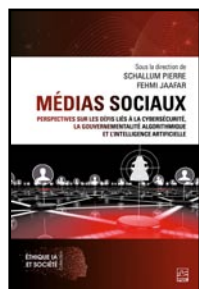


## AUTRES PARUTIONS

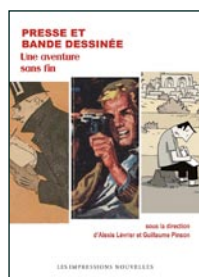


**Médias sociaux : perspectives sur les défis liés à la cybersécurité, la gouvernementalité algorithmique et l'intelligence artificielle**

Pierre Schallum et Jaafar Fehmi (dirs)

*Ce livre dresse le portrait des médias sociaux suivant trois angles : la cybersécurité, la gouvernementalité algorithmique et l'intelligence artificielle. Il révèle les multiples facettes d'un sujet qui ne peut s'appréhender qu'à travers l'interdisciplinarité. Il est surtout un guide pour sensibiliser le milieu citoyen aux cyberattaques et aux enjeux liés à la protection des données à caractère personnel. L'ouvrage s'adresse autant aux personnes expertes en données massives qu'aux institutions privées et publiques qui rédigent des politiques de confidentialité.*

Presses univ. Laval, 2021 - 192 p. (9782763753287) 30 \$ CA



**Presse et bande dessinée - Une aventure sans fin**

Alexis Lévrier et Guillaume Pinson (dirs)

*L'ouvrage raconte les liens, féconds et inépuisables, qu'entretiennent la bande dessinée et le journalisme depuis le XIXe siècle. Art médiatique conciliant l'image et le texte, la bande dessinée est en effet née du creuset du journal : elle a dès l'origine exploité les enjeux de l'actualité, et a très vite imaginé des personnages qui sont eux-mêmes journalistes. Le lecteur croisera ainsi dans ce livre les parcours de nombreux héros reporters connus (Tintin, Lefranc, Fantasio, Jeannette Pointu) et moins connus (Marc Dacier, Guy Lebleu et bien d'autres), il se plonge dans l'histoire mouvementée des magazines (Pilote, Vaillant, Spirou...) et cherche à saisir les multiples interactions (historiques, culturelles, professionnelles, économiques) entre la bande dessinée et la presse. Si la perspective retenue concerne essentiellement la bande dessinée franco-belge, elle n'est pas exclusive : deux chapitres évoquent la tradition des comics anglo-saxons qui, depuis la naissance de Superman, a elle aussi vu naître un imaginaire du journalisme particulièrement riche. L'ouvrage montre par ailleurs qu'en dépit de la mort de revues comme Pilote ou Tintin, la généralisation de l'album n'a fait disparaître ni les héros reporters ni la presse de bande dessinée.*

Les Impressions Nouvelles, 2021 - 384 p. (9782874498381) 28 €



### **Regard sociologique sur la presse people - Dispositifs photographiques et logique du commérage**

Yannick Duvauchelle

*Cette recherche pose la question du contenu de la presse people. Au-delà de l'actualité des célébrités dont on sait qu'elle occupe couramment ses pages, que nous apprend la presse people en vérité ? Pour répondre à cette question, l'auteur fait le pari méthodologique de s'appuyer sur une base documentaire pour faire de la sociologie. Voici, Closer, Paris Match, Gala, Point de Vue et Ici Paris : c'est en parcourant directement les dizaines de pages d'un échantillon de trente magazines qu'on peut s'attacher à décrire les thématiques qui y occupent une place centrale. C'est surtout l'occasion de mettre au jour la dimension normative des articles qui irriguent cette presse et, plus avant, d'esquisser le principe et les contours d'une logique sociale : le commérage.*

L'Harmattan, 2020 - 160 p. (9782343206790) 17,5 €

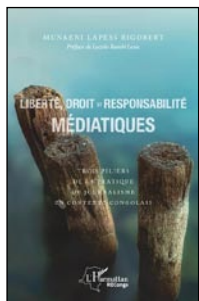


### **Histoires des médias - Des signaux de fumée aux réseaux sociaux, et après**

Jacques Attali

*Une histoire de la diffusion de l'information, des premières tentatives de communication, durant la préhistoire, aux réseaux sociaux contemporains en passant par la révolution de l'imprimerie et la naissance du journalisme. L'auteur s'interroge notamment sur la distinction entre informer et distraire, les formes de censure ou l'avenir du métier de journaliste.*

Fayard, 2021 - 524 p. (9782213717265) 23 €

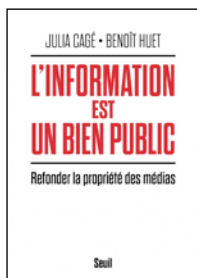


### **Liberté, droit et responsabilité médiatiques - Trois piliers de la pratique du journalisme en contexte congolais**

Rigobert Munkeni Lapess

*Le journalisme congolais se pratique dans un contexte délicat qui allie la liberté d'informer, les contraintes qu'appelle le respect des lois et règlements ainsi qu'une véritable prise de conscience de la responsabilité des acteurs et des instances médiatiques. C'est pourquoi la pratique journalistique en RDC se transforme en une exigence contraignante pour les acteurs et les instances médiatiques. Ces derniers sont obligés de conformer la conception qu'ils ont de leur métier, basée sur la liberté d'informer, aux exigences juridiques et à des prescrits appelant à leur responsabilité.*

L'Harmattan, 2021 - 208 p. (9782343218984) 21,5 €



## **L'Information est un bien public - Refonder la propriété des médias**

Julia Cagé et Benoît Huet

*La crise des médias et la défiance des citoyens envers l'information grandissent chaque jour et notre conviction est que cette situation n'a rien d'inéluctable. La confiance peut être regagnée en traitant le problème à la racine : la propriété des médias.*

*Aucune règle claire n'empêche un actionnaire d'interférer dans le fonctionnement des rédactions ou de faire licencier un journaliste qui lui déplaît. Doit-on se satisfaire d'une situation dans laquelle une poignée d'industriels possèdent la quasi-totalité des médias, limitant le pluralisme d'opinions et appauvrissant d'autant le débat public ? Est-il acceptable que les journalistes ne soient pas consultés lorsque leur titre est vendu à tel ou tel « mécène » ?*

*Selon les auteurs, il n'existe pas de fatalité à ce que les médias se vident de leurs journalistes au fil de leurs rachats successifs par des industriels. L'information est un bien public dont la production doit être confiée à des journalistes disposant d'une véritable indépendance éditoriale, et cette indépendance est possible en adoptant de nouvelles règles. Ce livre vise à armer les citoyens, les journalistes et les régulateurs en faisant toute la lumière sur les différentes formes de propriété des médias et les limites des régulations existantes. Il ne s'agit pas de questions techniques, mais des fondamentaux d'un débat démocratique éclairé.*

Seuil, 2021 - 264 p. (9782021483154) 15 €



## **Journalistes web et langue française – Entre devoir professionnel et contraintes de production**

Antoine Jacquet

*Au croisement de la sociologie du journalisme et de la sociolinguistique, ce livre apporte une compréhension globale des facteurs qui influencent la langue française qu'on observe sur les sites d'information. Il révèle les logiques plurielles qui modèlent les pratiques et représentations linguistiques des journalistes web en Belgique francophone.*

*De nombreux facteurs peuvent expliquer l'état du français dans les productions journalistiques. L'ouvrage offre une analyse approfondie de ces facteurs, en se focalisant sur cinq sites d'information belges francophones. La première partie de ce livre étudie la manière dont les acteurs de la presse en ligne considèrent, d'une part, la langue qu'ils pratiquent et, d'autre part, celle qu'ils souhaitent idéalement proposer à leur public. S'intéressant au quotidien des journalistes, la seconde partie interroge la place du travail de la langue dans le processus de production de l'information en ligne.*

Éds Univ. de Bruxelles, 2020 - 214 p. (9782800416861) 23 €



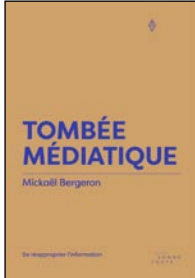
## **L'éducation aux médias et à l'information**

Laurent Petit

*Fake news, vérification des faits, addiction des jeunes aux écrans et au numérique, domination des plateformes mondialisées... Face à la mutation accélérée des médias et de l'information, l'on entend partout crier à l'urgence d'une éducation critique à l'école et hors l'école.*

*Le livre de Laurent Petit part d'une question brûlante : comment et à quoi faut-il éduquer les jeunes dans le domaine des médias et de l'information ? Il y répond par une synthèse des recherches existantes, des travaux précurseurs, des expériences fondatrices montrant l'héritage complexe de l'histoire mouvementée des rapports entre l'éducation et les médias. Mais il dévoile aussi les enjeux les plus actuels des affrontements entre des intérêts contradictoires dans le champ de l'éducation aux médias et à l'information (EMI). Il propose enfin de repenser une approche critique pour rendre possible la mise en perspective et une compréhension approfondie des enjeux politiques contemporains de l'information, de la communication et de la culture industrialisées.*

Presses univ. de Grenoble, 2020, 192 p. (9782706147272) 18 €



## **Tombée médiatique - Se réappropriier l'information**

Mickaël Bergeron

*Fuite des revenus publicitaires, méfiance du public, fake news, virage numérique, compressions budgétaires, réduction des effectifs, fermetures... dire qu'une crise secoue les médias relève aujourd'hui de l'euphémisme. Si aucun coup de barre n'est donné, estime l'auteur, les entreprises médiatiques continueront de fermer les unes après les autres. Bientôt, il ne restera que quelques structures dans les mains de deux ou trois milliardaires en quête d'influence. Ou encore, une poignée de petits organismes sans moyens. L'infospectacle, les chroniques et les réseaux sociaux resteront les seules façons de s'informer et les assises de la démocratie s'effriteront peu à peu.*

*Dans Tombée médiatique, Mickaël Bergeron dresse un portrait de la situation en distinguant trois priorités sur lesquelles travailler : le modèle de financement doit être repensé, les médias ont à assumer leurs responsabilités sociales, les salles de nouvelles doivent reconnaître l'importance de la diversité. Au carrefour de l'essai et du manifeste, du personnel et de l'universel, du découragement et de l'espoir, l'ouvrage se veut un plaidoyer pour que cette crise se transforme en opportunité.*

Éditions Somme toute, 2020 - 240 p. (139782897941697)  
24,95 \$ CA



### **Journaliste d'agence de presse - L'information 24 heures sur 24**

Jean-François Richard

*À l'heure où les journaux gratuits et l'information en ligne ont révolutionné la presse, ce guide pratique présente toutes les ficelles du journalisme en agence de presse. Les desks, les correspondants, la production, les agenciers, les sources, etc., chaque élément est détaillé, permettant de comprendre le fonctionnement de l'agence, avant d'entrer dans le détail du métier de journaliste d'agence : son rôle, ses objectifs, les techniques qu'il doit maîtriser. L'ouvrage commence par un historique de l'agence de presse, décrivant l'évolution du métier, qui met en évidence les changements liés aux modifications du contexte (internet, presse gratuite, information continue, etc.). Il analyse la nature de l'information délivrée par l'agence de presse : principes, sources et vérifications. On y découvre les relations entre les médias et les agences, ainsi que les spécificités du travail en agence. L'auteur s'attache enfin au traitement de l'information par le journaliste d'agence (structure, découpage des dépêches, etc.) et propose, grâce à des exercices d'application, de maîtriser les pratiques et les techniques d'écritures, les normes et les discours de ce journalisme particulier.*

Presses univ. de Grenoble, 2020 - 144 p. (9782706118203)  
11,90 €



### **D'Havas à l'AFP - Histoire d'une agence de presse unique**

Jade Azzoug Montané

*En tant qu'héritière de la branche information de l'agence Havas, créée par Charles-Louis Havas en 1832, l'AFP est la doyenne des agences de presse. Pourtant son travail est méconnu du grand public alors que ses informations sont présentes dans les journaux, les sites web d'actualités, les télévisions et les radios du monde entier. Société sans capital, soumise à des logiques politiques, journalistiques et commerciales particulières, l'AFP a su préserver son indépendance éditoriale à l'égard des pouvoirs politiques et économiques ainsi que son réseau mondial en restant fidèle à ses principes fondamentaux : fournir une information fiable, vérifiée et immédiate. Son nom est devenu un label, synonyme d'une information de qualité au temps des réseaux sociaux et des infos.*

L'Harmattan, 2020 - 266 p. (9782343213156) 27,5 €



### ***Fake news, rumeurs, intox... Stratégies et visées discursives de la désinformation***

Rosa Cetro et Lorella Sini

*Peut-on identifier par des signes linguistiques ou des traces énonciatives l'objet « fake news », autrement dit ce qui est présenté comme une information fallacieuse, une fausse nouvelle, ou encore, selon la terminologie officielle, une infox ? Désinformation, contre-vérités, faits alternatifs et autres rumeurs s'opposent à l'information fiable, c'est-à-dire à celle qui est soutenue, dans un contre-discours (parfois appelé dans les médias « désintox ») par des sources présentées comme indiscutables. Si la linguistique n'a aucun moyen de distinguer un « discours de vérité » d'un discours mensonger, en revanche, elle peut et elle doit faire émerger les dysfonctionnements discursifs qui biaisent la construction du sens.*

L'Harmattan, 2020 - 326 p. (9782343208848) 33 €

---

***Les Cahiers recevront avec plaisir les propositions de recension concernant ces ouvrages ou des livres similaires.***

## À SIGNALER ÉGALEMENT



### **La valeur des informations - Ressorts et contraintes du marché des idées**

Bertrand Labasse

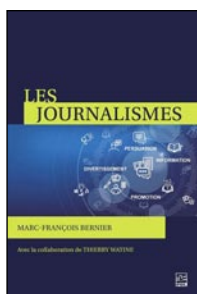
*Pourquoi les messages qui nous plaisent nous plaisent-ils ? Derrière cette question simple se cache l'un des plus vieux problèmes théoriques de la communication, mais aussi l'un des plus importants dans le bouillonnement contemporain des contenus culturels, politiques, médiatiques et distractifs.*

*Cette recherche s'attaque à ce défi sous un angle interdisciplinaire nouveau et expose de façon très stimulante les ressorts cognitifs et sociaux qui expliquent les logiques de production et de réception des multiples messages – triviaux ou érudits – en concurrence pour l'attention du public.*

*La clarté de sa construction permettra à chacun de suivre pas à pas les étapes d'une quête captivante menée pendant plus de vingt ans sur des contextes discursifs aussi variés que le journalisme, la littérature ou la communication scientifique et médicale.*

*Au fil d'un cheminement méthodique dont la rigueur n'exclut pas l'humour, on découvre comment des facteurs psychologiques et normatifs similaires, connus de longue date mais rarement rapprochés jusqu'à maintenant, s'exercent conjointement et comment ils contribuent globalement à façonner, pour le meilleur ou le pire, la société ultracomunicante dans laquelle nous vivons.*

Presses univ. d'Ottawa, 2020 - 420 p. (9782760331563)  
39,95 \$ CA



### **Les journalismes - Information, persuasion, promotion, divertissement**

Marc-François Bernier

*Dans ce bref ouvrage qui remet en cause une certaine mythologie, l'auteur développe l'idée qu'il n'existe pas un journalisme, mais plutôt des journalismes. Il est erroné de croire que tous sont essentiels au droit du public à l'information et à la bonne santé démocratique de nos sociétés. Le livre propose une vision complexe, sans complaisance ni hostilité, de l'écosystème médiatique réel. Cela permet de mieux penser les journalismes, aussi bien ceux qui sont réellement essentiels à la démocratie et qui méritent pleinement des aides publiques bien ciblées que ceux qui sont davantage tournés vers la promotion et le divertissement.*

Presses univ. Laval, 2021 - 148 p. (978-2-7637-3933-5) 24,95 \$