les membres de l'Exécutif comme un ministre (18%), les cadres supérieurs de l'administration publique comme le directeur de la Stib (6%) et les directeurs d'entreprises (4%). À la *Libre*, on a une répartition un peu plus équilibrée. **Les dirigeants d'organisations spécialisées dominent toujours avec 51%**. Ils sont suivis par les directeurs d'entreprises (23%), les cadres supérieurs de l'administration publique (15%) et les membres de l'Exécutif (11%). À *L'Écho*, ce sont **les directeurs d'entreprises qui dominent avec 51%**. C'est assez logique puisque comme déjà mentionné précédemment, nous sommes face à un journal qui donne beaucoup la parole dans sa politique éditoriale aux chefs d'entreprise donc c'est logique qu'ils soient très représentés. Ensuite, on retrouve les directeurs d'organisations spécialisées (32%), les membres de l'Exécutif (12%) et les cadres supérieurs du service public (5%).

Nous avons organisé à nouveau la catégorie « *Professions intellectuelles, scientifiques et artistiques* ».

Tableau 14 (partie 1)

	Spécialistes des sciences techniques		Spécialistes de la santé		Spécialistes de l'enseignement	
	Effectif	Fréquence (%)	Effectif	Fréquence (%)	Effectif	Fréquence (%)
Le Soir	2	1% (0,7)	6	2%	17	6%
La Libre	17	6%	8	3%	30	11%
L'Écho	5	2%	4	2%	26	10%
Total	24	9%	18	7%	73	27%

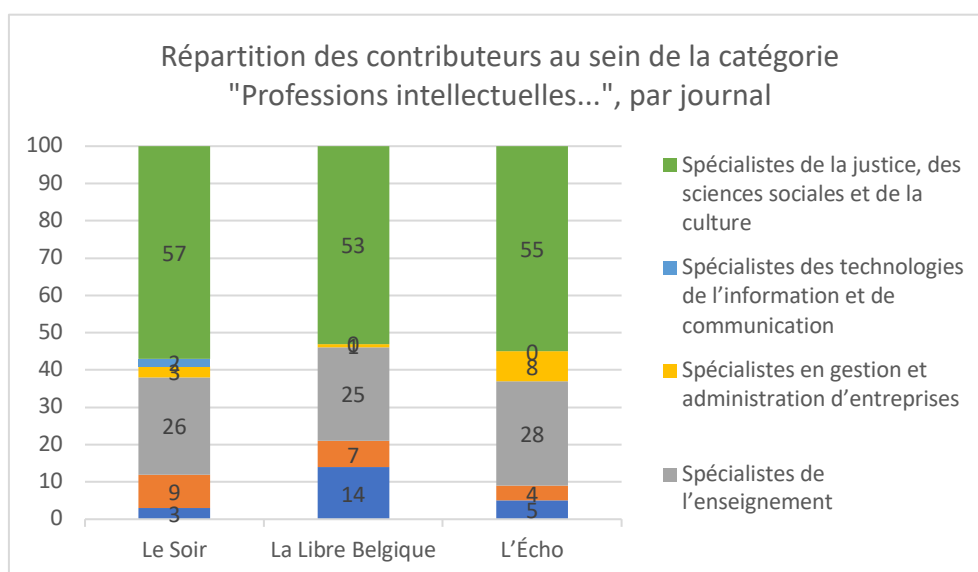
Tableau 14 (partie 2)

Spécialistes en gestion et administration d'entreprises		Spécialistes des technologies de l'information et de communication		Spécialistes de la justice, des sciences sociales et de la culture		Total
Effectif	Fréquence (%)	Effectif	Fréquence (%)	Effectif	Fréquence (%)	
2	1% (0,7)	1	0% (0,3)	37	13%	65
1	0% (0,3)	0	0	62	22%	118
7	3%	0	0	51	18%	93

10	4%	1	0%	150	53%	276
----	----	---	----	-----	-----	-----

On observe donc que **ce sont les spécialistes de la justice, des sciences sociales et de la culture qui occupent la première place avec 53%** du total. C'est assez logique vu que nous avons observé que les thématiques de société, économiques et sociales, et la justice, sont récurrentes au cœur des opinions. Ce sont donc des personnes qui s'y connaissent dans ces domaines qui sont bien représentés (économistes, juristes...). Ensuite, on retrouve les spécialistes de l'enseignement comme des professeurs d'université (27%), les spécialistes des sciences techniques comme des ingénieurs (9%), les spécialistes de la santé comme des médecins (7%) et les spécialistes de l'entreprise comme des consultants (4%).

Modélisation graphique 21



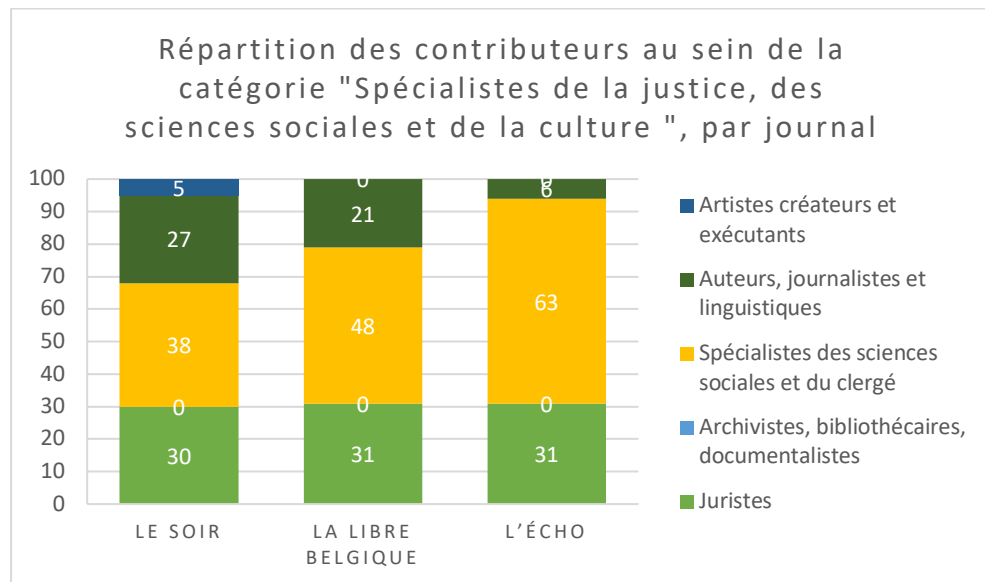
On ne remarque pas de tendance particulière lorsqu'on analyse les résultats par journal. Il y a toujours une majorité confortable attribuée aux spécialistes de la justice, des sciences sociales et de la culture. Les spécialistes des sciences techniques s'imposent un peu plus à *La Libre* qu'ailleurs, tout comme les spécialistes de la gestion d'entreprises apparaissent plus à *L'Écho* de manière logique.

Enfin, nous avons catégorisé à nouveau la catégorie « *Spécialistes de la justice, des sciences sociales et de la culture* ».

Tableau 15

	Juristes		Archivistes, bibliothécaires, documentalistes		Spécialistes des sciences sociales et du clergé		Auteurs, journalistes et linguistiques		Artistes créateurs et exécutants		Total
	Effectif	Fréquence (%)	Effectif	Fréquence (%)	Effectif	Fréquence (%)	Effectif	Fréquence (%)	Effectif	Fréquence (%)	
Le Soir	11	7%	0	0%	14	9%	10	7%	2	1%	37
La Libre	19	13%	0	0%	30	20%	13	9%	0	0%	62
L'Écho	16	11%	0	0%	32	21%	3	2%	0	0%	51
Total	46	31%	0	0%	77	50%	25	18%	2	1%	150

Modélisation graphique 22



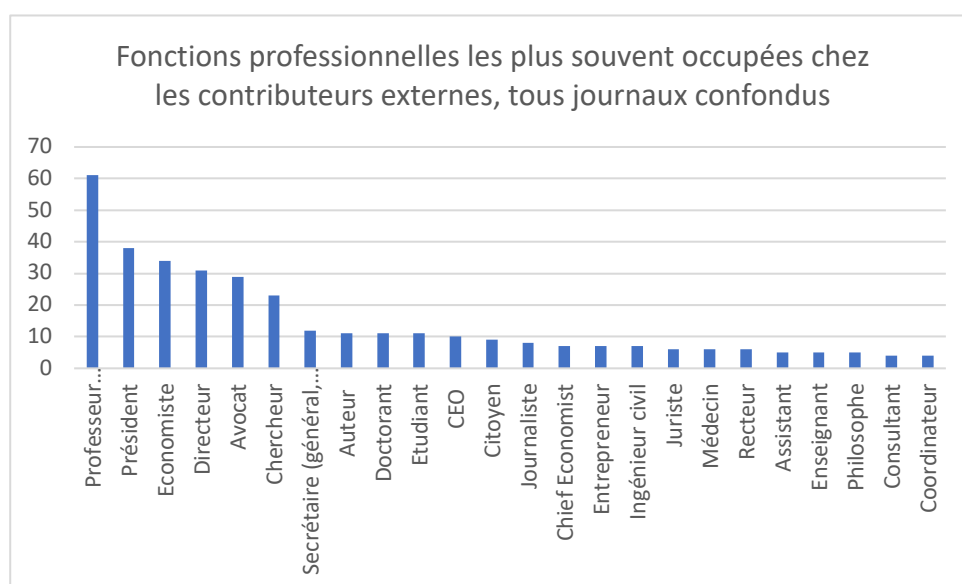
Nous observons que *Le Soir* publie le plus de membres de la catégorie « *Auteurs, journalistes et linguistiques* » que les autres journaux (27%). *L'Écho* est celui qui publie le plus de spécialistes des sciences sociales (63%), nous estimons que ce sont surtout les économistes qui gonflent cette statistique (de ce que nous avons observé lors du classement). Les juristes sont présents de manière égale dans chaque journal avec 30, 31 et 31% respectivement.

1.2.8. La question des fonctions professionnelles

Nous avons aussi recensé les différentes fonctions professionnelles les plus fréquemment apparues à côté de la signature de l'auteur (nous ne retenons qu'une profession par auteur).

Tableau 16

		Le Soir	La Libre Belgique	L'Écho	Total
1	Professeur d'université	14	23	24	61
2	Président	15	14	9	38
3	Économiste	2	9	23	34
4	Directeur	8	18	5	31
5	Avocat	4	11	14	29
6	Chercheur	7	15	1	23
7	Secrétaire (général, politique, national)	10	1	1	12
8	Auteur	3	8	0	11
8	Doctorant	5	6	0	11
8	Étudiant	3	8	0	11
9	CEO	1	2	7	10
10	Citoyen	5	3	1	9
11	Journaliste	4	4	0	8
12	Chief Economist	1	0	6	7
12	Entrepreneur	1	3	3	7
12	Ingénieur civil	0	2	5	7
13	Juriste	1	4	1	6
13	Médecin	2	2	2	6
13	Recteur	6	0	0	6
Suite > Annexes	



Nous remarquons que les professeurs d'université (61) sont les plus fréquemment publiés au sein des contributions externes. Ils sont ensuite suivis de personnes occupant une présidence (38), que ce soit dans une organisation patronale ou syndicale, une ONG ou une ASBL... Ce sont donc des personnes qui ont un certain pouvoir puisqu'ils occupent la plus haute position managériale au sein de leur organisation, ils parlent aussi généralement au nom de leur organisation et d'autres personnes. Les économistes arrivent en troisième position (34). Ce sont des acteurs extrêmement vocaux dans le débat des idées en raison de la place extrêmement centrale qu'occupe aujourd'hui l'économie sur l'ensemble des acteurs de la société, dont le politique. Ils bénéficient particulièrement de la tribune que leur offre *L'Écho* (23 des 34 économistes publiés) puisque ce journal spécialisé traite beaucoup d'économie. Les directeurs (31) s'inscrivent dans une logique similaire aux présidents, ce sont des personnes qui possèdent un pouvoir décisionnel important et ils ont la capacité de parler au nom de leurs subalternes (exemple : généraliser un malaise ou une revendication). Enfin, en cinquième position, nous retrouvons les avocats (29). Spécialistes du fonctionnement judiciaire et législatif de l'État, ils sont aussi généralement associés avec des qualités d'orateur et d'argumentation, ce qui peut expliquer leur volonté à participer au débat d'idées. Certains avocats bénéficient aussi d'une aura de prestige et d'une médiatisation dépassant le cadre des contributions externes.

Ce dernier point, la médiatisation, est un facteur qui peut en réalité s'appliquer à toute personne qui cherche à faire publier ses opinions. Nous y reviendrons dans nos entretiens, mais il est probable que la popularité, le charisme ou le prestige d'une personnalité joue sur sa capacité à accéder à la tribune médiatique.

Si on s'intéresse journal par journal aux professions les plus représentées à partir de ce tableau, nous remarquons :

- › Au *Soir* : professeurs d'université, présidents, secrétaires (généraux, politiques...), directeurs, chercheurs, recteurs, citoyens, doctorants...
- › À *La Libre Belgique* : professeurs d'université, présidents, directeurs, chercheurs, avocats, économistes, auteurs, étudiants...
- › À *L'Écho* : professeurs d'université, économistes, avocats, présidents, CEO, Chief Economists...

On remarque à travers cette petite comparaison quelques tendances propres à chaque journal. *Le Soir* tend à donner la parole au monde universitaire et scientifique, aux acteurs de pouvoir (présidents, secrétaires), mais aussi à des citoyens. *La Libre* donne la parole au monde universitaire, aux acteurs de pouvoir (directeurs, présidents), à des spécialistes en sciences sociales (auteurs, économistes, avocats) et aux étudiants. À *L'Écho*, on donne la parole au monde universitaire, aux acteurs de pouvoir, au monde de l'entreprise et de la finance et aux spécialistes des sciences sociales (avocats, économistes).

1.2.9. La question de l'organisation apparentée au contributeur

Tableau 17

	Possède une affiliation		N'en possède pas		Total
	Effectif	Fréquence (%)	Effectif	Fréquence (%)	
Le Soir	110	21%	34	7%	144
La Libre Belgique	155	30%	48	9%	203
L'Écho	128	25%	40	8%	168

Total	393	76%	122	24%	515
-------	-----	-----	-----	-----	-----

Une première catégorisation, sur base du critère de la présence d'une affiliation ou non, nous informe que 76% des contributeurs recensés ont une affiliation. Seulement 24% s'expriment à titre individuel ou personnel. On peut donc affirmer que l'affiliation est un élément qui pèse sur une publication potentielle. Cela semble donner du poids ou de la légitimité.

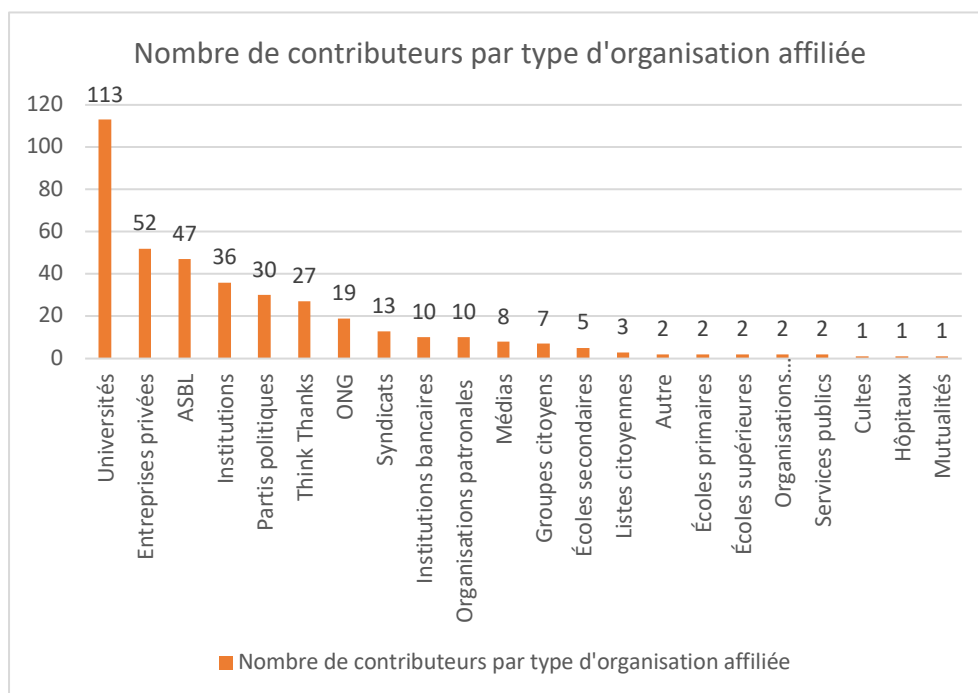
Tableau 18

	Le Soir	La Libre Belgique	L'Écho	Total
Universités	33	55	25	113
Entreprises privées	2	10	40	52
ASBL	22	19	6	47
Institutions	10	19	7	36
Partis politiques	5	13	12	30
Think Tanks	1	8	18	27
ONG	11	6	2	19
Syndicats	8	5	0	13
Institutions bancaires	2	0	8	10
Organisations patronales	4	3	3	10
Médias	1	7	0	8
Groupes citoyens	6	1	0	7
Écoles secondaires	1	4		5
Listes citoyennes	0	1	2	3
Autre	1	0	1	2
Écoles primaires	0	2	0	2
Écoles supérieures	0	0	2	2
Organisations internationales	0	1	1	2
Services publics	1	0	1	2
Cultes	0	1	0	1
Hôpitaux	1	0	0	1
Mutualités	1	0	0	1
Total	110	155	128	393

On remarque donc que c'est le milieu universitaire (113) qui domine toutes les autres formes d'organisation. C'est intéressant car cela veut donc dire que le milieu universitaire est un endroit où les individus sont ouverts à l'expression des idées. C'est aussi un milieu de savoirs, de recherches, donc c'est pragmatique de publier des personnes qui ont un pedigree assurant le caractère légitimant de leurs propos, même si cela reste des articles d'opinion et non d'information. Les entreprises privées arrivent en seconde position (52) grâce à *L'Écho* qui ouvre à bras ouverts ses contributions externes au milieu des entreprises (40 sur 52). Ensuite, on retrouve vraiment tous les acteurs de la société belge : des membres de la société civile (ASBL, ONG), des acteurs de la concertation sociale (organisations patronales, syndicats), des partis politiques, des institutions, des médias, des groupes citoyens ou encore des Think Tanks.

Il y a vraiment une dynamique intéressante puisqu'on voit des membres de la société civile, du monde politique, de l'enseignement, du monde associatif, du monde des entreprises, des médias ou encore des représentants respectifs des ouvriers et des entreprises. Concernant notre hypothèse 4 : « *Les auteurs de cartes blanches sont le plus souvent affiliés à des ASBL ou des ONG.* » Ce sont en réalité les milieux universitaires qui dominent.

Modélisation graphique 24



2. Collecte des données qualitatives

2.1. Méthodologie

Afin de mieux comprendre l'influence de la politique éditoriale sur les résultats que nous présenterons dans les pages qui suivent, nous avons décidé de procéder à la réalisation d'entretiens avec les différents responsables de la publication des contributions externes au sein des journaux concernés. L'entretien est, en effet, la méthode la plus adaptée pour recueillir le « *sens subjectivement visé*¹²⁹ ». « *L'enquête par entretien est ainsi particulièrement pertinente lorsque l'on veut analyser le sens que les acteurs donnent à leurs pratiques, aux événements dont ils ont pu être les témoins actifs.*¹³⁰ »

2.1.1. Une posture illustrative

L'approche illustrative se caractérise par « *un usage instrumental des paroles énoncées par les personnes interviewées* ». Le but est d'utiliser la matière des entretiens comme un outil de corroboration des résultats quantitatifs que nous avons établi. Nous allons réquisitionner ces paroles afin qu'elles viennent agrémente l'interprétation des résultats¹³¹.

2.1.2. Un entretien de type semi-directif

L'entretien semi-directif repose sur une certaine forme d'agilité entre la volonté de poser un cadre de réflexion dans lequel faire évoluer l'interviewé, mais aussi de permettre à ce dernier d'« *explorer sa pensée dans un climat de confiance*¹³² ». Nous avons donc mis au point un guide d'entretien avec une série de questions établies après une première connaissance des résultats quantitatifs de notre étude. Nous allons illustrer notre propos par un exemple de question posée :

¹²⁹ Sauvayre R. (2013), « *Les méthodes de l'entretien en sciences sociales* », Dunod., Paris, p.7

¹³⁰ *Ibidem*

¹³¹ Derèze G. (2006), *op.cit.*, p.103.

¹³² Sauvayre R. (2013), *op.cit.*, p.9.

« Au niveau de la personnalité derrière la carte blanche, quels sont les facteurs qui donnent du poids à une opinion ? Est-ce la popularité de l'auteur ? Sa reconnaissance dans certains milieux intellectuels ? Le fait qu'il soit un intellectuel ou des classes dirigeantes de la société ? Sa relevance dans l'actualité ? »

Le questionnaire est disponible dans les annexes. L'objectif est vraiment de comprendre les mécanismes éditoriaux qui peuvent se refléter dans les résultats, mais dont l'explication ne peut se faire que par un questionnement humain. Nous avons aussi confronté certains résultats préétablis. Dans cette question, nous savons déjà que les auteurs sont issus de certaines catégories socio-professionnels en particulier. Nous posons la question de manière détournée, en feignant l'ignorance. À côté de notre questionnaire, il nous est arrivé de demander des précisions ou d'approfondir un élément formulé par l'interviewé. Ces ajouts ont été pris en compte dans le document annexe.

2.1.3. Modalités pratiques

Nos entretiens ont été réalisés pendant la période du mois de mars 2020. Ce qui a posé des soucis pratiques de réalisation. En effet, à cause de la pandémie de covid-19, nous n'avons pu rencontrer les intervenants en face-à-face comme nous le prévoyons au départ. Nous avons donc dû procéder par téléphone. Cela a eu un impact sur la collecte.

- En **temps** : contrairement à un entretien en face-à-face qui aurait pu se dérouler de manière plus confortable et sereine, le téléphone demande de raccourcir les propos et d'aller droit au but. Nos intervenants étant des journalistes, leur temps fût également réduit. Le coronavirus a mis tout le monde en télétravail et nos intervenants étaient dans une phase d'adaptation, nous avons donc senti que nous n'avions pas toute la journée pour les interviewer.
- En **disponibilité** : à l'heure d'écrire ces lignes, notre intervenant au sein du journal *L'Écho* n'a toujours pas donné signe de vie. Malgré de multiples prises de contact, nous n'avons jamais obtenu un retour. Ce qui rend malheureusement notre raisonnement particulièrement pauvre en ce qui concerne ce journal.

Nous avons donc mené deux entretiens d'une durée respective de 45 minutes, par téléphone, à partir d'un questionnaire composé d'une quinzaine de questions ouvertes. Nous allons présenter nos deux intervenants.

- William Bourton, du journal *Le Soir*, est le chef du service « *Forum* ». Né en 1964, il a réalisé des études en journalisme et en communication à l'Université libre de Bruxelles. Il débute sa carrière de journaliste en 1988, avant d'être engagé au *Soir* en 1989. Il a travaillé au sein de la cellule bruxelloise du journal, puis au service politique avant d'intégrer le service « *Forum* » en 2002.

- Bosco d'Otreppe, du journal *La Libre Belgique*, est en charge des pages « *Débats/Opinions* ». Diplômé en langues romanes à l'Université catholique de Louvain, il suit ensuite une formation de journalisme en cours du soir. Il entre à *La Libre* en 2012 au site internet. Il part entre-temps à Rome (2013-2014) pour couvrir l'actualité du Vatican pour plusieurs médias. Il revient ensuite à *La Libre* pour s'occuper des questions d'enseignement. Depuis 2019, il reprend la gestion des pages « *Débats* », en plus de couvrir l'actualité liée au christianisme.

Les deux entretiens se sont déroulés dans les mêmes conditions. Après un bref rappel de l'objet de la recherche, les questions ont été formulées dans le même ordre, à moins que l'interviewé n'anticipe dans ses propos une question. Les entretiens ont été enregistrés et retranscrits pour une analyse à froid.

2.2. Présentation des résultats

Nous allons à présent détailler les résultats, de manière condensée, afin de tracer des comparaisons dans les approches entre *Le Soir* et *La Libre*.

➤ *La sélection des cartes blanches*

WB : « *C'est un processus en deux époques. À l'époque du papier, nous étions tenus par l'espace avec deux pages pour les contributions externes. On ne pouvait alors en publier que deux ou trois par jour, car il y a d'autres formats dans les pages Forum, il y a des chroniques, des interviews, etc. Le volume de cartes blanches était donc limité dans l'édition papier. Depuis l'apparition des sites web – le gratuit et le payant –, ce problème s'est un peu résolu. L'espace n'est plus un souci, si je veux en mettre onze, je peux. Dans le papier, il fallait aussi expliquer qu'elles ne peuvent pas dépasser certaine longueur, recouper, resserrer les propos. Maintenant, c'est contre-productif d'avoir 15,000 signes par carte blanche, même en ligne. Les gens lisent la première, la deuxième... On ne publie pas tout. Il y en a qui sont sans intérêt et d'autres qui sont intéressantes mais écrites par des gens qui n'ont visiblement pas les qualités pour les écrire (ex : un dentiste qui écrit sur l'augmentation du pétrole). Au niveau des critères, on retrouve l'intérêt du sujet, la qualité de la rédaction, et la pertinence de l'auteur. On essaie de varier les angles et les points de vue. Par exemple, sur la mondialisation, on essaie d'avoir un regard défensif et un autre critique. De donner la parole aux entreprises, mais aussi aux syndicats. »*

BO : « *Dans 95% des cas, nous recevons ces contributions externes. Cela arrive très rarement que nous sollicitons une contribution externe sur un thème particulier. Ce sont soit de simples lecteurs, soit des personnes issues de la société civile, ou du monde académique. Il n'y a pas de règle précise sur comment on sélectionne une carte blanche. D'un point de vue des thématiques, on essaie de trouver un équilibre. C'est-à-dire de répondre à l'actualité du moment. Ces jours-ci, on est exclusivement sur le coronavirus. Mais nous cherchons aussi à ouvrir les pages débats à des thématiques moins traitées dans l'actualité chaude et dont on parle peu. On essaie de ne pas tomber dans les extrêmes, que ce soit à gauche ou à droite. On essaie de couvrir le débat démocratique. Un élément, c'est la qualité de la rédaction rédactionnelle. On doit souvent avoir des échanges avec les auteurs pour qu'ils précisent certains passages ou qu'ils développent plus d'autres. Si plusieurs personnes écrivent sur le même sujet, on privilégie la personne qui est la plus spécialisée ou qui a le regard le plus original. »*

➤ *Définition de la valeur informationnelle de l'opinion et s'il y a une recherche de la conflictualité, de la dissidence ou de la dramatisation dans celle-ci.*

WB : « Une carte blanche, c'est un article d'opinion. Elle reflète l'opinion de son auteur, elle prend position. Elle peut être bâtie sur des faits, un état des lieux, une perspective historique, mais l'auteur doit faire part de sa proposition ou de sa demande. Le côté conflictuel est indispensable quelque part, mais on n'est pas dans la provocation, dans la polémique ou l'insulte gratuite. Faire bondir le lecteur n'est pas un critère. »

BO : « On essaie de donner différents points de vue sur une question. Par exemple, sur l'écologie, on a beaucoup de cartes blanches qui invitent à changer radicalement de système. On publie – c'est vrai – plus facilement ce qui incite à changer de système. Qu'ils soient pour ou contre, ils ont un avis tranché. Autre exemple, sur le coronavirus, on reçoit beaucoup de textes contre le système libéral globalisé. Certaines des réactions sur les réseaux sociaux montraient que tout le monde n'était pas d'accord, donc on a cherché des opinions qui vont dans l'autre sens. On cherche à maintenir une ligne ouverte et parfois c'est vrai on publie des cartes blanches qui font fort réagir via le courrier ou les réseaux sociaux. »

➤ *Choix des opinions au regard de la ligne éditoriale du journal*

WB : « La ligne éditoriale du Soir, elle est très claire. Nous sommes un journal pluraliste et progressiste au sens où on n'est pas réactionnaire. On ne publie aucune carte blanche d'un groupe extrémiste et en dehors des valeurs démocratiques. Quand je publie une carte blanche, cela engage et cela n'engage pas le journal. Si un ministre dit que l'Europe, c'est complètement dépassé, c'est son droit. On ne publie pas que les cartes blanches que je trouve sympa ou qui vont dans le sens de ce que je pense. Cela dit, si cela ne nous engage pas en tant que rédaction, cela nous engage tout de même car nous sommes éditeurs responsables. On est responsable devant la loi si je publie une carte blanche diffamatoire ou négationniste. »

BO : « Pas de manière explicite. Je n'ai pas de charte idéologique de ce que je dois publier. On cherche juste à rester dans le débat démocratique et légal (pas d'appel à la haine). On cherche aussi à aller, à 60%, à la rencontre de nos lecteurs, et à 40% à chercher à le bousculer. On fait aussi attention au courriel de nos lecteurs, à ce qu'ils à cherchent à lire. Notre lectorat web est aussi beaucoup plus large et différent de notre lectorat papier. On est beaucoup lu dans le monde des enseignants, dans la société civile (ASBL) puis on a un lectorat plus libéral conservateur comme au Figaro. Par exemple, sur le débat sur la dépénalisation de l'avortement, on a bien senti de notre lectorat qu'il y avait une volonté d'attention à ce sujet. On a donc publié des cartes blanches représentant les deux camps. »

➤ *Idée d'un parallélisme logique avec l'actualité au regard des sujets les plus fréquemment abordés dans des opinions (écologie, Youth4Climate, élections...).*

WB : « Les opinions réagissent à l'actualité. Et quelque part, on privilégie aussi les textes d'actualité parce que l'actualité, on la sert de manière factuelle et objective, puis il y a des réactions par rapport à cette actualité. Cela suscite des critiques ou des félicitations, on suit

l'actualité car c'est ce que les gens attendent de nous. Cela n'exclut pas que l'on peut lancer une réflexion sur un sujet hors de l'actualité, comme le retour de l'uniforme scolaire, mais 90% de nos cartes blanches sont liées à ce qui se passe en ce moment, aux préoccupations, aux angoisses, et aux enjeux du moment. Les sujets pointés, comme les élections européennes, c'est logique que l'on parle de politique avant les élections. Et j'imagine que toute l'année 2020 sera marquée par la médecine, la mondialisation, le coronavirus... alors qu'en 2019, il n'y a pas eu beaucoup d'opinions sur la vaccination ou la recherche. »

BO : *« On dépend de ce que l'on reçoit donc la majorité des contributions donc cela reste proche de l'actualité. »*

➤ *Facteurs de sélection d'une carte blanche au regard de l'auteur
(popularité, légitimité intellectuelle, membre de l'élite...)*

WB : *« Oui, la personnalité peut jouer. J'ai déjà certainement passé des cartes blanches dont le contenu était moyen mais dont l'auteur était connu. Cependant, si un prix Nobel m'envoie une carte blanche qui n'a pas de sens, je la refuserai même si c'est un prix Nobel. La personnalité, la popularité... Je m'en fous, mais la pertinence de l'auteur joue. J'ai publié des dizaines de cartes blanches de profs du secondaire, d'assistant(e)s sociaux ou médecins qui mettent en lumière des situations alarmantes. Et même si elle est inconnue, elle peut avoir toute sa légitimité à dire ce qu'elle dit. Maintenant, c'est vrai que si Bono m'envoie une carte blanche comme quoi il lègue la moitié de sa fortune à une association, voilà je la passerai même si c'est plan-plan. »*

BO : *« Je dirais que c'est assez peu sa notoriété dans le monde médiatique ou politique. On aime bien aller chercher un spécialiste qui s'exprime pour la première fois ou peu connu afin de ne pas les retrouver dans d'autres médias. On essaie aussi de donner dans nos pages plutôt la parole au monde académique et à la société civile, et assez peu au monde médiatique. De temps en temps, on publie des politiques mais c'est rare. Ces derniers mois, on essaie vraiment d'être le lien entre l'université et le public lambda, de vulgariser leurs propos ou leurs recherches. On essaie que les pages débats soient le reflet d'un regard original, voir un peu artistique ou littéraire. »*

➤ *Sur la grande représentation des élites politiques, intellectuelles,
économiques au sein des contributions externes. Débat d'une société
ou des sociétés ?*

WB : *« Les personnalités politiques ont très peu la parole car elles ont d'autres tribunes pour s'exprimer. Je ne suis pas d'accord sur cette affirmation. J'ai donné des cartes blanches à des médecins en guerre contre leur ordre, mais aussi au syndicat des médecins. Le seul critère qu'on a, c'est de ne pas donner la parole aux opinions non-démocratiques. Après, moi je n'ai pas de vision du monde. Est-ce qu'il faut continuer à prendre l'avion pour aller en Amérique latine ? Je donne la parole aux deux. Je n'ai pas de vision du monde*

communiste, libérale, écologique... On n'est pas un journal d'opinion. On donne la parole à toutes les opinions honorables, maintenant il faut dire que je publie aussi ce que je reçois. Donc s'il y a des groupes ou des personnes qui ne lisent pas le Soir ou qui estiment qu'ils n'ont pas besoin d'être publiés chez nous, je ne peux rien y faire. »

BO : *« Je pense qu'inévitablement on est en face d'une société en particulier qui a la possibilité et les capacités – en temps et en bagage culturel – de pouvoir prendre la plume et de s'adresser à nous. On a essayé de remédier à cela dans les chroniques avec une ASBL qui aide les adolescents précarisés à prendre la plume. Dans les pages débats, comme on dépend de ce que l'on reçoit et qu'on n'a pas le temps ni les moyens d'aller chercher ailleurs, malheureusement cela reste le regard d'une société même si elle a des choses à dire. »*

➤ *Questionnement sur la grande présence des professions managériales.*

WB : *« Lorsque le président du syndicat des médecins signe, il signe au nom de tous les médecins. Si un médecin signe tout seul, il raconte son expérience personnelle qui peut être intéressante. Mais le président du syndicat, il généralise au nom de deux mille personnes. Et s'il se prétend de la légitimité qu'il n'a pas, il devra rendre des comptes à son organisation. Donc les organisations ont du poids car elles impliquent plein de gens. Parfois, des personnes s'expriment à titre personnel mais elles le précisent alors. On donne des cartes blanches institutionnelles, c'est vrai. On en donne beaucoup, trop, pas assez, je ne sais pas. Il n'y a pas de volonté de donner la parole qu'à des institutions. »*

BO : *« Déjà, c'est souvent eux qui prennent la plume et qui nous interpellent. Ces personnes sont aussi inévitablement à des places où elles peuvent avoir un regard global et nous éclairer sur certaines choses et intérêts avec expérience. Il y a donc le cercle vicieux de donner la parole à des personnes qui ont l'habitude de l'avoir. »*

➤ *Présence d'opinions de personnalités politiques.*

WB : *« Les politiques m'envoient des textes. Je les publie parce que ces textes sont intéressants, parce que ces textes sont de nature à provoquer le débat ou à tirer une sonnette d'alarme sur quelque chose. Normalement, ils ont d'autres tribunes. Ils ont des canaux d'expression (les conférences de presse, le parlement) qui sont très bien couverts par notre service politique. Si un homme politique veut attirer l'attention sur le sort des migrants à Lesbos, pourquoi ne pourrait-il pas le faire ? Évidemment, si ça se termine par « Votez pour nous », cela devient de la propagande électorale. Le problème, c'est que quand on commence à donner la parole à un écolo, il faut la donner aux socialistes, puis aux libéraux... et on ne s'en sort plus. Ce n'est donc pas exclu des pages Forum, mais je fais attention à ce que la personnalité a à dire. »*

BO : *« Les politiques, cela doit rester exceptionnel. Ils ont d'autres tribunes et on ne veut pas que ces pages deviennent partisans. On refuse catégoriquement en période électorale. S'ils veulent être publiés, on essaie que ce soit sur un sujet plus large que leur démarche*

participative. Par exemple, on a publié une carte blanche de Christian Leyzen (parlementaire flamand). Pourquoi ? Car on s'est dit que la carte blanche était intéressante et on ne peut pas dire que c'est électoral car les francophones ne peuvent pas voter pour lui. On ne fait pas le décompte par contre à qui on donne la parole comme c'est le cas dans les pages politiques. On fait tout de même attention à ne pas publier cinq fois de suite des écologistes ou des CDH. On fait plus attention à la parité hommes-femmes car c'est un engagement de La Libre en général. »

- *Objectif des contributions externes au sein du journal (influencer, créer le débat, informer, agir comme un groupe de pression).*

WB : « Agir comme un groupe de pression, certainement pas. Notre rôle, c'est de permettre le débat démocratique. C'est-à-dire qu'il y a dans le monde des visions du monde très différentes, certaines sont à l'extrême et on les laisse de côté, et donc à l'intérieur du cercle vertueux de la démocratie, il y a des opinions, des visions, des rapports entre les hommes et l'économie, et la société... Mais on n'est pas là pour faire pression sur qui que ce soit, on n'est pas un journal d'opinion, ni un journal du patronat, ni des syndicats... On est Le Soir. Chez nous, on doit être neutre et donner la parole à tous. Il faut vraiment faire la différence entre l'information et le commentaire. »

BO : « Non, il n'y a pas de volonté d'agir comme un groupe de pression parce qu'on n'est pas là pour défendre une ligne idéologique en particulier. On est là pour créer le débat et pour fournir un espace qui permet de prendre un pas de côté par rapport à l'actualité chaude. On essaie aussi parfois de surprendre. »

- *Victimes de pression, liste noire...*

WB : « Nous n'avons pas de liste noire, mais pour donner un exemple, le président du Vlaams Belang, il ne pourrait pas signer une carte blanche chez nous. Concernant les pressions, il y a des gens qui ne sont pas contents que leur carte blanche soit refusée ou ne passe pas en raison d'une actualité changeante, mais c'est tout. Il y a des fois où plusieurs personnes écrivent sur le même sujet, et donc on ne peut pas publier tout le monde même si le site web nous le permet aujourd'hui. »

BO : « Il y a des pressions qui sont amicales. Par exemple, vous avez publié ce point de vue, maintenant publié le nôtre. C'est logique vu que nous sommes dans une position stratégique, et cela reste dans le cadre déontologique. On se donne la liberté d'évaluer chaque texte au cas par cas. Concernant une liste noire, je dirais toutes les personnes qui font de l'appel à la haine ou d'extrême-droite. On fait attention aux personnes qui sont trop proches de lobbies ou dont on connaît la réputation. »

➤ *Comment se différencier par rapport aux autres journaux.*

WB : « *Au niveau de L'Écho, c'est assez nouveau car jusqu'à il y a peu, il n'y avait pas beaucoup de cartes blanches. Mon ancien collègue du service Forum, Corentin Di Prima, s'occupe du site de l'Écho et il semble qu'il ait attiré l'attention sur le fait que ce sont des textes lus. Si cela ne l'était pas, on ne s'amuserait pas à les éditer uniquement pour les proches de l'auteur. Les gens aiment avoir ce genre d'articles d'opinion à lire. Ils ont donc commencé à l'Écho, mais ils ont un public bien ciblé qui s'intéresse à l'économie, mais aussi à la politique et à la culture. Pour La Libre, je ne sais pas quels sont leurs critères mais je pense qu'on a un public un peu plus jeune qu'eux mais assez similaire. Je pense qu'on publie plus qu'eux. Puis il n'y a rien à faire, il y a une prime au plus grand et donc on attire plus vu la largeur de notre lectorat. Je reçois quinze cartes blanches par jour pour le moment, maintenant il y a des jours où il n'y en aura qu'une. Cela dépend.* »

BO : « *On ne veut pas se différencier de manière explicite en se disant que Le Soir publie cela et donc on va chercher à se positionner sur une autre tendance. L'Écho, ce sont déjà des contributions qui visent leur public-cible. On ne peut donc pas faire de différenciation selon une ligne éditoriale. On essaie d'avoir des angles et des personnalités différentes. Je dois recevoir six à dix cartes blanches par jour et cela dépend vraiment de l'actualité.* »

Essai de synthèse

L'objectif de cette avant-dernier chapitre sera de synthétiser les résultats de notre recherche empirique, de les articuler dans une réflexion interprétative, et de confronter notre recherche théorique à ce que nous avons appris.

1. Les contributions externes, qu'apprend la recherche empirique ?

Karin Wahl-Jorgensen est une des rares chercheuses à avoir travaillé directement sur les pages réservées aux contributions externes. Elle en donne d'ailleurs une définition très éclairante : « *Les pages consacrées aux opinions sont les seules dans un journal où des membres du public, et des individuels qui ne sont pas des journalistes, peuvent contribuer comme écrivains. De ce fait, elles sont régulièrement vues comme un élément clé au débat public.*¹³³ »

Ce sont ces pages que nous avons clairement cherché à analyser au cours de notre recherche. Il s'agit d'un endroit où une large rangée de voix peut s'intéresser aux actualités du moment, où la controverse peut fleurir et où le consensus peut se créer selon les propos d'un journaliste recueillis par Jorgensen. Notre recherche valide la première partie de cette définition. *Le Soir* et *La Libre* estiment vouloir fournir un espace réservé au débat démocratique. Ils estiment que leur rôle est d'assurer au lecteur un accès à la diversité des opinions et des visions qui coexistent au sein de la société, et pas seulement à une information factuelle. Pour cela, les journalistes procèdent à une sélection de l'information. Ils agissent comme des « *gate keepers* » en décidant ce qui devrait intéresser le lectorat. Nous avons vu que *La Libre* a signalé une volonté de coconstruire le débat en étant à l'écoute des sujets qui intéressent son lectorat (via les interpellations par mail ou par courrier).

Wahl-Jorgensen a mis en évidence quatre critères liés à leur sélection, et nous allons les comparer à nos résultats. Premièrement, la relevance est un élément que nous avons relevé lors de nos entretiens. Le processus de sélection prend

¹³³ Wahl-Jorgensen K. (2004), « Understanding the conditions for Public Discourse : four rules for selecting letters to the editor », *Journalism Studies*, V.5, Numéro 1, p.60.

en effet en compte la relevance de la carte blanche par rapport à l'actualité et la relevance de l'auteur de la carte blanche. William Bourton (*Le Soir*) estime que 90% des cartes blanches qu'il publie suivent l'actualité car c'est ce qu'attend le lectorat et que l'actualité génère des opinions. C'est un sentiment partagé également par Bosco d'Otreppe. « *Pour qu'un sujet soit digne d'être publié, il faut qu'il touche à la santé, la sécurité, l'environnement ou l'éducation d'un ou plusieurs segments du public. Plus vous avez de lecteurs touchés, plus votre histoire sera importante et sera d'actualité.*¹³⁴ » C'est d'ailleurs un constat que nous avons relevé dans nos résultats empiriques. Les sujets de société, de politique ou d'économie sont les plus représentés car ils concernent énormément de lecteurs (p. 50). Au niveau des sujets, ceux-ci suivent un parallélisme flagrant avec ce qui s'est passé au début de l'année 2019. L'écologie et la défense de l'environnement ont dominé les débats sociétaux et politiques à travers l'impulsion du mouvement climatique *Youth4Climate* (p.58-59). Les élections, les programmes politiques et la question de la démocratie, qui peuvent être englobés dans la gestion des affaires politiques, occupent aussi le haut du classement (p.58-59). Ces questions reviennent sans cesse, mais elles ont eu un goût particulier en 2019 en raison des élections du 26 mai.

Deuxièmement, le critère du divertissement. Ce n'est pas un que nous avons abordé avec nos journalistes, mais nous avons quelques éléments de réponse sur le sujet. William Bourton du *Soir* nous a signalé que ces opinions sont très lues par les lecteurs. Il y a une vraie popularité autour de ces articles qui sont parmi les rares formes de commentaire subjectif encore existantes dans la presse. Leur caractère critique et leur ton libre et subjectif sont des éléments qui permettraient « *d'enflammer le débat, de capturer les émotions des lecteurs et d'amener le public à la vie*¹³⁵ ». La controverse est un bon exemple. Au *Soir*, on ne la recherche pas mais le caractère contradictoire de l'opinion est un élément essentiel d'une carte blanche. À *La Libre*, la controverse est mieux perçue car elle est associée à une volonté de « *surprendre* » son lectorat

¹³⁴ *Ibid.*, P.73.

¹³⁵ *Ibid.*, P.75.

afin de le faire réagir via courriel ou par les réseaux sociaux. Tous deux s'accordent sur l'aspect « *tranché et clair* » d'une carte blanche. De ce fait, une carte blanche conduit à être d'accord ou pas d'accord, à vouloir réagir ou à vouloir recadrer. Comme nous l'avons vu p.59 et durant les entretiens, les responsables s'arrangent pour présenter différents points de vue sur un même sujet. L'écologie suscitera une vision libérale, catholique ou de gauche. Le pluralisme est interne (dans le journal) à travers une multiplicité d'opinions plutôt que d'avoir, comme dans la presse d'opinion, une opinion correspondant au journal. Il y a donc ce côté divertissement à travers l'idée d'une arène de boxe publique où chacun tend à défendre un point de vue et à rendre les coups.

Troisièmement, le critère de la brièveté n'est pas un critère sur lequel nous sommes arrêtés lors de cette recherche. Nous avons cependant appris avec *Le Soir* que la montée en puissance de leurs sites internet a permis d'oublier le critère de longueur rencontré dans la presse écrite. Ils ne publient cependant pas de textes de 15,000 signes car c'est contre-productif pour atteindre le lecteur. Celui-ci en lit une ou deux par jour et il a son compte. C'est aussi une des raisons qui explique pourquoi nous avons relevé une baisse de publications au *Soir* sur les deux derniers mois (p.45). Ils publient majoritairement aujourd'hui sur le web, mais avec un regard qualitatif plus que quantitatif.

Quatrièmement, le critère de l'autorité. Comme le souligne Jorgensen, les éditeurs tentent à ne montrer aucun biais dans la sélection des cartes blanches. C'est un élément retrouvé lors de nos entretiens. William Bourton estime ne pas publier uniquement des cartes blanches qui vont dans le sens de ce qu'il pense et de travailler de manière déontologique. « *L'existence de ce critère est généralement niée au sein des rédactions, et c'est logique car il n'est pas basé sur un choix conscient mais il dépend de la structure du journal en tant qu'entreprise, dont le succès repose sur l'éloquence et la lisibilité. Ce critère à avoir avec le fait de choisir des formes spécifiques de compétences*

*culturelles pour participer à la conversation publique.*¹³⁶ » Les journaux donnent la parole à des personnalités ayant de l'autorité et de l'expérience. C'est un élément que nous avons grandement relevé dans notre recherche. Les professions managériales (Exécutif, cadres supérieures, dirigeants d'organisations ou directeurs d'entreprises) concernent 39% des auteurs relevés tandis que 60% sont issus des professions intellectuelles, scientifiques et artistiques (p.65). Le dernier pourcentage concerne les professions militaires qui bénéficient aussi d'une certaine aura d'autorité.

Lorsqu'on s'intéresse aux titres des professions, on retrouve en haut du classement les professeurs d'université, les présidents et les directeurs, les économistes ou encore les avocats (p.71). Nous sommes face à des personnes qui bénéficient soit d'une position de pouvoir ou d'autorité au sein de la société ou d'une organisation. Par exemple, diriger une organisation patronale ou un syndicat n'est pas une position anodine en Belgique où la concertation sociale est très active. Soit d'un capital intellectuel ou culturel reconnu et légitimé par l'appartenance à une organisation comme une université, une ONG ou un Think Tank. « *Cette inclinaison tend à privilégier la démonstration de l'excellence au détriment de l'habilité à transcender l'intérêt personnel et le statut social, concept pourtant si central à la promesse égalitaire de la démocratie délibérative.* » Ce dernier concept sera ré-abordé au dernier point.

Il y a donc une institutionnalisation des contributions reconnues par *Le Soir* et *La Libre*. Bosco d'Otreppe souligne, en réponse à notre question, que nous sommes bien face au débat d'une frange de la société qui a le temps et le bagage culturel pour écrire. Tous deux dépendent aussi de ce qu'ils reçoivent, c'est donc un public à l'aise à cet exercice qui harangue la tribune médiatique. William Bourton note aussi que les professions managériales ont tendance à parler au nom d'autres personnes, ce qui fait monter leur capital légitimité et la représentativité de leur opinion (ex : un président d'un syndicat parle au nom de tous les travailleurs affiliés). *La Libre* tend à contourner ce problème en recherchant des spécialistes inconnus, que l'on ne lit pas ailleurs. Ils embrassent aussi une fonction de vulgarisation du savoir universitaire afin de

¹³⁶ *Ibid.*, P.76.

justifier la présence massive de cette institution. La diversité des intervenants reste un challenge des rédactions. Le problème se pose peut-être moins à *L'Écho* où, s'adressant déjà à un public composé de professions managériales et libérales, il ne fait que répondre à une demande. Les « *quality papers* » s'adressent aussi comme nous l'avons vu p.31-32, à un public généralement issu de l'enseignement supérieur, donc c'est la convergence d'un public intellectuel et d'une élite intellectuelle.

Cela retranscrit aussi dans la recherche d'auteurs ayant de bonnes capacités communicationnelles à l'écrit. Des opinions intéressantes mais mal formulées ou orthographiées seront rejetées. « *Et ici, nous sommes témoins de la manifestation la plus complexe du critère de l'autorité, qui est le désir que ces opinions adhèrent à des standards culturels d'éloquence et d'expertise. Il ne faut pas simplement avoir des choses à dire, mais avoir aussi le background pour les dire.*¹³⁷ » Comme Bourdieu, cité par Jorgensen, le pointe : « *Les compétences culturelles sont étroitement liées au capital éducationnel, mesuré par des qualifications formelles [(diplômes)] et l'origine social.*¹³⁸ » On en revient au lien entre un public éduqué et une élite éduquée. « *Les opinions sont dominées par des hommes blancs, plus âgés et éduqués qui ont le temps et l'énergie pour s'investir politiquement.*¹³⁹ » Nous n'avons étudié ni l'âge, ni l'ethnicité, qui sont deux éléments impossibles à extraire. Cependant, sur le sexe des auteurs, nous avons relevé que 84% des auteurs sont des hommes avec un pic de 92% d'hommes à *L'Écho*. C'est un chiffre interpellant lorsqu'on lit dans nos entretiens que la volonté des journaux est de fournir un espace de débat démocratique et pluraliste, mais qu'il y a une exclusion de la parole des femmes dans ce débat. C'est d'autant plus interpellant que dans tous les journaux, nous sommes face à un lectorat quasi paritaire (p.31-32). Nous avons déjà évoqué ce constat p.62. « *Le critère d'autorité tend [donc] à écraser les voix des minorités et des milieux non-privilegiés dès le départ.*¹⁴⁰ » Jorgensen note enfin que le débat ne peut pas fleurir au sein des espaces réservés aux contributions externes sans que tout

¹³⁷ *Ibid.*, p.77.

¹³⁸ *Ibidem*

¹³⁹ *Ibidem*

¹⁴⁰ *Ibid.*, p.78.

le monde, affecté par le sujet, ne participe à la discussion. Ces sections n'offrent au mieux qu'un mécanisme d'« *accountability* » (mettre les différents acteurs de la société devant leurs responsabilités) et de légitimation du rôle de la presse au sein de la société¹⁴¹.

Enfin, on peut noter que même si l'espace réservé aux contributions externes se veut « *réservé* » à la parole de la société civile et prône l'exclusion des personnalités politiques, la frontière est plus floue qu'elle n'y paraît. En effet, sur les auteurs recensés, trente se sont exprimés au titre d'un parti politique. Les journalistes interviewés s'opposaient tous dans un premier temps à leur participation au débat des idées organisé par la presse, avant de se raviser et d'admettre que les exceptions sont monnaie-courante. Les critères d'admission sont alors similaires à ceux demandés au citoyen lambda, à savoir un sujet bien écrit et qui dépasse leurs seules positions idéologiques. Toute tentative de propagande électorale est refusée. Au niveau des politiques, on peut aussi noter l'insistance sur le caractère démocratique des partis politiques. *Le Soir* refuse toute contribution d'extrême-droite et *La Libre* y ajoute l'extrême-gauche. Plus que les politiques, tout appel à la haine ou tentative de sortie du cadre des valeurs démocratiques instauré par notre système législatif est refusée. Les journaux insistent sur ce rôle de défense des idéaux démocratiques.

2. Les contributions externes, un espace public contemporain ?

Réflexion à partir d'Habermas

Il est certain qu'il nous est aujourd'hui impossible de retrouver au sein de notre société démocratique une version *stricto sensu* de la sphère publique envisagée par Habermas. Pour rappel, la théorie habermassienne repose sur l'idée qu'un ensemble d'individus privés se retrouvent dans un espace public, comme un journal, pour discuter des affaires d'intérêt commun. Les opinions sont discutées de manière publique et rationnelle afin d'arriver à un consensus – sur base de l'idée de publicité de Kant –. L'État doit aussi rendre public son fonctionnement et rendre des comptes. Le contexte d'apparition de cette

¹⁴¹ *Ibidem*

sphère coïncide avec l'apparition de la démocratie libérale qui consacre la représentation parlementaire et la liberté de la presse dans le cadre qui nous intéresse. Actuellement, nous évoluons dans ce système politique, où nous allons voter à chaque fin de législature afin de sanctionner ou supporter les différents gouvernements. C'est d'ailleurs le seul rôle actuel de la majorité des citoyens dans l'exercice des affaires politiques. « *Les citoyens abandonnent leur pouvoir de gouvernance à des représentants et donnent périodiquement leur consentement aux gouvernements formés de leurs représentants.*¹⁴² » C'est d'ailleurs une des failles de la théorie libérale, c'est de savoir ce qui se passe derrière les portes closes de l'État, et comment exprimer son consentement ou sa dissidence en dehors des périodes électorales. La presse joue ce rôle vu qu'elle vise à garantir l'information du public de manière à ce que celui-ci puisse prendre des décisions politiques (par le vote) de manière éclairée et à faire pression sur le politique quand cela ne va pas du tout (mouvements citoyens, manifestations). Le rôle de la presse, selon Street (2001) cité par Jorgensen, serait de permettre au public de choisir qui doit être au pouvoir, de juger ceux qui sont au pouvoir, et de fournir une plateforme pour les groupes d'intérêt afin d'exprimer leurs opinions¹⁴³. La presse a donc ce rôle de « *chien de garde de la démocratie* ». On peut donc affirmer qu'à travers le maintien d'un espace, réservé aux contributions du public et donc des citoyens, la presse permet la délibération de différentes visions de la société et de sa gestion. Elle permet aussi au lecteur de développer un esprit de jugement critique à chaque lecture, de prendre de la distance, afin de développer un raisonnement personnel éclairé sur la manière de gérer les affaires publiques.

Cependant la vision d'Habermas se heurte aux limites qu'il a lui-même fixé. Dans ce processus démocratique, seuls les bourgeois ont droit à la parole. Il ne prend jamais en considération les autres groupes de la société (les femmes

¹⁴² Wahl-Jorgensen K. (2005), « *Journalists and the public: Newsroom culture, letters to the editor and democracy* », Cardiff School of Journalism, Media and Cultural Studies, p.21. URL : [https://www.academia.edu/522902/Wahl-Jorgensen K. 2007 . Journalists and the public Newsroom culture letters to the editor and democracy. Creskill NJ Hampton Press](https://www.academia.edu/522902/Wahl-Jorgensen_K._2007_.Journalists_and_the_public.Newsroom_culture_letters_to_the_editor_and_democracy.Creskill_NJ_Hampton_Press)

¹⁴³ *Ibidem*

ou les ouvriers). Finalement, au cours du 19^e et du 20^e siècle, par la lutte des classes et le mouvement des droits des femmes, les droits politiques sont accordés à tout individu dès sa majorité. De son point de vue, cela conduit à la dégénérescence de l'espace public bourgeois tout comme l'intervention du politique dans l'économie ou l'apparition des médias de masse. La presse devient alors moins porteuse d'un intérêt général que d'un consensus d'intérêts privés. Pourtant, à chaque interview, la notion d'intérêt général s'est révélée centrale à la sélection des cartes blanches. Cette sélection est portée par la volonté de parler des problèmes sociaux, politiques ou économiques qui touchent le plus de monde au sein de la société.

Par ailleurs, nous avons relevé que les sujets économiques et sociaux composent 18% des contributions externes (p.50). Les directeurs d'entreprises composent 24% de la catégorie « *Professions managériales* » (p.67). Les économistes occupent le 3^e rang des titres les plus portés (p.71). Les entreprises privées sont au 2^e rang des organisations les plus souvent apparentées aux contributeurs (p.74). L'économie est donc une thématique aujourd'hui intégrante des discussions de l'espace public sur les affaires de l'État. C'est une situation totalement différente que celle envisagée par Habermas dans l'espace public bourgeois où l'économie est soustraite à l'autorité de l'État et renvoyée dans le domaine privé. Avec la naissance des États-providence au 20^e siècle, la construction du droit du travail ou l'intervention des gouvernements lors de crashes boursiers, « [...] *cette phase d'interpénétration du politique et de l'économique a tendu à rapprocher le champ économique et l'espace public. Nous vivons précisément l'époque où l'entreprise a fait irruption dans l'espace public comme valeur positive structurante des représentations collectives.*¹⁴⁴ »

La discussion sur les affaires publiques était aussi l'œuvre d'une minorité, est-ce toujours le cas aujourd'hui ? Comme nous l'avons démontré dans le point précédent et dans nos résultats, tout le monde n'accède pas au débat démocratique organisé par la presse écrite. Les professions dirigeantes et les

¹⁴⁴ Floris, B. (2003), « *Espace public et sphère économique* », Hermès, La Revue, 36(2), 131.

professions intellectuelles, scientifiques et artistiques constituent l'ensemble du public qui publie des opinions dans la presse. Tout le monde ne prend pas part au débat, notamment car la presse a des exigences en matière de compétences culturelles qui ne sont pas maîtrisées par tous. Son audience est éduquée (enseignement supérieur) et le pouvoir de la presse est aujourd'hui limité par rapport à d'autres médias comme la télévision. Nous sommes donc face à un espace public habermassien dans le sens que comme nous l'avons vu dans les entretiens, c'est une frange de la population au capital culturel et économique élevé qui l'occupe – ce serait la bourgeoisie – et qui tend à s'exprimer en se conformant aux attentes des journalistes sur l'écriture, sur la forme et le contenu (p.79 et p.89). Elle respecte la rationalité voulue par Habermas et Kant, dans le sens qu'on est dans une démarche argumentative de présentation de ses opinions à partir d'éléments factuels saupoudrés de subjectivité.

Là où notre espace public diverge d'Habermas, c'est dans l'idée de la construction d'un consensus. Forcément, la démocratie parlementaire nécessite de se mettre ensemble pour prendre une décision. La Belgique est d'ailleurs réputée en la matière. Cependant, dans cet espace de débats, même si la problématique doit être d'intérêt général (p.86), il n'y a pas ce besoin de mettre ses intérêts particuliers au second plan. Les auteurs ont tendance à faire l'inverse et à agir comme des groupes d'intérêt. C'est d'ailleurs cet aspect tranché et prise de position de l'opinion qui en fait sa popularité auprès des lecteurs (p.86). Exemple : sur l'écologie, une carte blanche d'Oxfam n'a pas du tout le même agenda qu'une du parti libéral MR sur les décisions politiques à prendre.

En ajoutant la théorie de Fraser

Notre espace public trouve peut-être mieux l'explication de ses divergences chez Nancy Fraser. Elle estime qu'il n'y aurait pas un public (la bourgeoisie), mais une multitude de publics, centrés sur eux-mêmes, et en opposition par rapport aux autres. On est directement dans la suite de notre réflexion avec l'idée de groupes d'intérêt qui ne sont pas dans la recherche d'un consensus mais dans l'influence de l'opinion publique, des politiques... Cependant, dans

le cas des contributions externes, même s'il y a des visions divergentes, ne restons-nous pas dans un même espace public institutionnalisé ? Nous avons étudié les organisations affiliées aux auteurs : universités, entreprises privées, ASBL, institutions, partis politiques, Think Tanks, ONG, syndicats ou encore organisations patronales. Nous sommes face à des institutions bien ancrées dans la société, parfois puissantes, qui donnent lieu à une vision corporatiste de l'espace public où le citoyen lambda n'a en réalité plus son mot à dire dans la discussion. Cependant, cette vision corporatiste connaît une résistance à travers la société civile et donc on ne peut pas en exclure les ONG ou les ASBL – certaines parfois de taille modeste dans notre corpus –. Habermas voit donc dans la société civile un mécanisme de résistance de la société face à une pratique de la démocratie de plus en plus déconnectée des citoyens. Il est très intéressant de noter que la période analysée coïncide avec l'apparition d'un mouvement civil et écologique (*Youth4Climate*) qui a influencé grandement les priorités des partis politiques durant les élections du 26 mai. Et qui s'est justement très fort exprimé dans les espaces réservés aux contributions externes. Dans le tableau 8 p.58, nous avons relevé comment l'écologie et *Youth4Climate* ont dominé les débats. On peut attribuer ce succès à la société civile et donc attester de sa vivacité dans le débat d'idées de par sa présence en nombre d'auteurs (ONG, ASBL) et en termes de sujets qu'elle met à l'agenda des rédactions. On note aussi la présence d'étudiants et de citoyens dans le tableau 16 (p.71), catégories que l'on peut aussi associer avec la société civile.

Par ailleurs, Nancy Fraser pose un regard intéressant sur l'exclusion des femmes de cet espace public. On sait qu'Habermas ne comptait que sur les hommes bourgeois dans son espace public utopique, excluant les femmes de la discussion. Pourtant, nous avons relevé en p.89 comment les femmes sont aussi toujours exclues de nos jours des contributions externes. Fraser cite plusieurs études : « *Les hommes prennent plus la parole, ils interrompent plus les femmes...* » Elles sont aussi plus souvent exclues en tant qu'expertes comme l'AJP le démontrait (p.62). Une journaliste américaine, Caroline Kitchener, s'interrogeant dans un article pour *The Atlantic* sur les raisons de l'absence de femmes des contributions externes aux États-Unis (« *Letters to*

the Editor ») évoque ainsi le « *confidence gap* ». « *Les femmes ont tendance à penser qu'elles sont moins capables d'écrire quelque chose qui a de la valeur et, deuxièmement, d'être capables d'offrir une vision qui intéressera d'autres personnes.*¹⁴⁵ »

Notre espace public est donc toujours aussi fermé que celui d'Habermas sur ce point. Nancy Fraser demande cependant leur *thématisation* et non la suspension des inégalités à l'entrée de l'espace public car elles favorisent toujours les élites. Le féminisme n'est ainsi abordé que trois fois sur la période étudiée. L'égalité des sexes apparaît six fois. Si on les combine, on arrive en 9^e position de notre classement (voir annexe sujets mot-clé). On voit que l'on est dans un élan qui rencontre la pensée de Fraser.

Elle note que plus généralement les contributions des groupes marginalisés (migrants, LGBT ou personnes de couleur) sont tenues à l'écart. Certes, ils reçoivent une thématique mineure : la migration (9x), LGBT (1x) ou le racisme (2x). Mais peut-on affirmer que ces groupes se retrouvent dans notre corpus d'auteurs ? C'est une question pour une autre recherche, mais Andrew Perrin, chercheur à l'Université de Caroline du Nord aux États-Unis, a démontré dans une recherche que les afro-américains sont moitié moins susceptibles d'écrire une contribution externe¹⁴⁶. Nos résultats nous laissent sur notre faim et mériteraient un approfondissement sur la nature des publics qui composent l'espace public des contributions externes et sur les mécanismes qui les poussent à écrire. Nous avons cependant déjà résolu qu'en Belgique francophone, il est majoritairement masculin, éduqué, en position de puissance ou de légitimité intellectuelle, et institutionnalisé.

En ajoutant les théories de Miège et Ferry

Deux autres auteurs que nous avons abordé dans la partie théorique ont aussi abordé la composition de cet espace public. Miège estime qu'on est depuis la fin des années 70 dans un espace public que l'on pourrait qualifier de modèle

¹⁴⁵ Kitchener C. (2018), « *Why Do So Few Women Write Letters to the Editor ?* », The Atlantic. Consulté le 22 mai 2020. URL :

<https://www.theatlantic.com/entertainment/archive/2018/05/why-do-so-few-women-write-letters-to-the-editor/559736/>

¹⁴⁶ *Ibidem*

des relations publiques généralisées. « Désormais, les États, les grandes entreprises et les moins grandes, et peu à peu toutes les organisations sociales (des administrations publiques aux organisations de la société civile) s'emparent de la gestion du social et des techniques de communication.¹⁴⁷ » On ne peut que voir dans cette définition la vision corporatiste que nous avons expliqué ci-dessus avec une institutionnalisation du débat d'idées à travers la présence massive d'organisations spécialisées, d'institutions publiques, d'entreprises ou encore d'organisations de travailleurs ou d'entreprises. Les thèmes sont jugés « *consensuels, dans tous les domaines de la vie sociale* ». C'est un raisonnement intéressant car nous avons écrit que notre espace public, théorisé à travers les contributions externes, ne cherchait pas le consensus, mais il n'est pas exclu que les thèmes soient, eux, consensuels. En effet, nous avons relevé des thématiques comme la démocratie, l'écologie ou les élections. Tout le monde est – impression personnelle – bien d'accord, au niveau politique, économique ou citoyen, qu'il faut en discuter. Le thème fait consensus, mais pas les intérêts.

Miège estime aussi que l'espace public ne peut plus se limiter à sa fonction politique, mais qu'il remplit une variété de fonctions sociétales. « *On cherchera en vain une définition [de cette dimension sociétale]¹⁴⁸ »*, mais on peut interpréter cette idée par le fait que l'espace public ne s'intéresse plus seulement aux questions politiques, mais aussi aux questions sociétales, culturelles, économiques... Nous avons déjà estimé au point précédent qu'une carte blanche doit intégrer un problème qui touche le plus de monde possible au sein de la société. Le deuxième modèle établi par Miège avec l'apparition de la logique marchande de la presse note aussi la mise à l'écart des lecteurs, de la même manière que la démocratie libérale tient à distance l'électeur en dehors des élections. Les contributions externes sont peut-être un des derniers espaces de la presse écrite permettant aux citoyens de s'investir dans le débat politique et public.

¹⁴⁷ Miège B. (1995), *op. cit.*, p.54.

¹⁴⁸ Ballarini L. (2011), « *Bernard Miège, L'espace public contemporain. Approche info-communicationnelle* », Lectures [En ligne].

Ferry, comme nous l'avons présenté, à développer une vision plus technocentrée de l'espace public qu'il réduit à un dispositif institutionnel et technologique, par lequel on présente à un public, différents aspects de la vie sociale. L'espace public serait un médium, comme un journal, par lequel on diffuse des messages à toute personne capable de les recevoir. On sort d'une vision politique où seul le citoyen fait partie de l'espace publique, ici toute personne capable de recevoir le message en fait partie. Sans s'attarder sur cette définition, Ferry estime que le noyau de l'espace public *politique* se limite aux politiciens, journalistes, les instituts de sondage (qui représentent l'opinion publique, donc les citoyens) et les intellectuels. Sauf que dans notre espace public, on ne reprend que les intellectuels avec une incursion intermittente du politique (comme nous avons vu dans nos résultats). Il n'y a pas besoin d'intermédiaire comme un institut de sondage puisque le citoyen est invité à s'exprimer directement. Ferry estime qu'il existe en périphérie une scène sociale (syndicats, ASBL...) – elle n'est en réalité pas périphérique chez nous, mais parfaitement intégrée – et une scène internationale (institutions supranationales, organisations internationales).

Sur ce dernier point, Ferry ajoute un nouvel élément, c'est l'idée que l'espace public n'est plus un lieu de communication d'une société avec elle-même, mais aussi avec d'autres sociétés. Nous en avons été témoins dans notre recherche avec l'apparition de sujets comme la crise catalane, le Brexit ou les élections européennes. Nous avons vu par exemple des associations catalanes être publiées dans *Le Soir*. On dépasse la frontière d'une société belge pour rentrer dans le débat transnational ou comme certains souhaitent l'appeler dans un potentiel *espace public européen*¹⁴⁹. Cette théorie est supportée par l'existence de structures institutionnelles propres à cet espace (l'Union européenne) et le développement d'internet qui facilite les échanges transnationaux, même si certains pointent la difficulté de prendre des décisions sur consensus.

¹⁴⁹ Wright S. (2007), « A virtual European public sphere? The Futurum discussion forum », *Journal of European Public Policy*, Décembre 2007, p. 1169-1171.

3. Les contributions externes, une illustration de la délibération citoyenne ?

Dans une nouvelle définition de l'espace public déjà mentionnée dans le point théorique sur la société civile (p.25), Habermas définit l'espace public comme un réseau permettant de diffuser des contenus, des prises de position et donc des opinions. Cette approche communicationnelle peut *de facto* s'appliquer à notre espace public formé par les pages ouvertes aux contributions externes. Il reconnaît aussi la vision supranationale de l'espace public avancé par Ferry et la multitude d'arènes composant l'espace public comme décrit par Fraser. Dans le même texte, Habermas consacre la société civile – comme déjà abordé – et il s'attarde sur l'idée de la démocratie délibérative, et non plus de la démocratie libérale car il a vu les défauts de ce système qui tient le citoyen à l'écart de la gestion de l'État. Sur la démocratie délibérative, il écrit : « *Les citoyens, dans un tel système politique, partagent un engagement commun vis-à-vis de la résolution des problèmes à travers un raisonnement public et collectif, et considèrent leurs institutions de base légitimes dans la mesure où elles établissent un cadre favorable à une délibération publique libre.*¹⁵⁰ » Reprenant la théorie délibérative, Jorgensen estime que les citoyens acceptent d'être exposés à des opinions qui challengent et changent les leurs. Ils sont capables d'être persuadés par d'autres. Le citoyen participe ainsi de manière active et rationnelle à la prise de décision politique¹⁵¹.

Participation et opinion, deux éléments qui composent fondamentalement le forum public des contributions externes. Comme l'explique Jorgensen, la théorie délibérative de la démocratie s'est répercutée dans le journalisme. Elle s'est illustrée notamment avec l'avènement du *public journalism* (« *journalisme civique* ») qui est né dans les rédactions américaines à un moment de désengagement des citoyens dans la vie politique du pays. Les médias ont alors fait leur autocritique sur leur traitement de l'information. Le *public journalism* invite à trouver des manières d'informer qui intègrent le public, valorise le rôle de citoyen et l'action des communautés. Il naît à un

¹⁵⁰ *Ibidem*

¹⁵¹ Wahl-Jorgensen K. (2005), *op.cit.*, p.33-36.

moment où les tirages de la presse sont en baisse et l'apathie politique guète la société américaine. Ses partisans estiment que la délibération citoyenne est au cœur d'une démocratie saine et qu'ils doivent être acteurs de cette redynamisation des citoyens en leur redonnant une place dans un débat monopolisé par les élites.

Ce que Jorgensen dit peut paraître hors sujet, cependant sa réflexion est très intéressante quand mise en perspective avec les contributions externes. On ne serait plus dans une vision libérale de l'espace public, mais dans une vision délibérative. Elle estime que les cartes blanches ont le même potentiel d'« *empowering* » du citoyen que le journalisme public. La presse écrite a une longue tradition de participation au débat politique, comme avec la presse d'opinion où son influence était immense et instrumentalisée par les partis. Jorgensen estime que les tribunes libres sont une manière de recréer le lien entre les médias et le public, mais aussi avec les institutions politiques. C'est une manière pour les rédactions d'engager le public dans la production du journal, mais aussi de se tenir informé et de tenir informé ses lecteurs sur le ressenti de son lectorat, d'illustrer la pluralité des opinions et des tendances qui cohabitent au sein de la société, d'inciter le lecteur à un rôle citoyen par l'expression de ses idées sur la gestion des affaires publiques.

Nous avons vu comment les journalistes dans leurs réponses se veulent attentifs aux réactions du public quitte à coconstruire le débat public (*La Libre*) ou à proposer des opinions qui permettront au lecteur d'être mieux équipé dans ses choix politiques (*Le Soir*). « *Les contributions externes sont une caractéristique établie et ancienne d'un journal, et auxquelles les éditeurs de presse ont constamment dévolu des ressources. De ce fait, elles représentent le même engagement envers la délibération publique (à travers les médias) que le mouvement du journalisme public. Leur existence est basée sur l'idée que les citoyens méritent un forum public où leurs voix sont privilégiées. Elles constituent un des rares espaces dans les médias contemporains qui s'éloignent de la vision verticale et libérale de la*

*citoyenneté pour offrir un rôle politique plus actif dans le processus décisionnel politique.*¹⁵² »

Cette dernière notion de participation dans le processus politique reste à être tangiblement prouvée. En effet, dans l'état des choses, nous ne pouvons affirmer qu'au-delà de leur participation au débat d'idées, les citoyens participent réellement aux prises de décisions. Au final, c'est peut-être l'ultime faiblesse de ces pages, c'est qu'elles sont cantonnées dans un rôle de médiatisation des différentes visions de la société. Elles ne sont pas un parlement citoyen. Elles n'ont pas d'impact ou de poids sur les mécanismes de la démocratie libérale, mais c'est un point qui reste à être confirmé par une autre recherche.

Premièrement, car elles sont publiées à travers des médiums qui aujourd'hui se défendent de toute participation active au débat politique (« *Nous sommes neutres* »). Deuxièmement, parce nous avons mis en évidence qu'il existe de nombreux filtres à l'accès à la tribune médiatique et qu'il ne s'agit en réalité que du débat d'une société éduquée et institutionnalisée. Troisièmement, parce que le poids de l'opinion publique sur les politiques s'est déplacé aujourd'hui vers d'autres acteurs comme les réseaux sociaux. Et que la fraction d'opinion publique que tend à représenter la presse écrite ne fait pas le poids face aux phénomènes d'indignation et de vindicte qui peuvent enflammer le web (ex : #MeToo). Quel est aujourd'hui le poids d'une carte blanche face aux nouveaux espaces publics – ceux du web, des réseaux sociaux et des communautés composées d'internautes – ?

¹⁵² *Ibid.*, p.37-38.

Conclusion

À travers notre recherche, nous avons cherché à répondre à la question de recherche suivante : « *Comment la politique éditoriale influence-t-elle la diversité des cartes blanches publiées au sein de la presse francophone belge* » et « *Peut-on considérer ces pages comme un espace public au sens habermassien ?* ». Pour répondre à la première partie de notre question, nous avons mené une recherche empirique qui nous a permis de mieux caractériser ce que renferme les espaces réservés aux contributions externes. Nous avons réalisé une analyse de contenu à partir d'un corpus basé sur 468 tribunes libres et 511 auteurs au sein de trois « *quality papers* » qui dominent le paysage de la presse francophone belge. Nous avons établi six hypothèses qui relevaient plus d'un respect méthodologique que d'une réelle nécessité.

Dans l'ordre de leur formulation, premièrement, nous avons établi que les contributions externes sont majoritairement écrites par des hommes (84%) et que les femmes ont très peu la parole dans ces espaces (H1). Deuxièmement, les contributions externes sont généralement l'œuvre d'un travail individuel (76%) plus que d'un travail collectif (H2). *Le Soir* est le plus adepte du travail collectif car il donne un sentiment de représentativité accru à la carte blanche. Troisièmement, nous avons aussi établi que les auteurs de cartes blanches sont intégralement issus des élites dirigeantes et intellectuelles de la société. 60% possèdent une profession managériale, 39% une profession intellectuelle et 1% une profession militaire (H3). Quatrièmement, nous avons conclu à une institutionnalisation des opinions au regard de leur propension à donner la parole à des acteurs organisés – 76% des auteurs sont issus d'universités, partis politiques, syndicats, ASBL.... Les universitaires dominent les pages opinions (H4). Cinquièmement, la répartition des sujets par thématique indique un pluralisme au sein de ces contributions, avec une prévalence pour les sujets concernant la société (41%) et le politique (31%) (H5). Nous avons aussi remarqué des fluctuations révélatrices de certains choix éditoriaux propres aux rédactions. Par exemple, *L'Écho* a une ligne éditoriale très économique et cela se ressent dans les thématiques. Sixièmement, les sujets

les plus discutés durant la période étudiée sont l'écologie, les élections, Youth4Climate, les programmes politiques (suggestions sur la gestion politique) et la démocratie (H6).

À partir des entretiens menés avec les éditeurs de ces contributions (au *Soir* et à *La Libre*) et de l'apport théorique de Wahl-Jorgensen, qui a travaillé énormément sur le sujet des opinions produites par le public, nous avons établi que les contributions politiques sont un élément clé du débat public car elles sont un des rares espaces médiatiques ouverts à la contribution des non-journalistes. Les éditeurs de la presse écrite se donnent pour rôle d'activer le débat démocratique et de confronter leur lectorat à la diversité des visions du monde afin de le rendre « éclairé » dans ses choix politiques de gouvernance, mais en n'agissant pas comme une presse d'opinion ouvertement impliquée dans les jeux de pouvoir politique, mais d'une manière neutre propre à la presse moderne. La politique éditoriale, au-delà de ce que nous avons relevé directement par nos hypothèses, est basée sur quatre critères théorisés par Wahl-Jorgensen et corroborés par nos entretiens : 1) la relevance à l'actualité est le facteur clé illustré par le succès des sujets sur l'environnement au moment où un mouvement écologique battait son plein en Belgique ; 2) le divertissement qu'elles procurent par leur aspect tranché, parfois controversé, qui peut enflammer le débat et les discussions ; 3) leur brièveté n'a pas été étudiée par une étude quantitative de leur surface ; 4) le critère de l'autorité qui s'illustre dans la sélection de cartes blanches dont les auteurs sont capables d'atteindre l'exigence éditoriale demandé sur le plan de leurs capacités intellectuelles (expérience, capacités rédactionnelles, autorité).

Ensuite, nous avons répondu à la seconde partie de notre question. Les contributions externes forment *de facto* un espace au sens strict de la définition de 1991 d'Habermas (p.93). Au regard de sa thèse originale, nous estimons qu'à la bourgeoisie idéalisée par Habermas s'est substitué des élites managériales et intellectuelles qui transforment cet espace public en un lieu de discussions d'une société en particulier. Il est également toujours aussi excluante vis-à-vis des femmes, et nous serions tenté de vérifier dans une autre recherche s'il est toujours aussi excluante des publics minoritaires de la

société. Son public est masculin, avec de l'autorité ou des connaissances, et institutionnalisé. Même si nous avons entraperçu une résistance, souhaitée par Habermas, de la société civile (ASBL, citoyens...). Sa fonction n'est plus seulement limitée à la discussion des affaires politiques, mais aussi des affaires sociétales et économiques, voir à la discussion d'affaires concernant d'autres sphères publiques d'autres sociétés.

Par ailleurs, logiquement placé dans la théorie de la démocratie libérale qui consacre le régime parlementaire, Habermas pointe la mise à l'écart progressive des citoyens de la prise de décisions concernant l'État et il introduit dans son ouvrage *Droit et Démocratie* la conception délibérative de la démocratie. Reprise par Jorgensen, elle y place les contributions externes comme un des mécanismes pour redonner une forme de pouvoir aux citoyens dans le processus politique. Cependant, nos résultats concernant les auteurs de cartes blanches contrecarrent cette vision citoyenne des forums publics organisés par la presse. À l'heure actuelle, contrairement à ce que voudrait Habermas, nous ne pouvons pas affirmer non plus que les auteurs ou leurs opinions participent à la formation d'une décision politique ou d'un consensus. Sur ce dernier point, nous estimons au regard de nos observations que les opinions ne recherchent pas ce consensus mais simplement la défense ou la représentation des idées de groupes d'intérêt.

Enfin, notre recherche ouvre la voie vers de nouvelles interrogations. En premier lieu, sur l'identité des auteurs de cet espace public, sont-ils représentatifs de notre société en termes d'ethnicité ou encore de sexualité ? En deuxième lieu, est-ce que les cartes blanches ont un impact sur les décisions politiques de leurs lecteurs ? Ont-elles aussi un impact sur les décisions politiques dans le cadre de la démocratie parlementaire ? Quels sont les mécanismes qui conduisent des citoyens à vouloir s'exprimer dans la presse écrite ?

Bibliographie

Articles scientifiques

- ❖ Arquembourg, J. (2003), « *La réalité politique : retour sur le principe de publicité* », *Le temps des événements médiatiques*, Louvain-la-Neuve, De Boeck Supérieur, pp. 99-104.
- ❖ Ballarini L. (2011), « *Bernard Miège, L'espace public contemporain. Approche info- communicationnelle* », *Lectures* [En ligne]. Consulté le 23 mai 2020. URL : <https://journals.openedition.org/lectures/6264>
- ❖ Ferry J-M. (1989), « *Les transformations de la publicité politique* », *Hermès*, 4, p.15-26.
- ❖ Fraser N. (2001), « *Repenser la sphère publique : une contribution à la critique de la démocratie telle qu'elle existe réellement* », *Hermès*, *La Revue*, 31(3), p.131. Dans « *Habermas and the Public Sphere, sous la direction de Craig Calhoun* », Cambridge, MIT Press, 1992, p. 109-142.
- ❖ Habermas J. (1992), « *L'espace public, 30 ans après.* », *Quaderni*, n°18, Automne 1992, p.161-191.
- ❖ Létourneau A. (2001). Dans Lits M. (2014), « *L'espace public : concept fondateur de la communication* », *Hermès, La Revue*, 70(3), 77-81.
- ❖ Lits, M. (2014). « *L'espace public : concept fondateur de la communication* », *Hermès, La Revue*, 70(3), 77-81.
- ❖ Lits M. (2016), « *Espace public et opinion : de la presse écrite à Internet* », *La Communication : Des relations interpersonnelles aux réseaux sociaux*, Auxerre, France, Éditions Sciences Humaines, p.239-247.
- ❖ Miège B. (1995), « *L'espace public : au-delà de la sphère politique* », *Hermès, La Revue*, 17-18(3), p. 49-62.
- ❖ Paquette P. (200), « *La production médiatique de l'espace public et sa médiation du politique* », *Communication*, vol. 20/1 | 2000, 47-74.
- ❖ Pieron J. (2009), « *L'audace de la pensée : sur Kant et les Lumières* », *Dissensus* [En ligne], Dossier « Figures du courage politique dans la

- philosophie moderne et contemporaine », N° 2. URL : <https://popups.uliege.be:443/2031-4981/index.php?id=714>
- ❖ Pigeat, H. (2003), « *Liberté de la presse: Nuances transatlantiques* », Commentaire, numéro 101(1), 103-110.
 - Richardson J., Franklin B. (2004), « *Letters of Intent: Election Campaigning and Orchestrated Public Debate in Local Newspapers' Letters to the Editor* », Political Communication, 21, 459-478.
 - ❖ de Sardan J-P O. (1995), « *La politique du terrain* », Enquête, N°1, p.71-109.
 - ❖ Torres da Silva (2011), « *Newsroom practices and letters-to-the-editor* », Journalism Practice, p.1-14.
 - ❖ Torres da Silva (2013), « *Professional views' on letters-to-the-editor as a means of audience participation* », Participations, Journal of Audience & Reception Studies, Volume 10, Issue 1, Mai 2013, p.428-430.
 - ❖ Van den Dungen P. (2004), « *Le rôle des milieux de presse dans la fondation de l'Etat belge et la création d'une "opinion publique" nationale (1830-1860)* », Amnis [En ligne], 4. Consulté le 23 mai 2020. URL : <https://journals.openedition.org/amnis/684>
 - ❖ Wahl-Jorgensen K. (2002), « *Understanding the Conditions for Public Discourse : four rules for selecting letters to the editor* », Journalism Studies, Volume 3, Numéro 1, 2002, p.69-81.
 - ❖ Wahl-Jorgensen K. (2004), « *Playground of the Pundits or Voice of the People ? Comparing British and Danish opinion pages* », Journalism Studies, V.5, Numéro 1, p.59-70.
 - ❖ Wright S. (2007), « *A virtual European public sphere? The Futurum discussion forum* », Journal of European Public Policy, Décembre 2007, p. 1169-1171.
 - ❖ Serghini B. Z., Céline Matuszak (2009), « *Lire ou relire Habermas : lectures croisées du modèle de l'espace public habermassien* », Études de communication [En ligne], 32 | 2009. Consulté le 30 avril 2019. URL : <http://journals.openedition.org/edc/868>

Livres

- ❖ Albert P. (2018), « *Histoire de la presse* », Paris cedex 14, France, Presses Universitaires de France.
- ❖ Bardin L. (2013), « *Chapitre II. Définition et rapport avec les autres sciences* ». Dans *Id.*, « *L'analyse de contenu* », Presses Universitaires de France, Paris.
- ❖ Benoît, F. (1978), « *La Démocratie libérale* », Paris cedex 14, France, Presses Universitaires de France.
- ❖ Breton, P. & Proulx, S. (2012), « *9/ Analyses politiques de la communication* ». Dans : « *Philippe Breton éd., L'explosion de la communication: Introduction aux théories et aux pratiques de la communication* », Paris, La Découverte, pp. 203-231.
- ❖ Chupin I., Hubé N. et Kaciaf N. (2012), « *Histoire politique et économique des médias en France* », Paris, La Découverte.
- ❖ de Bonville J. (2006), « *L'analyse du contenu des médias* », Éditions De Boeck Université, Bruxelles.
- ❖ Derèze G. (2006), « *Méthodes empiriques de recherche en communication* », Louvain-La-Neuve, Éditions De Boeck Université, 1^{ère} édition.
- ❖ Fraser, N. (2011), « *5. Repenser l'espace public : une contribution à la critique de la démocratie réellement existante.* » Dans *Id.*, « *Qu'est-ce que la justice sociale : Reconnaissance et redistribution* », Paris, La Découverte, pp. 107-144.
- ❖ Frydman B. (2014), « *Habermas et la société civile contemporaine* », La société civile et ses droits, Bruxelles.
- ❖ Létourneau A. (2001), « *Remarques sur le journalisme et la presse au regard de la discussion dans l'espace public* ». Dans Brunet P.-J., « *L'Éthique dans la société de l'information* », Québec, Presses de l'université Laval.
- ❖ Maigret É. (2015), « *Sociologie de la communication et des médias* », Paris, Armand Colin.

- ❖ Olivier M. (2018), « *Induction-déduction* ». Dans Paugam S. (dir.), « *Les 100 mots de la sociologie* », Paris, Presses universitaires de France, coll., pp. 13-14.
- ❖ Paquot T. (2015), « *L'espace public* », Paris, La Découverte,
- ❖ Pirotte G. (2018), « *La notion de société civile* », Paris, La Découverte.
- ❖ Robert A., Bouillaguet A. (1997), « *L'analyse de contenu* », Presses universitaires de France, Paris, p.14.
- ❖ Sauvayre R. (2013), « *Les méthodes de l'entretien en sciences sociales* », Dunod., Paris.

Articles de presse

- ❖ Buxant M. (2018), « *Louis Michel : "C'est pénible, dès que quelque chose est bon, ce n'est pas grâce au gouvernement"* », L'Écho. Consulté le 12 avril 2020. URL : <https://www.lecho.be/economie-politique/belgique/general/louis-michel-c-est-penible-des-que-quelque-chose-est-bon-ce-n-est-pas-grace-au-gouvernement/10065591.html>
- ❖ Kitchener C. (2018), « *Why Do So Few Women Write Letters to the Editor ?* », The Atlantic. Consulté le 22 mai 2020. URL : <https://www.theatlantic.com/entertainment/archive/2018/05/why-do-so-few-women-write-letters-to-the-editor/559736/>

Pages web

- ❖ AJP, « *Egalite et diversité dans la presse quotidienne : indicateurs au rouge* », octobre 2011. URL : http://www.ajp.be/telechargements/dossiers/diversitepq_J130.pdf
- ❖ Culture&Santé, « *La presse quotidienne en Belgique* ». Consulté le 23 mai 2020. URL : <https://www.cultures-sante.be/nos-outils/outils-education-permanente/item/46-la-presse-quotidienne-en-belgique-francophone.html>
- ❖ La-Philos, « *Espace public et démocratie : la philosophie d'Habermas* ». Consulté le 23 mai 2020. URL : <https://la-philosophie.com/espace-public-et-democratie>

- ❖ La-Philo, « *La philosophie des Lumières* ». Consulté le 23 mai 2020.
URL : <https://la-philosophie.com/philosophie-lumieres>

Syllabus

- ❖ Wahl-Jorgensen K. (2005), « *Journalists and the public: Newsroom culture, letters to the editor and democracy* », Cardiff School of Journalism, Media and Cultural Studies, p-20-40.

Ce mémoire s'intéresse aux espaces réservés aux contributions externes au sein de la presse francophone belge. Les grands quotidiens sélectionnés (*Le Soir*, *La Libre Belgique* et *L'Écho*) publient quotidiennement des articles d'opinion écrits par des individus qui ne font pas partie de la rédaction. Ces pages, appelées « *Forum* », « *Débats* » ou encore « *Opinions* », semblent compter aujourd'hui parmi les derniers lieux réservés à l'expression du citoyen au sein de la presse écrite. Mais quelles dynamiques sous-tendent la publication de ces tribunes libres ? Y-a-t-il une volonté de faire persister la presse écrite comme un « *espace public* » ouvert au débat d'idées ?

Dans le cadre d'une analyse de contenu, nous avons cerné l'influence de la politique éditoriale de chaque journal sur le contenu publié. Nous avons aussi caractérisé qui accède à la tribune médiatique et sur quelles thématiques. Enfin, nous avons replacé notre recherche dans le cadre théorique de la notion d'*espace public* de Jürgen Habermas.

Presse écrite – Tribunes Libres – Espace public – Opinions – Habermas