

***L'Express, le Nouvel Observateur* et l' « Ostpolitik » de Willy Brandt**

Paul Létourneau

Volume 7, Number 3, 1976

URI: <https://id.erudit.org/iderudit/700692ar>

DOI: <https://doi.org/10.7202/700692ar>

[See table of contents](#)

Publisher(s)

Institut québécois des hautes études internationales

ISSN

0014-2123 (print)

1703-7891 (digital)

[Explore this journal](#)

Cite this article

Létourneau, P. (1976). *L'Express, le Nouvel Observateur* et l' « Ostpolitik » de Willy Brandt. *Études internationales*, 7(3), 411–435.
<https://doi.org/10.7202/700692ar>

L'EXPRESS, LE NOUVEL OBSERVATEUR ET « L'OSTPOLITIK » DE WILLY BRANDT

Paul LÉTOURNEAU *

INTRODUCTION

La réalité internationale peut être vue comme un flot d'événements complexes et inextricables. Pour une vaste majorité de gens, les media sont le lien unique avec l'actualité internationale. Comme il nous est rarement possible d'entrer en contact direct avec ces événements, nous devons nous en remettre à ce que veulent bien nous en présenter les media et même au cadre de référence auquel ils se reportent. Ceci n'est pas sans conséquences sur nos perceptions comme sur nos comportements politiques, individuels et collectifs.

On reconnaît généralement que les images¹ que les nations ont les unes des autres sont souvent irréalistes : ceci semble particulièrement vrai lorsque des peuples diffèrent par la culture et la langue. Plusieurs observateurs ont placé une large part du blâme sur les media et l'image incomplète, trompeuse, voire même stéréotypée qu'ils transmettent². Compte tenu de la nature même

* *Module de science politique, Université du Québec à Montréal.*

1. Sur ce terme d'image, peu de spécialistes des communications et de psychologie arrivent à s'entendre : il peut avoir le sens, ou être synonyme, de « stéréotype » de « lieu commun » de « cliché généralisateur » etc. Pour notre propos, nous nous entendons tout de suite pour utiliser ce terme dans une acception plus large qui correspond à la représentation dominante d'une nouvelle ou d'une partie de la nouvelle. Ce sera un raccourci descriptif ou une caractérisation consolidée des « acteurs » et du gouvernement d'un pays, tous pris dans le corps du texte ou du message considéré. Ce terme référerait également à un conglomérat d'attitudes, d'impressions, d'opinions, de stéréotypes, de clichés que nous livre le contenu des media étudiés. Voir là-dessus : Erich REINACH et Nels ANDERSON, « National Stereotypes and Foreign Contacts », *Public Opinion Quarterly*, hiver 1959-60, p. 517 ; William BURROUGH et Hadley CANTRILL, *How Nations See Each Other*, Urbana, University of Illinois Press, 1960, p. 95 ; Kenneth E. BOULDING, *The Image, Knowledge in Life and Society*, Ann Arbor, Michigan, University of Michigan Press, 1961 ; Robert JERVIS, *The Logic of Images in International Relations*, Princeton, N. J., Princeton University Press, 1970 ; R. L. MERRETT, *Communication in International Politics*, Chicago, University of Illinois Press, 1972 (surtout les deux premiers chapitres) ; Don D. SMITH « Mass Communications and International Image Change » dans *Journal of Conflict Resolution*, vol. 17, n° 1, mars 1973, pp. 115-129.
2. Ceci s'applique particulièrement bien aux media français face à l'Allemagne selon Henri MENUQUIER, *Le Monde*, 21 novembre 1972.

du moyen de communication, les images projetées peuvent être parfois inappropriées puisqu'à la base il y a la difficulté intrinsèque de rendre compte à un auditoire d'actes, de paroles, de caractères, d'événements, de particularités, etc., sous forme d'un certain nombre de mots déjà déterminés par le style et la nature propres au media transmetteur. Malgré la tâche presque impossible, physiquement et sémantiquement, que doivent affronter les media en présentant des images réalistes et complètes d'une nation étrangère, le fait demeure que des images sont présentées et forment une base sur laquelle les opinions et les attitudes se construisent vis-à-vis de l'étranger. Dans ce contexte, il est intéressant de voir quelle image projettent deux importants hebdomadaires français d'un partenaire européen comme la République fédérale d'Allemagne qui, après avoir réussi à se construire une stature économique d'envergure, s'est acquis également une stature politique par la réalisation de son « ouverture à l'Est ». Cet avènement dans la politique européenne ne sera pas sans changer quelque peu l'équilibre des forces en Europe occidentale, ce qui a traditionnellement intéressé au premier abord des pays comme la France.

Puisque les images des nations étrangères sont reçues, au moins partiellement, par l'entremise de media, tels les hebdomadaires, et qu'ils affectent les relations internationales³, toutes les études se proposant de clarifier la nature de telles images peuvent aider à expliquer des attitudes ou des prises de positions nationales. Étudier l'image de l'*Ostpolitik* présentée par *l'Express* et *le Nouvel Observateur*, ce sera étudier ce qui est dit dans les numéros qui vont de septembre 1969 à novembre 1972 et qui couvrent toute la période du premier gouvernement Brandt-Scheel.

I — L'INFORMATION INTERNATIONALE ET L'OSTPOLITIK

Avant de présenter nos deux études de contenu, il convient de préciser brièvement que, pour les deux hebdomadaires étudiés, l'information internationale est un phénomène constant quoique possédant une amplitude irrégulière. La majorité des pages sont réservées à la publicité, à la politique intérieure et extérieure de la France, à sa société, à ses faits divers, à ses arts et à ses lettres : ceci avec des changements constants suivant les événements en France et dans le monde et les moyens matériels disponibles à ce moment. Toutefois l'information internationale occupe une importance particulière puisque son contenu oscille constamment entre vingt et trente pour cent de l'ensemble.

D'une part, lorsque l'on considère la répartition de ces informations étrangères (tableau I), l'on est frappé par l'omniprésence des États-Unis comme sujet d'information qui accapare le quart de tout le contenu durant les trente-

3. John D. LEE (éd.), *The Diplomatic Persuaders*, Toronto, John Wiley, 1968 ; Erving GOFFMAN, *Strategic Interactions*, Philadelphia, University of Pennsylvania Press, 1969 ; J. M. FRANCK et E. WEISBAND, *World Politics: Verbal Strategy Among the Superpowers*, London, Oxford University Press, 1972 ; Carol R. WEISS, « What America's Leaders Read », *Public Opinion Quarterly*, vol. XXXVIII, n° 1, printemps 1974, pp. 1-22.

TABLEAU I

Répartition des informations internationales,
du 28 septembre 1969 au 26 novembre 1972

Pays et région (France exceptée)	<i>l'Express</i>				<i>le Nouvel Observateur</i>		
	Nombre d'items	Nombre de pages	% espace information étrangère	Rang espace %	Nombre d'items	Nombre de pages	% espace information étrangère
États-Unis	279	259,11	25,2	1	189	190,67	23,5
R.A.F. et Berlin	88	108,72	10,6	2	69	46,08	5,7
U.R.S.S.	99	94,35	9,2	3	59	57,50	7,0
Moyen-Orient golfe Persique (sauf Israël)	66	60,10	5,8	4	55	47,25	5,8
Grande-Bretagne	91	53,78	5,2	5	67	72,07	8,9
TOTAL (y compris tous les autres pays)	1,244	1,028,74	100,0		892	811,30	100,0

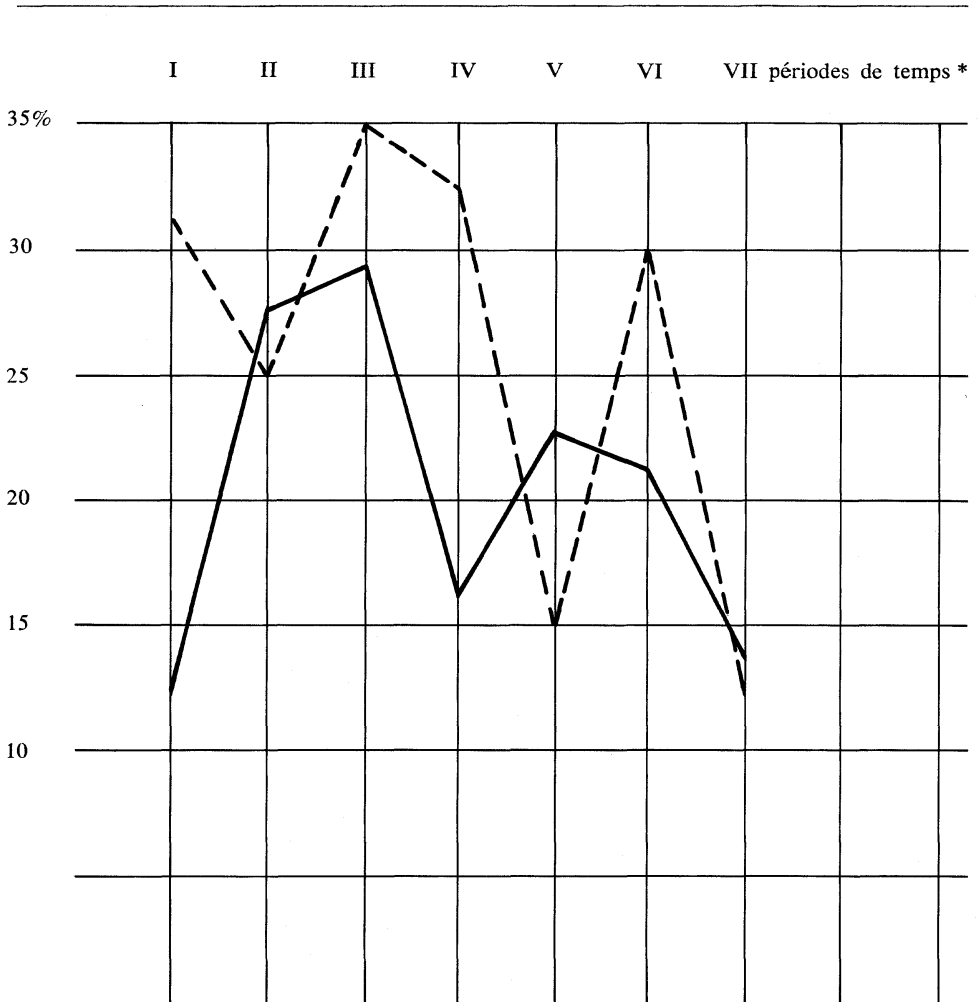
* Pour ce tableau, nous avons établi un échantillon comprenant un numéro sur trois, pris à intervalles réguliers.

sept mois étudiés. Il est évident que pour ces hebdomadaires, la réalité internationale c'est tout d'abord les Américains et leurs actions. D'autre part, si l'on regarde l'espace accordé à la République fédérale d'Allemagne et à Berlin, cette belle unanimité se rompt et *l'Express* présente un deuxième rang dans son ordre de priorité avec 10,6% contre seulement 5,7% et un cinquième rang pour *le Nouvel Observateur*. La perception globale et les priorités se différencient immédiatement d'un hebdomadaire à l'autre. Ceci devient encore plus évident lorsque l'on compare la place occupée par *l'Ostpolitik* à l'intérieur de l'information sur la RFA (graphique I) : les priorités y sont inversées et *le Nouvel Observateur* apporte généralement un peu plus d'attention que son concurrent à cette question d'actualité. En moyenne, *le Nouvel Observateur* consacre à *l'Ostpolitik* 22,08% de ses informations sur la RFA contre 19,6% pour *l'Express*. À première vue, on peut constater que ces deux hebdomadaires voient différemment, en termes quantitatifs, la RFA et *l'Ostpolitik*. Pour le moment, nous nous satisferons de cette brève constatation.

Cette esquisse d'une anatomie de l'image nous permet d'introduire l'étude du message comme centre de notre analyse. Du *quoi*, nous voulons passer au *comment*, afin d'explorer à fond l'image même de *l'Ostpolitik* qui nous est présentée. Ce qui nous intéresse plus spécifiquement, ce sont les thèmes dominants et les facteurs d'évaluation que véhicule cette image de « l'ouverture à l'Est ».

GRAPHIQUE I

*L'importance relative (pourcentage) le l'Ostpolitik
par rapport à la surface rédactionnelle
consacrée à la RFA,
du 28 septembre 1969 au 26 novembre 1972*



N.B. *l'Express* : _____
le Nouvel Observateur : - - - - -

* Les sept périodes sont déterminées suivant les 1^{er} janvier et 1^{er} juillet : elles représentent une « moitié d'année » variable selon le cas.

II – L'IMAGE DE L'OSTPOLITIK : LES THÈMES DOMINANTS

A – Méthodologie

La méthode utilisée dans cette étude est communément appelée « analyse de contenu ». Notre procédure fut similaire à celle développée par George Gerbner et qui s'appelle « analyse du sujet » (*topic analysis*)⁴. Ainsi, cette méthode rencontre bien notre objectif qui est d'examiner de façon exploratoire le contenu de l'information internationale de deux hebdomadaires sur l'*Ostpolitik* et de déterminer les thèmes importants ainsi que les variations de ces thèmes utilisés dans le reportage. À cet effet, nous avons adapté cette méthode à notre objet et à notre but, qui sont différents de ceux de Gerbner. Notamment, la base et l'unité de mesure de notre analyse de contenu seront le paragraphe ; alors que Gerbner avait l'*item* pour base de son analyse.

B – Définitions de nos termes

Dans cette analyse, le mot « item » fait référence à tous articles, filets, éditoriaux, images, reportages, qui ont pour objet de traiter d'un aspect de l'*Ostpolitik*. Tous les items sont traités pareillement.

Un *thème* (*topic*) se définit comme un sujet nommé ou discuté explicitement dans une manchette, une photo ou dans un paragraphe. Une *référence* est un passage faisant mention d'un sujet dans une manchette, une photo ou un paragraphe. Ces définitions sont empruntées à Gerbner.

Cependant, contrairement à ce dernier qui ne le faisait pas, nous avons compté le nombre de références faites d'un même thème à l'intérieur d'un même item⁵. Une telle procédure a été suivie dans le but de représenter, pour nos besoins, la « quantité » de « couverture » pour chacun des thèmes. De telle sorte que chaque paragraphe traitant d'un thème est compté comme une référence au thème s'y reportant. Bien sûr, un même paragraphe peut contenir des références pour un ou plusieurs thèmes ; dans ce dernier cas, une référence seulement va s'additionner pour le thème qui nous apparaît dominant. Ici encore, le jugement de l'analyste entrera en ligne de compte.

Dans cette analyse, l'*attention* réfère à la fréquence d'un thème donné. Ainsi l'attention pour un thème sera le nombre de références faites à un thème (exprimé par ordre d'importance dans nos tableaux). Cette procédure nous permet de garder une mesure de relativité entre les divers thèmes.

4. George GERBNER, « World Press Study », miméo, University Illinois, 1960, appendice II-D, p. 1. Du même auteur, on trouvera une application de cette théorie et de cette méthodologie dans « Press Perspectives in World Communication : A Pilot Study » dans *Journalism Quarterly*, 1961, vol. 38, n° 3. pp. 313-322.

5. Gerbner était intéressé au thème dominant de l'item alors que nous sommes intéressés à disséquer l'item en ses différentes composantes thématiques.

Pour les besoins de cette étude, l'« *emphase* » indique le thème qui reçoit la manchette de l'article ou de la photo et qui est le sujet principal commenté (que ce soit pour un reportage, un simple filet ou un éditorial).

C – Sélection et identification des thèmes

Pour nous assurer de la rigueur scientifique de notre analyse ainsi que de notre démarche, en général, nous avons, en plus de toujours bien expliciter nos opérations, fait faire des vérifications à toutes les étapes de cette recherche. Que ce soit au niveau de la planification des différents éléments et de leur sélection, de tout échantillonnage, du comptage, de l'analyse et de l'interprétation, nous avons demandé à d'autres personnes⁶, prises indépendamment, de refaire ces mêmes opérations avec les mêmes données afin de pouvoir nous assurer de la fiabilité et de la validité de ce travail. En plus de ces tests de « fiabilité » et de « validité » qui devaient être positifs (avoir les mêmes résultats) à plus de 95% pour toutes nos analyses, y compris pour celle des facteurs évaluatifs, la plus difficile, l'auteur de ces lignes a cru bon de refaire à quatre reprises, à différents intervalles de temps durant la trentaine de mois dont nous avons disposé pour compléter ce travail, toutes ces analyses de telle sorte que le maximum de rigueur soit obtenu.

Il va sans dire que la sélection et l'identification de nos thèmes se sont inspirées de cette démarche.

Afin de choisir nos thèmes, nous avons préliminairement lu attentivement tous les textes de notre échantillon pour déterminer les thèmes importants parmi les deux hebdomadaires et y sélectionner les thèmes *majeurs*, puisqu'il nous a fallu abandonner, chemin faisant, l'ambition originale d'établir une série complète et exhaustive de catégories. Nous sommes cependant confiant d'avoir inclus tous les thèmes majeurs émergeant durant la période étudiée dans notre analyse. De plus, bien que nos thèmes puissent parfois sembler étroitement interreliés, chacun d'eux est mutuellement exclusif de telle sorte que les sujets sont clairement délimités et peuvent être soumis à une analyse séparée.

1 – THÈMES PAR IMPORTANCE

Les voici donc, *in extenso*, au nombre de dix-sept et par ordre d'importance. Une mention a été comptée pour :

1. *Le leadership de Brandt* : lorsque l'initiative de l'*Ostpolitik* est reportée au crédit du chancelier Willy Brandt ; lorsque l'on souligne son rôle personnel,

6. Trois étudiants de l'Université St-Paul et qui se spécialisent en communications sociales ont fait principalement ce travail ; en plus, une personne diplômée de l'Université d'Ottawa en science politique et une autre diplômée de l'Université de Montréal, également de science politique, ont bien voulu prêter leur concours à ces tests de « validité ».

ses actions, ses gestes, sa situation : en un mot, lorsque l'on « personnifie » l'information dans la personne de Brandt.

2. *Les interlocuteurs à l'Est* : lorsqu'il s'agit de l'URSS ou de l'un des autres pays-membres du Comecon qui sont occasionnellement mentionnés ; sauf pour la République démocratique allemande (RDA) qui est à exclure de cette catégorie car elle possède sa propre mention (thème n° 10).
3. *La République fédérale allemande* : lorsque l'information porte sur tout ce qui touche la RFA sur le plan interne : sa société, sa politique, son économie, son opinion publique, ses élections ; sur le plan externe : tout ce qui touche la stratégie de Bonn, sa position sur le plan international sauf lorsqu'il s'agit de son attitude vis-à-vis de ses alliés (n° 13) ou de ses interlocuteurs à l'Est (n° 2) ou encore de ses relations économiques – *Ostpolitik* (n° 7).
4. *Les acteurs dominants* : lorsqu'il s'agit de tout acteur présenté comme tel (individus ou institutions non étatiques) dont le rôle particulier est souligné : ces « acteurs dominants » peuvent être des chefs d'État (autres que Brandt), des diplomates de premier rang (ambassadeurs, ministres plénipotentiaires ou négociateurs spéciaux) ; des chefs de partis politiques et de groupes de pression importants (un organe de presse majeur, par exemple – on pense ici à Axel Springer qui fut fort actif dans le débat sur l'*Ostpolitik*) de l'Allemagne de l'Ouest ; des ministres de la coalition gouvernementale (S.P.D.–F.D.P.) et du Bundestag pris comme institution et acteur⁷.
5. *La négociation* : lorsque l'information fait mention de discussions, de préparation de documents ou de traités, de négociations diplomatiques, de « dialogues » entre États.
6. *La coexistence* : lorsqu'il est fait mention du rapprochement nécessaire entre États à régimes sociaux différents ; d'accepter le *statu quo* issu de la Deuxième Guerre mondiale ; de la préférence donnée à la détente internationale, à l'équilibre européen (la conférence d'Helsinki alors promue par les Soviétiques) ou mondial plutôt qu'à la situation de la guerre froide et de la ligne dure de la doctrine Halstein.
7. *L'aspect économique* : par rapport à l'*Ostpolitik*, lorsque l'un des pays est perçu comme gagnant ou perdant des avantages économiques (finance, industrie, technique, matières premières) ; lorsqu'il est fait mention des mœurs mercantiles d'un pays.
8. *L'arrière-plan (de l'Ostpolitik)* : lorsque ce sont des données qui éclairent sur la situation antérieure au gouvernement Brandt (avant octobre 1969) : que ce soient des informations historiques, sociologiques, militaires, stratégiques, économiques, politiques ou internationales.

7. Ce thème fort vaste a été ainsi conçu afin d'englober toute la panoplie des indices de « personnalisation » et « d'identification » qui se trouvaient dans le texte, parallèlement au premier thème du leadership de Brandt, et qui nous permet d'obtenir une appréciation du style journalistique employé pour décrire l'*Ostpolitik*.

9. *L'opposition à l'Ostpolitik* : lorsqu'il est fait mention de prises de positions, de déclarations, de critiques, de manifestations, de toutes actions décrites comme une opposition à l'*Ostpolitik* : les opposants pouvant être des individus, des institutions ou des partis politiques, des nations ou groupes de nations (toutes nations, sauf la RDA qui a sa propre catégorie : n° 10).
10. *La République démocratique allemande* : lorsqu'il était fait mention de la RDA et de tout ce qui a trait à sa politique intérieure et extérieure, à son économie, à sa culture, à ses prises de positions, à sa stratégie, à ses dilemmes et à ses limitations (comme on le sait, la RDA de Walter Ulbricht fut très mal disposée à l'égard de l'*Ostpolitik* de Bonn).
11. *La réunification éventuelle et la reconnaissance mutuelle* : lorsqu'il est fait mention d'un rapprochement notable entre les deux Allemagnes (RFA et RDA), de la normalisation de leurs rapports, d'une éventuelle unité de ces deux « nations allemandes » dans un cadre nouveau (« ni tout à fait fédéral ni tout à fait confédéral », dit *l'Express* à plusieurs reprises, comme *le Nouvel Observateur* d'ailleurs, quoique avec des mots différents), d'un éventuel « accord de base » entre les deux États, d'une éventuelle réunification ou simplement de la reconnaissance de « l'existence d'un deuxième État sur le sol allemand ».
12. *Entente* : lorsqu'il est fait mention d'une entente, d'une réconciliation, d'un accord, d'une signature d'un traité entre l'Est et l'Ouest.
13. *Les alliés occidentaux* : lorsqu'il est fait mention de l'action ou de l'activité des membres de la CEE et de l'Alliance atlantique (OTAN) en support de la démarche ouest-allemande ou simplement dans le cadre de la détente internationale, lorsqu'il est fait mention de « la fidélité de l'Allemagne au pacte atlantique », de la « politique à l'Ouest » de la RFA.
14. *Berlin* : lorsqu'il est fait mention des Berlinoises de l'Ouest et de son maire, M. Klaus Schutz, lorsque le problème de Berlin est traité comme tel.
15. *Autres* : implique toutes autres données qui ne peuvent entrer dans nos catégories, comme, par exemple, des suppositions sur les conséquences possibles d'un rejet des traités par le Bundestag ; sur l'action de la Chine de Mao sur le plan international en conséquence de l'*Ostpolitik* ; sur des « acteurs dominants » qui ne sont pas directement reliés à l'*Ostpolitik* (les parlementaires norvégiens votant le prix Nobel à Brandt pour son *Ostpolitik*), lorsqu'il est fait mention d'un semblant de concertation Est-Ouest pour maintenir l'équipe Brandt-Scheel au pouvoir *via* des ententes internationales reliées à l'*Ostpolitik*, etc.
16. *Hégémonie* : lorsqu'il est question de la domination d'un pays sur une partie du monde, que ce soient des États-Unis, de l'URSS ou de la RFA, cette domination n'étant pas seulement militaire, mais également politique ou économique, ou encore tous ces facteurs à la fois.
17. *Concession politique* : lorsque l'un des pays de l'Est ou de l'Ouest renonce à certains droits (historiques, légaux, économiques, géographiques, politiques) par la signature des traités de l'*Ostpolitik*.

2 - ÉCHANTILLON

Afin de rendre plus facilement « opérationnalisables » ces deux analyses, nous avons constitué un échantillonnage auquel cette masse d'items et notre objectif se prêtaient bien. En effet, nous avons tout d'abord établi que les informations reliées à l'*Ostpolitik* dans ces deux hebdomadaires dépassaient les quatre-vingt-six pages (soit 59,13 pages pour *l'Express* et 27,64 pages pour *le Nouvel Observateur*) réparties en 97 items sur une période de trente-sept mois. Ce volume global d'information nous a paru se prêter malaisément à une analyse de contenu et justifiait à lui seul l'application d'une technique d'échantillonnage valable et reconnue pour résoudre ce problème. À ceci venait s'ajouter le fait que ces deux hebdomadaires, dans le temps et dans l'espace total retenus, n'avaient que quatre journalistes pour rapporter plus de 50% des informations sur l'*Ostpolitik*. Plus d'une trentaine d'autres correspondants se partageaient moins de 50% du nombre d'items et du nombre de pages consacrés à cette même information. Plus précisément, ces quatre journalistes « dominants » participaient principalement à 65,33% de toute l'information rapportée sur l'*Ostpolitik*. Il va sans dire qu'un si petit nombre de journalistes « dominants » assurent une certaine uniformité au contenu rédactionnel tout en facilitant et renforçant toute tentative d'échantillonnage. Finalement, cet échantillonnage cadrerait bien avec notre objectif qui est d'établir plus une évaluation de *ce qui est écrit* qu'une description exhaustive de l'événement *via* le contenu rédactionnel.

Pour établir notre échantillonnage, nous avons opté pour une méthode simple. Nous avons d'abord considéré comme grandes lignes de démarcation les sept périodes de temps que nous avons déjà établies dans notre étude quantitative. Puis, nous avons déterminé empiriquement, pour chacune des sept périodes considérées, deux items qui seraient à la fois a) *représentatifs* de la période et de l'hebdomadaire durant cette même période donnée et b) *pertinents* le plus possible, parmi les autres items de la période, à l'information sur l'*Ostpolitik*.

Cet échantillonnage nous a donné 14 items pour chacun des deux hebdomadaires. Ce qui représente, sur le nombre total d'items, une proportion de 14 items sur cinquante pour *l'Express* (28%) et 14 items sur quarante-sept pour *le Nouvel Observateur* (29,8%). Quant à la surface analysée, notre échantillonnage donne 32% de la surface totale d'information consacrée par *l'Express* à l'*Ostpolitik* durant ces 37 mois ; pour *le Nouvel Observateur*, la proportion est sensiblement différente, soit 45,7% (voir le tableau II).

Quant à la *forme* des vingt-huit items retenus, chacun des deux hebdomadaires a eu onze articles analysés, deux courts « filets », un éditorial (ou partie d'éditorial pour *l'Express*). De même, nous avons respecté un juste équilibre en ce qui concerne le rapport journalistes « dominants »/contenu total de ces informations : c'est ainsi que les trois journalistes qui collaborent à 59,22% de toutes les informations sur l'*Ostpolitik* pour *l'Express*, voient leur

TABLEAU II

*Surface de l'échantillon comparée à la surface totale
consacrée à l'Ostpolitik
du 28 septembre 1969 au 26 novembre 1972⁸*

		<i>l'Express</i>	<i>le Nouvel Observateur</i>
Texte	surface totale du texte	43,94 pages	25,29 pages
	surface analysée	12,79 pages	10,11 pages
	% surface analysée	29,1%	39,17%
Image	surface totale image	18,01 pages	4,82 pages
	surface analysée	7,09 pages	3,66 pages
	% image analysée	39,36%	75,93%
Grand total	surface totale	61,95 pages	30,11 pages
	surface totale analysée	19,88 pages	13,77 pages
	% surface totale analysée	32,0%	45,7%

proportion monter à 71,42% dans notre échantillon ; pour *le Nouvel Observateur*, le journaliste qui collabore à lui seul à 71,44% de toutes les informations sur *l'Ostpolitik* voit sa proportion monter à 85,71% dans notre échantillon. C'est ainsi que les rapports et les écarts entre les deux hebdomadaires sont conservés dans notre échantillon, quoique légèrement amplifiés. Ces chiffres, obtenus après notre sélection empirique, nous satisfont pleinement. En effet, il serait difficile ici, sinon impossible, d'obtenir des données quantitatives en relation parfaite avec le contenu global ; à cet égard, les résultats quantitatifs que nous avons obtenus, sans être les mêmes, sont admirablement similaires aux données globales que nous possédons. Ceci nous apparaît comme étant un résultat optimum pour ce type d'échantillonnage.

Dans cette même veine, permettez-nous ici un rappel susceptible d'aider le lecteur à nous bien comprendre : notre objectif n'est pas de décrire *l'Ostpolitik* ni de dire si ces deux hebdomadaires expliquent bien à leurs lecteurs cet événement, mais de voir *ce qui est dit (l'image)* lorsqu'il est question de *l'Ostpolitik* dans ces deux hebdomadaires et, dans la partie suivante, de voir l'évaluation de l'événement que contient le texte écrit. Dans cet objectif précisément défini se trouvent et la justification et les limites de l'utilisation d'une telle technique d'échantillonnage.

Au lieu de partir d'hypothèses clairement formulées, au lieu de vérifier une version des faits, nous choisissons de construire nos catégories à partir des thèmes majeurs qui se dégagent du texte analysé afin d'essayer de circonscrire

8. Nos 28 items analysés se répartissent comme suit : pour *l'Express*, ce sont les numéros 960, 962, 976, 985, 997, 1005, 1016, 1020, 1053, 1059, 1087, 1088, 1110, 1114 ; pour *le Nouvel Observateur*, nous avons retenus les numéros 260, 266, 279, 286, 300, 315, 324, 337, 359, 384, 396, 410, 419.

le plus possible ce qui est dit : notre but étant, encore une fois, de décrire aussi objectivement que possible le contenu de l'information sur l'*Ostpolitik*. Nos thèmes sont des compartiments dont les limites sont clairement définies et dans lesquelles se retrouvent une variété d'indicateurs. Ces thèmes ou ces catégories servent à classer tout le matériel étudié et à le regrouper pour les besoins de l'analyse. L'établissement de ces thèmes nous permettra de procéder à des comparaisons entre les deux hebdomadaires et servira de moyen pour détecter des orientations particulières sur cette période de temps.

3 - RÉSULTATS DE L'ANALYSE DE CONTENU

La période pour laquelle nous avons fait l'analyse de contenu couvre, avec la formation du gouvernement de coalition Brandt-Scheel (octobre 1969) jusqu'aux élections générales de novembre 1972, le moment où s'est développée et concrétisée l'ouverture à l'Est telle que mise de l'avant par le déploiement d'une activité diplomatique intense et par la signature d'accords retentissants qui vont clore un chapitre sur le *statu quo* issu de l'après-guerre. Tout au long de ces trente-sept mois de gouvernement de coalition sociale-démocrate-libérale, la République fédérale et, surtout, son chancelier Willy Brandt ont été largement identifiés avec l'*Ostpolitik* dans le contenu d'information de *l'Express* et du *Nouvel Observateur*. Plus qu'un « homme à genoux dans la brume » qui pose un « geste unique dans l'Histoire », plus que cette « humilité » pacifique, plus que cette « seule image » de l'année 1970 que retient Françoise Giroud dans son éditorial du 25 décembre 1970 (*l'Express*, n° 1016), les deux hebdomadaires français (surtout le *Nouvel Observateur*) voient, non sans quelques appréhensions, dans le succès de l'*Ostpolitik*, la concrétisation de l'émergence d'une Allemagne plus indépendante à « l'égard de tous, y compris des États-Unis » et qui « a tiré le meilleur parti et de sa puissance et de la nouvelle conjoncture internationale... » Avec lui, on ne parle plus de l'Allemagne comme d'un géant économique et d'un « nain politique⁹ ». Mais nous ajoutons immédiatement qu'il ne faut pas trop se fier à la position du journal en se référant à la page éditoriale seulement¹⁰. Il faut nous reporter au contenu informationnel lui-même puis à ce sur quoi les deux hebdomadaires mettent l'« emphase » lorsqu'ils traitent de l'*Ostpolitik*. Le tableau III nous fait voir comment *l'Express* et le *Nouvel Observateur* ont couvert l'ensemble des événements se rapportant à l'*Ostpolitik*. Il est intéressant de constater qu'en termes de contenu, les deux hebdomadaires français ont mis l'accent sur les cinq mêmes premiers thèmes, mais dans un ordre différent. Soit le « leadership de Brandt », les « interlocuteurs à l'Est », la « RFA », les « acteurs dominants » et la « négociation ». En ce qui concerne ces thèmes prédominants, l'attention relative est donc similaire d'un hebdomadaire à l'autre. Au niveau de l'« em-

9. Éditorial de Jean Daniel, *le Nouvel Observateur*, n° 359, 27 septembre 1971.

10. D'ailleurs il n'y a que ces deux éditoriaux cités ci-haut qui traitent directement de l'*Ostpolitik* durant toute cette période qui s'étend d'octobre 1969 à novembre 1972 ; de plus, pour *l'Express*, il ne s'agit qu'une partie de l'éditorial - bien que l'on doit concéder que c'est la partie sur laquelle l'éditorialiste articule tout son texte éditorial : Françoise Giroud, *l'Express*, n° 1016.

TABLEAU III
Attention et « emphase »

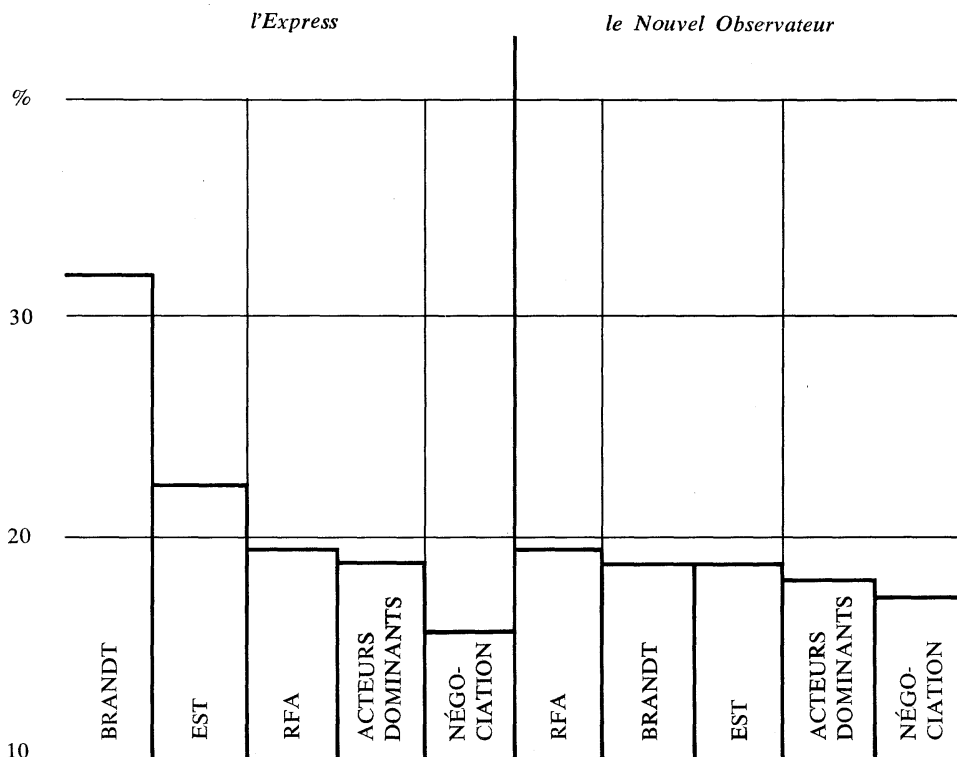
thèmes	<i>l'Express</i>				<i>le Nouvel Observateur</i>			
	Attention		« Emphase »		Attention		« Emphase »	
	Rang	%	Rang	%	Rang	%	Rang	%
1. Leadership de Brandt	1	21,9	1	36,2	2	9	1	34,4
2. Interlocuteurs à l'Est	2	11,9	7	2,1	2	9	—	—
3. RFA	3	9,6	7	2,1	1	9,6	5	3,1
4. Acteurs dominants	4	8,4	3	10,7	3	7,9	2	15,6
5. Négociation	5	6	2	12,7	4	7,4	2	15,6
6. Coexistence	5	6	7	2,1	9	4,2	—	—
7. Économique	6	5,4	—	—	7	4,8	—	—
8. Arrière-plan	7	5	6	4,3	11	1	—	—
9. Opposition <i>Ostpolitik</i>	8	4,5	5	6,4	5	6,9	—	—
10. RDA	9	4	6	4,3	6	5,3	—	—
11. Réunification, reconnaissance	9	4	—	—	10	3,2	5	3,1
12. Entente	9	4	4	10,6	6	5,3	3	9,3
13. Alliés occidentaux	10	2,5	—	—	6	5,3	—	—
14. Berlin	10	2,5	6	4,3	7	4,8	4	6,3
15. Autres	11	2	6	4,3	8	4,7	—	—
16. Hégémonie	12	1,5	—	—	5	6,9	4	6,3
17. Concession politique	12	1,5	—	—	7	4,8	4	6,3

phase », cependant, la manchette et les photos portent tout d'abord sur le « leadership » et la « négociation » pour les deux hebdomadaires, alors que pour les troisième et quatrième rangs les totaux diffèrent : dans cet ordre, pour *l'Express*, nous retrouvons l'« entente » puis l'« opposition » ; pour *le Nouvel Observateur*, nous retrouvons d'abord les « acteurs dominants » puis la « coexistence ». Là encore ces deux hebdomadaires sont bien près l'un de l'autre sans toutefois occuper une position identique, ce qui serait surprenant.

Ainsi donc, les seuls rangs ne nous donnent pas de démarcation claire dans le contenu. Mais, en revanche, lorsque l'on considère les pourcentages, deux structures fort différentes apparaissent. Il nous est ainsi possible d'observer une gradation, un échelonnage beaucoup plus accentué dans *l'Express* que dans *le Nouvel Observateur* : en fait, les différences relatives sont si grandes dans *l'Express* que l'on peut parler d'une véritable domination du premier thème sur tous les autres. Le « leadership de Brandt » occupe à lui seul 21,9% de l'attention totale alors que les seize autres thèmes se partagent les 78%

GRAPHIQUE II

Pourcentage de l'attention pour les cinq premiers thèmes de l'Ostpolitik

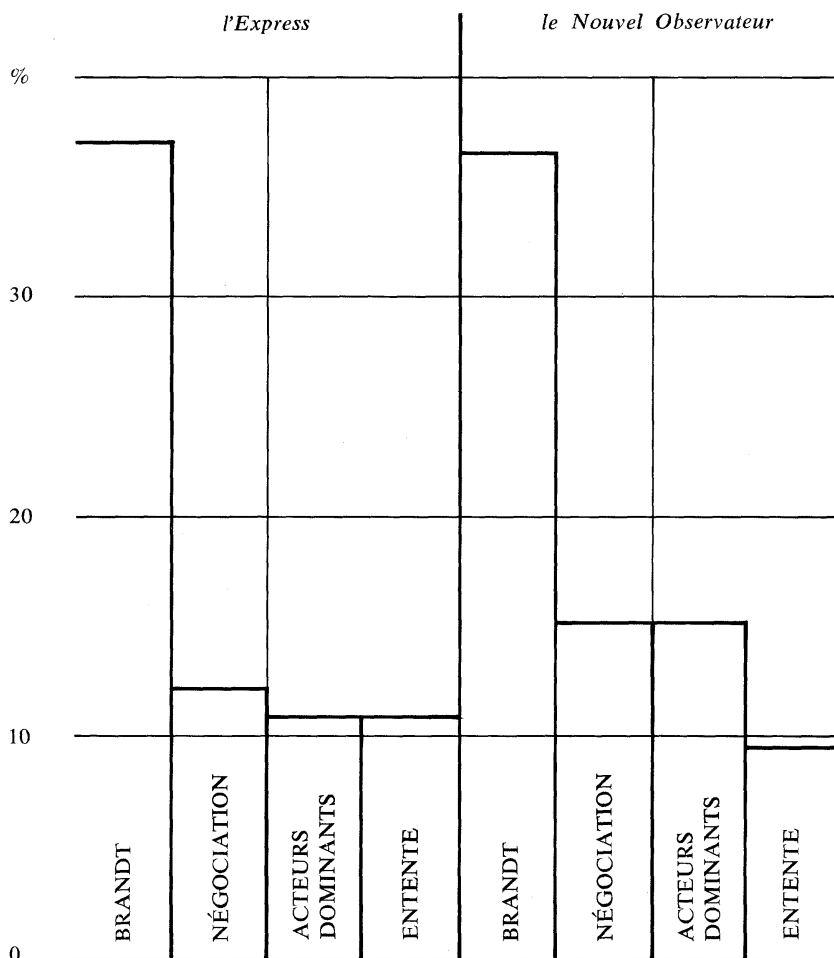


restant. Le graphique II nous permet d'observer également qu'il n'en est pas de même pour *le Nouvel Observateur* où des écarts rapprochés dans l'attention relative démontrent la présence d'un certain équilibre entre ces thèmes. D'ores et déjà l'on peut observer que pour *l'Express*, plus du cinquième de l'information sur l'*Ostpolitik* est occupé par le « leadership de Brandt », ce qui en fait un contenu fortement personnalisé. Pour ce qui est du *Nouvel Observateur*, par contre, on ne peut faire une telle remarque puisqu'il n'y a aucun thème qui se détache véritablement et suffisamment du contenu informationnel.

Ayant établi les principaux thèmes pour l'attention, il est intéressant de pouvoir les comparer avec les principaux thèmes pour l'« emphase » et voir si la même structure hiérarchique prédomine. Dans le graphique III, nous pouvons constater une grande similitude au point de vue de l'« emphase » (photos et manchettes) : ce sont les mêmes quatre premiers thèmes qui se retrouvent en position prédominante pour chacun des hebdomadaires ; tous deux ont un même thème largement prédominant, en l'occurrence le « leadership de Brandt » (36,2% pour le premier et 34,4% pour le second) ; les trois thèmes qui suivent sont dans le même ordre et ils sont d'une importance

GRAPHIQUE III

Pourcentage de l'« emphase » pour les quatre premiers thèmes de l'Ostpolitik



relative fort peu différente pour les deux journaux. Ce qui frappe dans ce tableau c'est cette unité de la présentation de l'Ostpolitik qui est « personnalisée » dans la personne du chancelier Willy Brandt aussi bien par *l'Express* que par *le Nouvel Observateur*.

Alors que l'attention nous laissait augurer une présentation (une « emphase »), sinon similaire, du moins en accord avec le degré d'attention, comme cela se produit avec *l'Express* (comparer les graphiques II et III), *le Nouvel Observateur* nous surprend par un comportement tout différent. En effet, l'un et l'autre tableaux n'accorderaient priorité ni aux mêmes thèmes, ni aux rapports semblables dans les écarts entre les différents thèmes dominants. En somme, à supposer qu'une personne n'aurait que feuilleté *le Nouvel Obser-*

vateur durant cette période de temps pour y lire les grands titres et pour regarder les photographies, l'image qu'elle en aurait retirée en terme d'« emphase » porterait surtout sur l'aspect personnalisation (dans un « héros », soit ici, Willy Brandt). Ceci a pour effet de produire une grande dichotomie entre les thèmes que l'« emphase » ou l'attention ont rendu prioritaires. Cette dichotomie est caractérisée par un rang différent et une importance relative différente, exprimée en pourcentage, entre les thèmes dominants. Autrement dit, nous avons vu que pour l'« emphase », le *Nouvel Observateur* accorde 34,4% à un seul thème – le « leadership de Brandt » – donnant priorité à ce dernier dans une large mesure par rapport aux autres. Nous avons également vu qu'en ce qui concerne l'« attention », le « leadership de Brandt » ne se démarquait pas d'un peloton compact composé des cinq premiers thèmes. De telle sorte que ces derniers, sur lesquels porte l'attention du *Nouvel Observateur*, ont des pourcentages entre 6,9 et 9,6% : ce qui fait que ce qu'annoncent les manchettes et les photos (l'« emphase ») n'est pas directement relié aux thèmes formant le contenu de l'information sur l'*Ostpolitik* du *Nouvel Observateur*.

Contrairement à son concurrent, *l'Express* est un peu plus conséquent dans son contenu lorsqu'il projette tout d'abord le « leadership de Brandt ». Cependant, il convient d'ajouter que, pour ce thème qui se retrouve au premier rang de l'attention et de l'« emphase », correspondent des degrés d'importance sensiblement différents : aux 36,2% de l'« emphase » correspondent 21,9% de l'« attention ».

En somme, chacun des deux concurrents a sa propre façon de dire les choses quoique leurs priorités se rejoignent sur certains thèmes. Chacun veut traiter différemment l'événement à sa manière, le premier préférant donner le ton à tous les niveaux (« attention » et « emphase ») avec des personnalités importantes, quitte à alléger le fond ; le second laisse plutôt l'aspect personnalisation à l'« emphase » comme pour mieux vendre son commentaire plus détaillé et plus circonstancié sur le fond, comme nous le montrent ces thèmes qui se détachent peu les uns des autres.

Mais nous nous arrêtons là, car nous ne sommes pas intéressés de savoir qui a le mieux rapporté l'événement, mais bien comment ils l'ont fait. Maintenant que nous sommes satisfaits sur ce point, reste à voir le deuxième volet de ce *comment* qui est « l'évaluation » de l'*Ostpolitik* contenue dans le texte comme un discret filigrane.

III – L'IMAGE DE L'OSTPOLITIK : LES FACTEURS D'ÉVALUATION

A – Remarques générales théoriques et méthodologiques

L'un des problèmes les plus frustrants auquel le chercheur doit faire face à l'intérieur d'une analyse de contenu est probablement la détermination de la « direction ». Ceci vient du fait que l'élément de subjectivité y est difficile

à contrôler sinon impossible à éliminer. Néanmoins, l'analyse de contenu pourra être des plus productives lorsqu'elle sera capable de montrer la présence ou l'absence de « direction ¹¹ ». Dans cette optique plusieurs limitations de l'analyse de contenu doivent être rappelées pour être mises au clair une fois pour toutes. L'analyse de contenu, par elle-même, ne peut pas « prouver » des éléments biaisés. L'analyse de contenu ne dira pas à l'analyste ce que celui qui a écrit le texte de la communication avait dans la tête au moment où il écrivait, de même l'effet que le rédacteur cherchait à tirer de son audience. L'analyse de contenu ne dira pas non plus l'effet d'une communication sur son audience. Ainsi que nous l'avons dit précédemment, l'analyse de contenu fournit une *description du contenu manifeste*. Au mieux, l'analyse de contenu fournira, spécialement dans le domaine où l'analyse se porte sur la direction, le matériel qui pourra servir de base à un débat subséquent.

Il nous reste à dire ici ce que nous entendons par le mot « direction » lorsqu'appliqué à l'analyse de contenu. Nous retenons la définition de Lasswell, Lerner et Pool pour qui le mot « direction » dans l'analyse de contenu réfère à l'attitude exprimée envers tout symbole par son utilisateur ¹².

Pour les besoins spécifiques de cette deuxième analyse de contenu, le terme « direction » fera directement référence à l'attitude exprimée envers l'*Ostpolitik* et tout ce qui la symbolise à l'intérieur du texte qui en traite implicitement, donc à travers les thèmes précédemment étudiés, puisque nous utilisons le même échantillonnage.

C'est une deuxième analyse de contenu que nous proposons ici afin de compléter le plus adéquatement possible les informations déjà obtenues. Jusqu'ici nous avons analysé *ce qui est dit*, en l'occurrence les différents thèmes privilégiés par les deux hebdomadaires français dans le traitement de l'information sur l'*Ostpolitik*. Maintenant nous étudions encore *ce qui est dit*, l'image de l'*Ostpolitik*, mais du point de vue de la direction, c'est-à-dire de l'attitude exprimée par le texte envers l'*Ostpolitik* ou, si vous préférez, de son évaluation critique.

Comme nous l'avons déjà fait remarquer, l'analyste du contenu n'a pas de moyens de savoir quelle attitude le rédacteur a l'intention de communiquer. Normalement, l'analyste classe certaines expressions d'attitude comme étant favorables ou défavorables. Ou encore les différents analystes ont qualifié diversement leurs catégories : pour-contre, positif-négatif, amical-hostile, optimiste-pessimiste, consonnant-dissonnant ; ceci que pour n'en mentionner quelques-uns. Généralement, toutes ces paires comprennent une troisième catégorie, neutre celle-là. Aussi, les opérations d'enregistrement des résultats impliquent généralement un plus, un moins ou un zéro pour désigner ces trois catégories.

11. Nous retenons ici le terme le plus communément employé, d'autres auteurs ont utilisés « orientation » ou « caractère ».

12. Harold D. LASSWELL, Daniel LERNER, et Ithiel de Sola POOL, *The Comparative Study of Symbols*, Stanford, Stanford University Press, 1952.

Cette approche traditionnelle qui consiste à essayer de classer le texte de *l'Express* et du *Nouvel Observateur* en « pour » et en « contre » l'*Ostpolitik* ne nous satisfaisait pas. À notre avis, au moins deux bonnes raisons militaient dans ce sens et qui sont : 1) les difficultés particulières de l'objectivité¹³ d'une telle approche ; 2) la nature même du texte analysé qui, pour la plupart des items, en général, ne se proposait que de donner de l'information en relatant certains faits et gestes, plutôt qu'en proposant une version du type éditorial, et la nature de l'événement qui ne provoquait pas nécessairement une prise de position nette, comme le ferait une crise internationale, par exemple. Par contre, nous avons besoin d'une analyse de la tendance critique, ou de la directionnalité du texte pour que nous puissions articuler le tout autour de l'*image* de l'*Ostpolitik* projetée par les deux hebdomadaires français. En somme, il nous était essentiel de connaître l'évaluation que faisait le texte analysé, de l'*Ostpolitik*.

Dans notre besoin d'innover pour faire face à ce problème particulier, notre souci d'objectivité et de précision nous portait à scruter soigneusement les travaux de nos prédécesseurs ainsi que les solutions aux différentes interrogations et difficultés de toutes sortes qui se sont posées sur leur chemin comme sur le nôtre. Entre autres, nous gardions à l'idée cet avertissement de Lasswell, Lerner et Pool dans notre recherche des catégories-mots pouvant servir de facteur d'évaluation :

Il n'y a pas de théorie du langage qui prédit les mots particuliers qu'un individu va utiliser en exprimant sa pensée. Conséquemment, l'analyste du contenu ne peut savoir à quoi s'attendre¹⁴.

À ce problème de langage venaient s'ajouter les besoins de gradation et de quantification, susceptibles de nous permettre d'obtenir des données maniables, efficaces, scientifiquement rigoureuses et démontrables, le cas individuel étant délaissé au profit de données plus globales, plus générales et aussi plus ambitieuses.

B – Définition des facteurs d'évaluation

Pour éviter une « lecture ordinaire » au bénéfice d'une analyse sérieuse, un index des jugements d'évaluation établis empiriquement était de rigueur. Encore une fois, nous nous sommes tournés vers l'école « américaine » qui, ces dernières décennies, a conduit des études appréciables dans ce sens. C'est

13. Particulièrement pour le texte que nous avons à analyser, l'objectivité d'une telle analyse aurait été difficile. Trop de passages n'étaient ni clairement pour, ni clairement contre : la démarcation était le plus souvent indistincte. Voir, sur ce type de problème l'indispensable Bernard BERELSON, *Content Analysis in Communication Research*, Glencoe, The Free Press, 1952, p. 150.

Notons ici que notre analyse se démarque clairement de celle de George Gerbner pour qui, à ce niveau, l'appel au « jugement de l'analyste » nous apparaissait un peu « risqué » du strict point de vue de l'objectivité : GERBNER, *op. cit.*, II-D, p. 3.

14. Harold LASSWELL *et all.*, *op. cit.*, p. 49 (*Notre traduction*).

ainsi que la définition opérationnelle que Tannenbaum et Lynch ont établie à propos du sensationnalisme, et surtout leur index, nous ont été d'une utilité déterminante. En effet, cette étude, qui se prête fort bien à notre dessein en ce qu'elle propose un index déterminé empiriquement, pouvant établir la « directionnalité » (plus spécifiquement le sensationnalisme, pour Tannenbaum et Lynch) de différents messages et notamment, notre préoccupation première, propose des facteurs d'évaluation. Nous avons donc emprunté¹⁵ cette technique, baptisée par ses auteurs « Sendex », et nous l'avons utilisée selon les besoins de notre analyse de contenu. Ainsi, nous obtenons les facteurs d'évaluation suivants, tel qu'établis et vérifiés par les travaux de Tannenbaum et Lynch :

Facteurs d'évaluation

<i>Positif</i>	<i>Négatif</i>
approprié	impropre
bon	mauvais
responsable	irresponsable
adroit	maladroit
acceptable	inacceptable

Nous n'avions plus qu'à soumettre le texte à l'analyse que nous permettait cette grille de facteurs d'évaluation qui, regroupés selon leur tendance positive ou négative, nous donnaient des résultats plus gradués et, partant, plus précis, pour ce type d'analyse.

Il nous reste à dire notre unité de mesure, ainsi qu'à définir nos facteurs d'évaluation.

Tout d'abord, notre unité de mesure demeure la même qu'à l'analyse précédente, il s'agit toujours de cette unité « naturelle » que forment le paragraphe, le titre en manchette ou la photo. Bien entendu, et surtout pour établir nos facteurs d'évaluation, nous avons tenu compte du contexte de l'item où se trouvait notre unité de mesure, cette dernière étant considérée comme l'élément d'un tout qui est l'image manifeste. Lorsqu'il y avait plus d'une référence possible à l'intérieur de notre unité de mesure, nous nous sommes alors rapporté au sens dominant de l'unité et au contexte pour ne garder toujours qu'une seule référence par unité. Aussi, nous avons appliqué largement les critères qui définissent nos facteurs d'évaluation de telle sorte que l'aspect « évaluation » du texte ressorte le plus possible.

15. Percy H. TANNENBAUM et Mervin D. LYNCH, « Sensationalism : The Concept and its Measurement » dans *Journalism Quarterly*, vol. 37, n° 3 1960, pp. 292-302.

Définition des facteurs d'évaluation

Approprié : lorsque l'action, l'événement ou l'homme est présenté comme étant propre à quelque chose de nommé ou d'explicité dans le texte, comme étant convenable, adéquat à, conforme à, pertinent à, comme pouvant découler de, dépendre de.

Impropre : lorsque l'action, l'événement ou l'acteur est présenté comme ne convenant pas à quelque chose qui est nommé ou explicité dans le texte, comme étant incorrect à, comme ne se prêtant pas à.

Bon : lorsque le contenu (le texte) considéré se borne – sans expliciter davantage – à constater que l'action, que l'événement, que l'acteur a les qualités utiles qu'on en attend, qui fonctionne bien, qui est bien.

Mauvais : lorsque la partie du contenu (du texte) considéré se borne – sans expliciter davantage – à constater que l'action, que l'événement, que l'acteur présente un défaut, une imperfection, une faiblesse, une déféctuosité.

Responsable : lorsque l'acteur est présenté comme étant la cause volontaire et consciente d'une action, d'un événement, d'un développement non recherché pour tel et qui le dépasse subséquemment, qui lui nuit ainsi qu'à ses alliés ; qui prend les décisions, mais d'une façon inconsciente ou innocente.

Adroit : lorsqu'un acteur (homme ou gouvernement) est présenté comme se conduisant ou manœuvrant avec adresse ; lorsqu'il est perçu comme un acteur habile ou même perspicace.

Maladroit : lorsqu'un acteur (homme ou gouvernement) est présenté comme se conduisant, manœuvrant avec maladresse ; lorsqu'il est perçu comme un acteur malhabile et gauche.

Acceptable : lorsque, lors d'une négociation, d'un dialogue, ou d'un débat, une attitude, une concession, un retour est perçu comme étant satisfaisant, admissible ou recevable pour l'une ou l'autre partie en présence.

Inacceptable : lorsqu'à l'intérieur d'une négociation ou d'un dialogue ou encore d'un débat, une attitude, une concession, un argument est perçu comme étant insatisfaisant, inadmissible et irrecevable pour l'une ou l'autre des parties en présence.

Neutre : nous avons également prévu une catégorie où les références inclasables, par rapport à nos facteurs d'évaluation, peuvent être enregistrées. Cette dernière catégorie englobe aussi toute autre référence hors-propos ou hors-contexte que le rédacteur utilise parfois pour s'adresser à ses lecteurs français.

C – Résultats et interprétation

1 – TENDANCE CRITIQUE DES FACTEURS D'ÉVALUATION

La première observation qui nous vient à l'esprit est ce clivage qui apparaît entre le positif et le négatif lorsqu'il est question de traiter de l'*Ostpolitik* dans *l'Express* et *le Nouvel Observateur*. Les négociations, les accords et les signatures de traités qui jalonnent le cours de l'*Ostpolitik* sont vus positivement

TABLEAU IV
Tendance critique des facteurs d'évaluation

	« Emphase »	Attention
<i>l'Express</i>		
Positif	71%	71,0%
Négatif	10%	21,8%
Neutre	19%	7,2%
<i>le Nouvel Observateur</i>		
Positif	63%	62,4%
Négatif	28%	31,5%
Neutre	9%	6,1%

par les deux hebdomadaires français. En effet, la tendance critique des facteurs d'évaluation illustre bien ce que nous venons de constater (voir le tableau IV).

La tendance critique « positive »¹⁶ est nettement dominante par rapport à la tendance critique « négative »¹⁷ des facteurs d'évaluation tant en ce qui concerne l'« emphase » que l'attention et tant en ce qui concerne *l'Express* que *le Nouvel Observateur*. Soulignons cependant que ce clivage est un peu plus accentué pour *l'Express* où les facteurs d'évaluation « positifs » (71%) surclassent énormément les facteurs d'évaluation « négatifs » (10% pour l'« emphase » et 21,8% pour l'attention) ; comparé à un écart de 63% (« emphase ») et 62,4% (attention) pour les facteurs positifs et 28% (« emphase ») et 31,5% (attention) pour les facteurs négatifs dans *le Nouvel Observateur*. L'écart moyen passant de 55% pour le premier hebdomadaire à 33% pour le second. Bien que tous deux soient largement positifs dans leur évaluation de *l'Ostpolitik*, il convient cependant de modérer un peu cette observation par le fait que *le Nouvel Observateur* n'est pas aussi ouvertement « positif » que son concurrent et qu'il est un peu plus nuancé que ce dernier puisque les facteurs d'évaluation « négatifs » viennent plus souvent faire contrepoids à la quasi-omniprésence des facteurs d'évaluation « positifs ».

2 - FACTEURS D'ÉVALUATION : ATTENTION ET « EMPHASE »

Cette seule mesure du « positif » et du « négatif » ne nous en dit pas suffisamment sur la nature de l'évaluation de *l'Ostpolitik* par ces deux obser-

16. C'est-à-dire la somme des références aux facteurs d'évaluation suivants : approprié, bon, responsable, adroit, acceptable. Cette somme est ici exprimée en pourcentage pour fin de comparaison entre les deux hebdomadaires et entre l'« emphase » et l'attention.

17. C'est-à-dire la somme, exprimée en pourcentage, des facteurs d'évaluation suivants : impropre, mauvais, irresponsable, maladroit, inacceptable.

TABLEAU V

L'attention et l'« emphase » relative des facteurs d'évaluation

Facteurs d'évaluation	<i>l'Express</i>				<i>le Nouvel Observateur</i>			
	Attention Rang	%	« Emphase » Rang	%	Attention Rang	%	« Emphase » Rang	%
Approprié	1	23,3	1	28	1	24,9	4	7
Impropre	5	7,8	6	6	4	8,3	5	3
Bon	4	11,4	3	15	3	11,6	1	31
Mauvais	8	4,1	7	2	3	11,6	2	25
Responsable	2	17,1	4	13	2	12,1	4	7
Irresponsable	9	2,1	7	2	9	1,7	—	—
Adroit	3	12,4	5	9	3	11,6	3	9
Maladroit	10	1,0	—	—	7	3,3	—	—
Acceptable	7	6,8	6	6	8	2,2	3	9
Inacceptable	7	6,8	—	—	5	6,6	—	—
Neutre	6	7,2	2	19	6	6,1	3	9

vateurs et commentateurs français. Il nous faut présenter des données plus détaillées : c'est ce que le tableau V se propose de faire.

Nous y voyons ainsi émerger en premier lieu le facteur d'évaluation « approprié » tant en ce qui concerne l'« emphase » que l'attention pour *l'Express* ; mais ceci n'est vrai que pour l'attention seulement pour *le Nouvel Observateur*, où ce même facteur se voit relégué au quatrième rang en ce qui a trait à l'« emphase » au bénéfice du facteur d'évaluation appelé « bon ».

Pour les deux hebdomadaires l'on retrouve le facteur « responsable » au deuxième rang en ce qui concerne l'attention mais seulement au quatrième rang pour l'« emphase » ; là se terminent cependant les grandes similitudes et chacun des deux journaux de présenter *l'Ostpolitik* à sa manière, comme nous le montrent les rangs différents accordés aux mêmes facteurs, que ce soit selon l'attention ou l'« emphase ». De plus, les rangs différents accordés aux mêmes facteurs d'évaluation à l'intérieur des colonnes d'un même journal, en comparant l'attention à l'« emphase », indiquent une présentation sensiblement divergente du contenu pour les deux journaux. Ceci demeure une caractéristique commune pour les deux hebdomadaires, caractéristique que l'on a d'ailleurs déjà observée précédemment lorsque nous avons comparé l'attention et l'« emphase » par rapport aux thèmes exploités.

Les tableaux VI et VII nous montrent le nombre de références aux facteurs d'évaluation dans le temps, au niveau de l'attention. Ils nous permettent d'observer que les facteurs les plus importants, comme « approprié », « bon », « responsable » et « adroit » connaissent peu de variations. Il s'agit donc de constantes à l'intérieur de l'information sur l'*Ostpolitik*. Ces constantes à leur

TABLEAU VI

L'attention dans le temps des facteurs d'évaluation

Facteurs d'évaluation	Nos de l'Express														Totaux	%
	960	962	976	985	997	1005	1016	1020	1053	1059	1087	1088	1110	1114		
approprié	2	5	1	2	8	4	2	5	7	2	1	2	1	3	45	23,3
impropre			3	1	1	1		1	1		2	4		1	15	7,8
bon	1	3	1	4	5	1		2		1	3	1			22	11,4
mauvais				1	1	1		2				3			8	4,1
responsable	3	5	4		9		1	3	1	2	2	2	2	1	33	17,1
irresponsable	2					1		1							4	2,1
adroit	3	3	2	1	1			5	3	2	1	2		1	24	12,4
maladroit								1				1			2	1,0
acceptable	1	1	1	2	2	1		2				3			13	6,8
inacceptable		2	1	4		2		1			3				13	6,8
neutre					1			13							14	7,2
TOTAUX	12	19	13	15	28	11	3	36	12	7	12	18	1	6	193	

TABLEAU VII

L'attention dans le temps des facteurs d'évaluation

Facteurs d'évaluation	Nos du Nouvel Observateur														Totaux	%
	260	266	279	286	300	315	324	337	354	359	384	396	410	419		
approprié	5	4	2	6	2	6	4		3		3	2	6	2	45	24,9
impropre		2			1	1	3	1		1	3	1	2		15	8,3
bon	1	1		2	4	2	1		1			4	2	3	21	11,6
mauvais						3	8	2	3		4		1		21	11,6
responsable	6		1	1	3	1	3		1	1	2	1	1	1	22	12,1
irresponsable				1			1				1				3	1,7
adroit		2	2		1	2	4		1	5			2	2	21	11,6
maladroit		1					1		2					1	6	3,3
acceptable	3				1						1				4	2,2
inacceptable	1	2					5	2					2		12	6,6
neutre	2	2		1			2			4					11	6,1
TOTAUX	18	14	5	11	12	15	32	5	11	11	14	8	16	9	181	100,0

tour nous permettent de voir à travers quelle grille d'évaluation, et avec quels facteurs plus particulièrement, l'*Ostpolitik* est vue par les deux hebdomadaires étudiés. Ainsi donc cette dernière est présentée comme étant une ouverture diplomatique (politique et économique surtout) « appropriée » et qu'elle est « bonne » en soi ; que les dirigeants qui la conduisent sont généralement des individus « responsables » et « adroits ». Et cette présentation a un certain caractère de permanence lorsque vient le temps de parler de l'*Ostpolitik*. Somme toute, nous retiendrons ici cette prééminence du positif sur le négatif dans « l'évaluation » de l'*Ostpolitik* tant pour l'*Express* que pour le *Nouvel Observateur*. Nous retiendrons également que le facteur « approprié » est le plus souvent retenu d'un hebdomadaire à l'autre au niveau de l'attention et qu'il démontre éloquemment la tendance prédominante qui va vers l'explication des traits positifs. Nous disons que le trait positif est ici « expliqué » dans le sens où un lien est fait dans le texte entre le sujet et le contexte où il se situe. Il est donc généralement commenté, ce trait positif, car le facteur « approprié » implique l'utilisation d'un certain discernement. À ce rôle de commentateur que remplissent ces deux hebdomadaires, vient s'ajouter une évaluation moins circonstanciée et qui fait appel aux facteurs « bon », « adroit » et « responsable ». Notamment, ces derniers facteurs d'évaluation sont une indication de l'étendue des éléments de simplification et d'identification utilisés pour l'*Ostpolitik* (en l'occurrence, l'identification à Brandt) et viennent corroborer les résultats déjà obtenus.

IV – CONSIDÉRATIONS GÉNÉRALES ET THÉORIQUES

Nous avons vu que la presse, pourvoyeuse d'information, participe, à ce titre, à la formation des perceptions individuelles et collectives qui sont à la base des relations internationales. Au début des années cinquante, Klapper¹⁸ et plus tard Gerbner¹⁹ ont démontré qu'il n'y a pas de message (nouvelle) « neutre ». Comme l'École et l'Église, les media viennent renforcer les principes généraux et les valeurs appartenant à la culture – et à l'idéologie – dominante dans la société.

Faire une analyse de contenu, qui se veut systématique et objective, cela veut dire aussi tenir compte de cet acquis. Il serait aujourd'hui insuffisant de tirer d'extraits passagers les affirmations absolues qu'elles contiennent comme il serait trop facile de tout prouver à partir de notes et de citations arbitrairement choisies dans un but défini, soit celui de prouver un énoncé, avouer des hypothèses ou, même, de vouloir soutenir une thèse. Notre souci est plus impérieux, de même qu'il est plus exigeant à l'intérieur de ses limitations bien comprises.

18. Joseph T. KLAPPER, *The Effects of Mass Communications*, Glencoe, Illinois, The Free Press, 1964, pp. 249–257.

19. George GERBNER, « Ideological Perspectives and Political Tendencies in News Reporting », dans *Journalism Quarterly* XXXI, automne 1964, pp. 495–509.

Comme nous l'avons déjà dit, bien que de façon diffuse, tout au long de notre exposé, toute cette démarche repose sur un postulat théorique de base, à savoir que le système de message d'une culture informe et forme les gens et les images qu'ils ont du monde, qu'il entretient et crée des audiences, qu'il satisfait et forme des attitudes, des goûts, des préférences. En somme, il définit les frontières à l'intérieur desquelles se développent les processus personnels de sélection, d'interprétation et d'opinion.

Mais il ne faudrait pas tirer de ce postulat général trop d'attente des résultats de notre analyse de contenu. Nous sommes fort conscient qu'une analyse portant sur seulement deux acteurs du système de message d'une culture ne peut qu'apporter fort peu à l'étude de tout le processus culturel d'une nation. Pour déterminer la seule nature de ce dernier il nous faudrait étudier l'importance et l'orientation des continuités historiques ; il nous faudrait être en mesure de pouvoir comparer des analyses portant sur différents facteurs aux dimensions multiculturelles, et bien d'autres qu'il serait trop long d'énumérer. De même, les positions que tiennent deux acteurs hebdomadaires, quelle que soit leur importance individuelle, ne sont pas des indications nécessaires et obligatoires de tout un processus culturel. Cet exercice serait aussi vain que de vouloir définir le concept de bourgeoisie, en n'en donnant que des éléments économiques, éléments d'ailleurs souvent parcellaires et insuffisants en eux-mêmes. La formation des images, des concepts et des opinions est reliée au processus général de formation et d'élaboration de la culture ; elle ne la définit pas.

Pour un politologue, il est particulièrement important de travailler à faire avancer la connaissance, surtout sur ce type d'acteur, parce qu'il fait partie du plus grand dénominateur du processus général de la culture, qui est le processus du système de message de masse à l'intérieur d'une société, lui-même considéré comme étant la partie la plus dépendante du pouvoir centralisateur de politique et de décision.

Les deux hebdomadaires que nous avons étudiés sont des media qui produisent l'interaction sociale appelée « communication ». Dans le contexte où se produit cette communication, il faut se rappeler que les *mass media* sont les agences culturelles de premier plan des sociétés industrielles. Étant dépendants d'entreprises industrielles et supportant d'autres entreprises, les *mass media* sont les armes culturelles de premier ordre des industries (et de la finance), voyant et présentant la société et ses institutions du point de vue de leur propre avantage institutionnel. Les systèmes de production de message de masse produisent, composent et structurent en fait leur information, sur le modèle particulier de l'organisation industrielle dominante de la société et sur le modèle général de l'ensemble des relations sociales et des valeurs de la société. Situer *l'Express*, et surtout *le Nouvel Observateur*, dans ce contexte pourra en faire sursauter quelques-uns, mais il n'est que de regarder les résultats de nos analyses de contenu pour s'en rendre compte. Sur la scène internationale, comme sur la scène nationale, ce sont des dominants, ce sont

des « grands » dont on parle d'abord et avant tout. Pour ces deux hebdomadaires en concurrence à l'intérieur d'une société libérale, se réclamer de « gauche » lorsqu'il est question de traiter d'affaires internationales comme l'*Ostpolitik* de l'Allemagne fédérale n'amène aucun élément nouveau à ce dossier et signifie peu de chose.

Notre façon de réduire le message risque, certes, de paraître trop simplifier ce qui est dit, mais cette version est valable pour autant que l'on retient sa valeur de généralisation ; car il n'est question ici que de donner une image précise et la plus objective possible, quitte à n'avoir qu'une description de ce qui est dit dans les deux hebdomadaires. D'ailleurs, c'est à partir d'une image fiable que l'on peut établir des hypothèses solides qui pourront nous permettre à leur tour, par exemple, de situer l'image (répondre au pourquoi) dans son environnement culturel précis.