



Faculté de Sciences Humaines et Sociales – Sorbonne
MAGISTÈRE DE SCIENCES SOCIALES APPLIQUÉES À L'INTERCULTUREL
dans les organisations, la consommation et l'environnement

Le rapport du grand public à la téléphonie mobile

Phase 1 : analyse du discours de la presse écrite

Réalisé par les étudiants de 3^e année du Magistère :

Manon Bouchardeau
Florence Debret
Constance Latourte
Delphine Liégeois
Seak-Hy Lo
Juliette Mailly
Anne-Claire Mangel
Yolande Riou
Elise Sauvinet

Dirigé par
Dominique Desjeux (directeur scientifique)
Séverine Misset (tutrice)
Sophie Alami (tutrice)

septembre-décembre 2005



Introduction

Partie 1 : Les thématiques relatives à la téléphonie mobile dans la presse

- 1) Les différentes thématiques
 - a) Les pratiques commerciales
 - b) Les considérations économiques et techniques
 - c) Santé et environnement
 - d) Vision psychosociologique
- 2) Comment sont traités ces thèmes ?
 - a) Des pratiques commerciales défavorisant les abonnés
 - b) Critique des innovations
 - c) Controverses autour des effets négatifs sur la santé et l'environnement
 - d) Le téléphone portable : créateur de lien social ?
- 3) Image de Bouygues Télécom dans la presse
 - a) Espoir et déception autour du « petit dernier »
 - b) Pourvoir politique et économique

Partie 2 : Analyse de l'évolution du discours de la presse

- 1) L'évolution du discours sur la téléphonie mobile : de l'enthousiasme à la méfiance
 - a) Les opérateurs : une méfiance croissante
 - b) Le téléphone portable : de la fascination à la crainte
- 2) L'évolution des thématiques
 - a) les pratiques commerciales
 - b) Impact du téléphone mobile sur le psychisme et la vie sociale : apparition progressive du « revers de la médaille »
 - c) Santé et sécurité : un sujet sensible
 - d) Technique : un désamour croissant vis-à-vis des opérateurs
 - e) Schéma de l'apparition des thèmes dans les articles de presse

Partie 3 : Analyse comparative des journaux

- 1) Des thématiques plus ou moins mises en valeur selon les journaux
 - a) Santé et pratiques commerciales : deux thématiques qui font parler de la téléphonie mobile dans tous les journaux
 - b) Technique et innovation : des thématiques secondaires qui n'ont pas leur place dans tous les journaux
 - c) La mise sur écoute : une thématique annexe qui n'apparaît que dans *Le Point*
- 2) Des positions différentes selon les journaux : du positif au négatif
 - a) *Le Figaro*, *Les Echos* : un discours teinté d'enthousiasme
 - b) *Le Monde*, *Le Point*, *Le Parisien* et *L'Express* : un discours neutre parfois négatif
 - c) *Le canard enchaîné*, *L'UFC que choisir* : un discours très négatif
- 3) Les techniques journalistes : un outil en faveur d'un message
 - a) Les sources et les références
 - c) Entre le vocabulaire de la guerre et celui du procès

Introduction

La question du « désamour » de la téléphonie mobile renvoie à une problématique plus large, à savoir la construction sociale de la méfiance. Les médias participent de cette construction sociale, exerçant une influence sur leurs lecteurs, en véhiculant certaines images de ce secteur en pleine expansion.

Il s'avère donc pertinent d'étudier en profondeur le discours tenu dans la presse à l'égard de la téléphonie mobile. Nous proposons ici une analyse des articles concernant cette thématique parus dans la presse écrite depuis le début des années 1990, lorsque les premières licences de téléphonie mobile ont été accordées à France Télécom et SFR.

Pour cela, nous avons réunis un corpus de 129 articles, publiés entre 1990 et 2005, tirés de deux quotidiens d'information générale (*Le Monde*, et *Le Figaro*) qui peuvent refléter différentes tendances politiques de notre pays ; d'un quotidien régional et davantage « populaire » (*Le Parisien*) ; de deux hebdomadaires d'information (*Le Point* et *L'Express*) ; d'un quotidien traitant de l'économie (*Les Echos*) afin de voir comment la question est traitée d'un point de vue économique ; d'un magazine destiné aux consommateurs (*UFC- Que choisir ?*) et d'un journal satirique (*Le Canard Enchaîné*).

Pour réunir ces articles, nous avons utilisé les bases de données de la Bibliothèque Publique d'Information et de la Bibliothèque Nationale de France. En entrant divers mots-clés (« téléphone portable », « tarifs », « opérateurs », « Bouygues Télécom », « santé », « antennes-relais » et « licence »), nous pensons avoir réuni une bonne proportion des articles concernant la téléphonie mobile. Néanmoins, il convient de préciser dès à présent que notre corpus d'articles ne se veut pas exhaustif car :

- les mots-clés intégrant un biais, il est possible que des articles nous aient échappé
- nous avons délibérément laissé de côté quelques articles pour éviter des effets de redondance.

Suite à ce recueil de données journalistiques, nous avons élaboré une grille à partir de laquelle nous avons analysé chacun des articles¹. Nous nous sommes intéressés notamment à la tonalité du discours, aux arguments, aux ressources, au positionnement par rapport au secteur de la téléphonie mobile, et enfin aux métaphores utilisées. Créer une grille uniforme (présentée en annexe) nous a permis par la suite de comparer les différents articles entre eux et de réaliser une synthèse.

Nous présenterons dans un premier temps les différentes thématiques en lien avec la téléphonie mobile repérées dans la presse écrite depuis 1990. Puis, nous chercherons à mettre en avant les grandes évolutions du discours au cours de ces quinze dernières années. Enfin, nous présenterons une analyse comparative du traitement de l'information dans les différents journaux afin de mettre en avant les différentes images véhiculées.

¹ Voir en annexe

Partie 1 : Les thématiques relatives à la téléphonie mobile dans la presse

Dans cette première partie, il s'agit d'explicitier l'image, telle qu'elle est véhiculée par la presse, de la téléphonie mobile. Qu'est ce qui est écrit, et comment les différents événements sont-ils présentés au public ? Dans un premier temps, une analyse thématique nous permettra d'avoir une vision détaillée des informations transmises par la presse. Dans un second temps, nous tâcherons de mettre en évidence comment l'information est traitée, lorsqu'elle est présentée de façon positive, ou au contraire, de manière critique et négative. Enfin, dans un troisième point, nous tâcherons de nous concentrer sur l'image de Bouygues Telecom, et comment l'opérateur est présenté, vis-à-vis notamment des deux autres opérateurs que sont France Telecom et SFR.

1) Quels sont les sujets abordés

La téléphonie mobile est un sujet d'actualité, développé à maintes reprises dans la presse, et sur des questions très diverses. Notre corpus d'articles en témoigne. Nous avons en effet 129 articles de presse, traitant de 12 sujets différents. Nous avons relevé quatre grandes thématiques : les sujets relevant des pratiques commerciales, des considérations économiques et techniques, de santé et de l'environnement, et enfin relevant d'une vision psychologique et sociologique.

a) Les sujets d'ordre économique

Les questions financières sont fréquemment évoquées. Avec 41 sujets sur 129 traitant de ce domaine, il est classé en seconde position au regard de notre corpus. Nous avons repéré trois thèmes.

L'acquisition des licences UMTS présente un enjeu économique de taille pour les opérateurs. Il s'agit de la troisième génération de portable, les portables à haut débit, connectables sur internet, qui arrivent sur le marché à partir de 2002 pour remplacer les portables GSM. C'est l'Etat qui contrôle l'attribution des licences. A ce titre, c'est lui qui fixe le montant, et c'est aussi lui qui choisit parmi les opérateurs candidats à l'achat.

Les prix des services de téléphonie mobile sont aussi souvent évoqués dans les journaux. Il est question du prix des forfaits, et du prix de tous les services annexes: SMS, MMS, Internet, appareil photo. De façon assez général, les abonnés supportent des prix trop élevés : les factures sont trop chères, le système des forfaits est « truffé de pièges »¹. C'est un domaine complexe tant les produits proposés sont nombreux.

La question de l'entente illicite pose la question de l'existence d'un accord signé entre les trois opérateurs, une sorte de « pacte de non agression », limitant et orientant leurs décisions et actions commerciales.

b) L'impact du téléphone portable sur la vie sociale et le psychisme

¹ Article du *Parisien*, paru le 23/06/1998

Il s'agit là du sujet évoqué le moins souvent, avec 6 articles sur les 129 que compte le corpus. Il nous a néanmoins semblé intéressant, et nous allons l'exposer ici selon trois axes.

Le téléphone portable est un produit de consommation très répandu. Avec un taux de pénétration de 75%, 45 millions d'abonnements sont aujourd'hui recensés¹. On remarque que le portable est aujourd'hui un objet utilisé par toutes les classes sociales, toutes les tranches d'âge, et autant les hommes que les femmes.

Le téléphone portable apparaît comme un outil thérapeutique, aux effets bénéfiques pour les dépressifs, les anxieux ou encore les paranoïaques. Aussi surprenante que cela puisse paraître, cette fonction n'est peut-être pas secondaire au regard du nombre de personnes souffrant de ces symptômes. Le sociologue Alain Ehrenberg, spécialiste des questions sur la psychologie de l'homme des sociétés occidentales développées, s'intéresse particulièrement à la dépression². Il s'agit selon lui d'une souffrance occupant une place centrale dans notre société.

Enfin, le téléphone portable apparaît comme un outil remarquable, créateur de lien social. Ainsi, grâce aux qualités du mobile, on peut contacter une personne plus facilement, et donc communiquer plus. Ceci aurait pour effet de consolider, voire de créer de nouveaux liens.

c) Les sujets sur la santé et l'environnement

La thématique santé/sécurité regroupe toutes les peurs, tous les risques présents autour de la téléphonie mobile et ses effets sur le corps humain, directs et indirects. Avec un total de 45 articles traitant de ce domaine, c'est le sujet le plus souvent traité dans notre corpus

La première crainte concerne les répercussions néfastes de la téléphonie mobile sur le corps humain, et plus particulièrement sur le cerveau. Le téléphone portable n'est pas un objet anodin. Il fonctionne grâce à des ondes circulant du portable au réseau d'antennes et de pylônes. Or certains émettent des doutes quant à l'absence de nocivité de ces ondes sur notre corps. Elles pourraient être la cause de cancers et bien d'autres maladies. La théorie de la société du risque, dépeinte si justement par Ulrich Beck (*La société du risque. Sur la voie d'une autre modernité*, Paris, Aubier, 2001) notamment, trouve ici une application concrète. Selon Beck, les risques sont autoproduits par notre société. La production de bien va de pair avec la production de risques. Mais il s'agit d'un effet non intentionnel. En fait, à un moment, les spécialistes n'ont plus le contrôle sur ce qu'ils créent, et produisent des risques pour notre vie future. Ulrich Beck définit le risque comme « un futur qu'il va falloir empêcher d'arriver ». Ces risques sont impossibles à empêcher puisqu'ils résultent d'un savoir, lui-même impossible à éliminer. La question du risque dans les sociétés contemporaines occupe une place grandissante dans les préoccupations de l'opinion publique. La multiplicité des risques, sociaux, écologiques, médicaux, alimentaires... et la complexité des enjeux laissent le politique particulièrement démuni tant lorsqu'il s'agit de décider des choix fondamentaux que lorsqu'il s'agit d'assumer des responsabilités pour les effets de choix, ou de non choix passés. Même la science n'est plus susceptible de fournir de la certitude face aux risques. C'est dans ce contexte complexe que le débat se penche sur la téléphonie mobile.

¹ source de l'ARCEP.

² Alain Ehrenberg, *La Fatigue d'être soi. Dépression et société*, éditions Odile Jacob, Paris, 1998



La question de l'environnement est également présente. Les antennes relais ainsi que les pylônes, imposantes structures il est vrai, se multiplient rapidement, et beaucoup de riverains y voient là un risque de détérioration des paysages, notamment en campagne. Les gens ont peur de voir leur environnement se transformer.

Le troisième sous-thème concerne les accidents liés au principe même d'utilisation du téléphone portable. En effet, l'intérêt principal du portable est d'être joignable et de pouvoir téléphoner à n'importe quel moment, même lorsqu'on est à priori occupé. Or, l'utilisation d'un portable n'est peut être pas compatible avec certaines activités nécessitant une forte concentration, telle que la conduite, et où la moindre faute d'inattention peut mettre en péril des vies humaines. Il est aussi question des dangers du à l'émission d'ondes dans les stations services (risque d'explosion) et les avions (interférences avec les instruments de pilotage).

d) Les sujets relatifs aux caractéristiques techniques de la téléphonie mobile

La presse s'intéresse d'assez près à ces aspects. Nous comptons 29 articles traitant de ce sujet.

Les opérateurs cherchent à améliorer les appareils et tirer profit des nouveautés technologiques, multipliant les innovations technologiques : envoi de SMS (short message service - service de messages courts) ou de MMS (multimédia message service - images et sons), consultation de sites Internet, possibilité de prendre des photos, accès à de nombreux jeux, généralisation des écrans couleurs, apparition d'un deuxième écran, etc.

Nous trouvons aussi de nombreux articles concernant la couverture du réseau. Le réseau représente l'étendue du territoire français sur lequel le téléphone portable fonctionne. Il s'agit bien sur d'une question fondamentale et essentielle, directement liée à la qualité du service offert par les opérateurs.

2) Comment sont traités ces thèmes ?

| | | Positif (« amour ») | Négatif (« désamour ») | Neutre |
|---|--|------------------------|---------------------------|--------|
| Thème 1 : questions économiques | licences | | X | X |
| | prix | | X | |
| | prix, tarifs | | X | |
| Thème 2 : vision psychosociologique du téléphone mobile | accueil du tel mobile par la société française | X | | X |
| | influence du tel sur psychisme et socialisation 1 | X | X | X |
| Thème 3 : santé et environnement | influence du tel sur le cerveau | | X | X |
| | antennes relais | X | X | X |
| | accidents (interférences avec d'autres appareils, tel au volant) | | X | X |
| Thème 4 : économique et technique | innovations et aspects techniques | | X | X |
| | couverture réseau | | X | X |

a) Des pratiques économiques défavorisant les abonnés

La presse est unanime et critique quant aux pratiques commerciales des opérateurs. Il apparaît clairement que ce premier thème joue en faveur d'un désamour des consommateurs envers la téléphonie mobile.

La question des licences UMTS est présentée de façon assez critique dans la presse¹. D'abord le choix des candidats est mis en question dans le *Canard Enchaîné*. Dans un article du 12 janvier 1994, le journal met en question le choix de Bouygues Telecom, et l'élimination d'Alcatel en titrant un de ses paragraphes « Que le meilleur perde ». L'affaire des achats de licence est également présenté dans la presse de façon critique. Le lecteur voit l'achat des licences comme une affaire opaque de « gros sous » entre d'un côté l'Etat qui ne profite pas de la situation pour s'enrichir, et les opérateurs français qui « s'en tirent bien ». Au regard des 330 milliards déboursés par les opérateurs en Allemagne par exemple, l'état français ne demande « que » 130 milliards². Pire encore, Bouygues Telecom refuse de payer sa part, soit quelques 32.5 milliards d'euros. Cette fois l'opérateur apparaît comme tout puissant face à l'état français. Le *Canard Enchaîné* publie un article à ce sujet ; le 7 février 2001 ; qu'il titre : « *Bouygues prend Fabius en otage par téléphone* ».

¹ Article du 19 août 2000 dans *Le Parisien*,

² *Le Parisien*, article du 19 août 2000

La question des prix pratiqués par les opérateurs est vivement critiquée également. De nombreux articles dénoncent les prix trop élevés des forfaits¹, et il en est de même pour tous les produits liés à la téléphonie mobile. Les journalistes poussent la critique des prix, bien plus loin que la question du gel des prix lié à la non concurrence. En effet, c'est le système même des forfaits, et des paliers de facturation qui est vivement critiqué. Décrivant le nouveau forfait à la seconde d'Orange, Le Canard enchaîné parle d' « arnaque » dans l'article du 22/05/2002 ou encore d' « habile tour de passe-passe » dans l'article du 21/08/2002, dénonçant l'augmentation substantielle de ses tarifs. Dès 2002, on retrouve dans plusieurs journaux l'idée que le temps de communication réellement effectué est inférieur au temps facturé (effet des paliers), donc que le forfait est encore plus cher qu'il n'y paraît au premier abord.² Il y a en fait un écart entre le temps de communication effectivement consommé et le temps de communication imaginé. D'ailleurs, les opérateurs entretiendraient cette illusion au moyen de la facture. En effet, sur une facture, le temps de communication est indiqué selon les paliers, et non d'après le nombre de secondes et de minutes précisément utilisés. Enfin, on retrouve dans la presse un dernier argument relatif au prix : la spécificité française. En 2002, L'UFC-*Que Choisir* publie une enquête concernant les prix des autres opérateurs européens. La comparaison fait apparaître une très nette différence. La France se démarquant par des prix bien plus élevés, et des paliers de facturation favorisant largement les trois opérateurs français.

La question de l'entente illicite entre les trois opérateurs apparaît peu à peu à partir de 2002, suite à une plainte déposée par l'UFC-*Que Choisir*³. Certains articles soulignent la similitude dans les pratiques commerciales des trois opérateurs. L'affaire éclate lorsque le Canard Enchaîné dévoile le rapport confidentiel de la DGCCRF dans un article du 29 août 2005. Or, il s'agit là de quelque chose de surprenant. La logique du marché voudrait que les trois opérateurs soient concurrents, et pratiquent régulièrement des opérations visant à les différencier auprès du public et à s'attirer de nouveaux abonnés. Le Conseil de la concurrence et la Direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes (DGCCRF), organes institutionnels, existent afin de vérifier que ce principe est appliqué. Dans l'article du 25 août 2005, l'UFC- *Que Choisir* nous rappelle que cette saine concurrence aurait eu pour effet de faire baisser les prix et de diversifier les produits proposés par la téléphonie. Or, au lieu de cela, l'UFC- *Que Choisir* constate que les trois opérateurs proposent des produits très similaires, et à des prix très proches :

« En matière de business, un bon accord vaut parfois mieux qu'une saine concurrence. Les dirigeants d'Orange, de SFR et de Bouygues Télécom l'ont bien compris. Pour s'épargner une guerre des prix qui aurait pu se révéler désastreuse pour leur chiffre d'affaires, les trois opérateurs se seraient, entre 2000 et 2002, entendus pour se partager le marché juteux de la téléphonie mobile ». (UFC- Que Choisir, 25/08/2005)

D'autre part, comparant les parts de marché des trois opérateurs, l'ARCEP remarque une constante à environ 15% de part de marché pour Bouygues, 30% pour SFR et 55% pour France Telecom. Cette immobilité du marché tend à prouver le manque de compétition.

¹ *Le Figaro*, article du 20 octobre 1998

² UFC- *Que Choisir*, article du 26/02/2002, « il faut une loupe pour décortiquer les règles de facturation en bas de page », article de 26 février 2002 paru dans *Le Figaro*

³³ UFC-*Que Choisir*, article du 26/02/2002



b) Le téléphone portable, créateur de lien social ?

Le dernier thème, proposant une vision sociologique et psychologique du mobile, montre un côté assez positif du mobile.

Il est très bien accueilli par la population française. En effet, malgré certains grondements de mécontentements, on remarque tout de même que plusieurs dizaines de millions de français ont un téléphone portable (45 millions d'abonnements selon les chiffres de l'ART), et la presse montre que le téléphone est un produit utilisé par une population de tout âge confondu. Les opérateurs comptent aujourd'hui des abonnés d'à peine dix ans ; et même des abonnés de plus de 70 ans. Un article du 11 septembre 2004 du *Parisien* titre « papy boom dans le téléphone mobile? ». Se basant sur des chiffres de l'étude « Use it » de l'Institut Nationale sur les usages des nouvelles technologies ; l'article annonce que une augmentation du nombre d'abonnés de 70% chez les plus de 65 ans ; et 160% chez les plus de 80 ans. D'autres part ; toutes les classes sociales y ont accès depuis l'arrivée du forfait en 1997, démocratisant le produit jusqu'ici réservé à une élite.

Le téléphone portable apparaît comme un outil thérapeutique, aux effets bénéfiques pour les dépressifs, les anxieux ou encore les paranoïaques. Les journaux *Le Parisien* et *Le Monde* abordent ce sujet de façon très positive. Dans notre société « déshumanisée », où la parole est « convenue et contenue », le téléphone portable devient un instrument de libre expression pour les gens, et permet ainsi de combler le besoin d'expression¹. D'un point de vue médical même, *Le Point* évoque une qualité inattendue.

« Il pourrait même y avoir un effet thérapeutique, notamment chez les dépressifs, en leur donnant la possibilité de d'avantage 'exprimer et donc d'évacuer une partie de leur stress. (*Le Point*, 24/10/1998) ».

Enfin, le téléphone portable apparaît comme un outil remarquable, créateur de lien social. Le mobile est un instrument qui permet de gérer librement son réseau de relation. Cela rejoint la tendance à l'individualisation, la privatisation des outils de communication. Le mobile est un outil de maintien de la relation plus que de transmission de contenu qui permet de dépasser les contraintes géographiques, mais aussi les contraintes horaires. Cette facilité d'utilisation en fait un outil de sociabilité remarquable, permettant de garder contact avec les siens, avec sa « tribu ». Or, selon certains sociologues, la société française se caractérise aujourd'hui par une désolidarisation forte, une atomisation des individus qui souffrent de plus en plus de solitude. Dans *Liquid Modernity*² ; Zygmunt Bauman n'a de cesse de recenser les dégâts de nos « sociétés individualisées ». A ses yeux, celles-ci vont de pair avec une extrême précarisation des liens ; qu'ils soient intimes ou sociaux. C'est dans ce nouveau contexte que l'on comprend l'utilité du téléphone portable, outil technologique permettant de se rapprocher de sa "tribu", et briser la solitude.

c) Controverses autour des effets négatifs sur la santé et l'environnement

Le thème de la santé et de l'environnement est traité à la fois de manière positive et négative.

¹ *Le Monde*, article du 13/10/99

² Zygmunt Bauman ; *Liquid Modernity* ; Polity Press 2000



En ce qui concerne les effets du portable sur le cerveau, tout le problème réside dans les polémiques autour des dangers sur la santé. Des experts sont pris à part dans les deux camps. Certains assurent que les ondes de téléphone portable sont inoffensives, et d'autres annoncent des dangers éventuels. Un article du *Monde* du 10 mars 1999 titre Les mobiles sont ils nocifs ? Les avis divergent tant qu'il est impossible de prendre position pour l'une des deux parties. Devant l'impossibilité d'écarter tout danger, certains reprochent aux opérateurs de ne pas être assez prudents, et de mettre la santé de leurs abonnés en danger.

Les antennes relais et les pylônes sont vus tantôt de façon négative, tantôt de façon positive. Les arguments négatifs sont nombreux. Ils proviennent des riverains qui n'apprécient guère la détérioration de leur environnement visuel par les antennes, et s'inquiètent pour leur santé, du fait de la proximité des antennes relais émettrices d'ondes. Des actions sont mises en œuvres afin de se protéger. C'est ainsi par exemple que le journal *Le Parisien*, dans un article du 24 mars 2001, publie une décision de justice. Les lecteurs apprennent que le tribunal administratif de Cergy-Pontoise vient de donner raison à l'Association de défense et de protection de l'environnement de Montfermeil (Adpem), en annulant l'autorisation de travaux donnée par la mairie visant à l'installation d'une antenne-relais Bouygues à proximité d'une école.

« Nous avons sauvé nos enfants d'un risque potentiel » explique l'interviewé.

De plus, ils se sentent complètement ignorés et bafoués, face à des opérateurs et des représentants municipaux, plus préoccupés par trouver un arrangement financier que par l'opinion publique et la protection des citoyens.

« C'est affaire de négociation. Et, surtout de gros sous, avec le maire et le propriétaire pour la location de l'emplacement convoité ». (UFC- *Que Choisir*, 01/07/1997)

Du côté des arguments positifs, les journalistes insistent sur les efforts d'aménagement et de construction afin que les antennes et les pylônes s'intègrent dans l'espace (constructions avec du bois, en harmonie avec l'architecture de village, etc.)¹. Ces efforts récents des opérateurs sont particulièrement appréciés du public qui y voit enfin une considération et une reconnaissance de son opinion. Ces gestes sont d'autant mieux appréciés que certains voient dans l'installation des pylônes un accès au réseau sans fil inexistant dans de nombreuses petites villes et villages².

Le troisième point de cette thématique concerne les risques encourus lors de l'utilisation du portable en même temps qu'une autre activité telle que la conduite. Ces critiques posent le problème du lieu, et du moment de l'utilisation du portable, car s'il est vendu comme « l'objet que l'on peut utiliser partout », encore faut-il que cela ne nuise ni à autrui ni à soi-même. Signes de danger, la loi a interdit l'utilisation du portable au volant, et des études scientifiques montrent que les risques d'accident sont trois à six fois plus élevés quand le conducteur téléphone³, et ceux malgré les dispositifs développés par les opérateurs, tels que le kit mains libres et la reconnaissance vocale⁴. Si la conduite est clairement un moment dangereux, il est des lieux, tels que les stations services, et les avions, où l'utilisation d'un téléphone portable est aussi dangereuse, pouvant produire interférences et explosions⁵.

¹ UFC- *Que Choisir*, même article que cité précédemment du 01/07/97

² *Le Parisien*, article du 6 juin 2000 et article du 22 septembre 2005

³ *Le Parisien*, article du 30/01/2001

⁴ *Le Figaro*, article du 16/10/1997

⁵ *Le Monde*, article du 28/03/2002



d) Qualités techniques: des avis mitigés

Le quatrième thème, relatif aux questions techniques, pose de nombreux problèmes, et s'inscrit aussi dans un mouvement critique vis-à-vis des opérateurs.

Concernant les nombreuses innovations au niveau des fonctions, le ton n'est guère positif non plus. Dans le cas des SMS et des SMS surtaxés, il s'agit de redoutables « pièges » visant à soutirer toujours plus d'argent aux consommateurs. Dans un article de l'UFC-Que Choisir, un article au titre évocateur, « Le texto au prix du caviar », s'intéresse particulièrement à la jeune population des adolescents « rançonnés » par les opérateurs. Les journalistes s'attaquent à ces nouvelles fonctions que sont le wap, l'internet, les mms, etc. Il s'agit de qualités n'intéressant pas la majorité des 45 millions d'utilisateurs. Cette remise en cause apparaît comme une critique du progrès, et un retour aux valeurs originelles. A quoi bon créer toujours de nouvelles fonctions si elles se révèlent finalement superflues par rapport à la fonction première: téléphoner avec beaucoup de liberté. Dans un article du 25 novembre 2003, l'*UFC-Que Choisir* ironise sur l'intérêt de ces nouvelles technologies, s'appuyant sur les chiffres :

« Que pèsent en effet ces quelques centaines de milliers d'adeptes de nouveauté comparés aux 40 millions de portables qui se promènent actuellement dans l'hexagone ? »

La couverture du réseau se fait progressivement, et aujourd'hui encore elle n'est pas parfaite. Selon notre corpus, de nombreux endroits ne sont pas couverts et il est impossible d'utiliser un téléphone portable dans ces endroits. Or, il s'agit d'une information défavorable pour les opérateurs, et sur laquelle ils communiquent assez peu. La presse s'intéresse aux difficultés rencontrés par des abonnés qui ont eu la mauvaise surprise de ne pas pouvoir utiliser leur portable comme ils le souhaitent, ou devaient supporter une communication de mauvaise qualité (coupée, hachurée, etc.)¹. Dans ce contexte, la multiplication des plaintes des clients de téléphonie mobile donne beaucoup de poids à ce mouvement contestataire. Dans un article du 9 novembre 2001, le journal *Le Monde* observe que de plus de plus en plus de clients de téléphonie mobile portent plaintes auprès de l'UFC et de la DGCCRF. Autre indicateur de ce phénomène; les services clients sont saturés. Et par l'action motivée de l'association *UFC-Que Choisir*, on peut s'attendre à ce que les plaintes continuent à augmenter :

« L'utilisateur d'un mobile à un mal fou à se faire entendre des opérateurs, *Que Choisir* ne peut donc qu'inciter le consommateur à se tourner vers la justice. (...) Face à la multiplication des actions, peut-être les opérateurs prendront-ils alors leurs responsabilités : tel est notre objectif. (*UFC-Que Choisir*, article du 01/12/2000)

3) L'image de Bouygues Telecom dans la presse

Dans la majorité des cas, Bouygues Telecom est considéré de la même manière que SFR et Orange. Néanmoins, on observe parfois quelques nuances qu'il est intéressant de noter.

a) Bouygues, le dernier arrivé

Cette position de challenger², lui vaut des avantages et des inconvénients.

¹ Article 6 octobre 1998 paru dans *Le Point*, article du 06/06/2000 paru dans *Le Parisien*

² *Le Point*, article du 7 novembre 2003



Le problème de la couverture du réseau est une des premières critiques adressées au groupe. Bouygues Telecom ne fonctionne pas sur le même réseau que ces deux concurrents. Il fonctionne sur des ondes DCS 1800 Hz Ceci a eu pour effet d'offrir une couverture réseau partielle aux premiers abonnés. Dans un article du 31 juillet 1996 ; *Le Point* explique qu'il s'agit de son « *principal handicap* ». Or, plusieurs journaux montrent qu'il s'agit là d'un critère de choix pour les consommateurs¹, qui se sont ainsi tourné vers d'autres opérateurs dans les premiers temps.

Concernant les avantages de sa position, Bouygues Telecom est le « petit nouveau » qui a révolutionné en partie le marché en introduisant le forfait. Ce système s'est accompagné d'une baisse considérable des prix du terminal et des communications, démocratisant au grand public, un service jusqu'ici réservé à une élite. Dans l'article du 9 janvier 1997 ; l'Express insiste sur l'objectif affiché de Bouygues Telecom :

« Rayer des castings les golden boys en costards croisés »

Pour concrétiser cette intention, l'article s'appuie sur la pub faite par Bouygues Telecom :

« Dans la pub, c'est au milieu des nuages que les « Bouygues mobile men- des gens de tous les jours, selon l'agence- communiquent entre eux. »

Cependant, l'introduction du forfait par Bouygues souligne d'autres questions plus problématiques.

La critique la plus claire à l'encontre de Bouygues pose rétrospectivement la question de l'entente illicite. D'après certains journaux, dans un contexte de concurrence normale, on aurait pu s'attendre à ce que Bouygues lance des opérations de séduction et de différenciation plus importantes encore. En rentrant plus tard sur le marché, Bouygues Telecom aurait pu véritablement révolutionner le marché de la téléphonie mobile, plus encore que ce qui c'est produit lors du lancement du forfait. Il s'en est suivi que les deux opérateurs se sont aligné rapidement. Résultat ; comme le souligne l'Express dans un article du 9 janvier 1997 ; Bouygues n'est :

« Pas vraiment moins cher que ses concurrent, malgré son slogan « le prix n'est plus un souci » »

Cette critique risque d'être plus violente dans les jours à venir, étant donné que l'entente vient d'être reconnu et condamné. Dans un article du 1 décembre 2005, paru dans l'Express ; on apprend que Le Conseil de la concurrence a infligé une amende de 534 millions d'euros aux trois opérateurs de téléphonie mobile pour "entente ayant faussé la loi de la concurrence".

b) Pouvoir politique et économique

On remarque aussi que Bouygues Telecom apparaît comme une entreprise forte vis-à-vis de l'Etat français. Dans un article critique sur le pouvoir de pression exercé par Bouygues lors de l'achat des licences UMTS ; *Le Canard Enchaîné* utilise l'expression « Grand seigneur », dans un article du 7 février 2001, afin de montrer sa maîtrise des règles du jeu économique et politique. L'opérateur sait prendre des décisions stratégiques et décisives afin d'assurer son avenir. Dans le cas du refus, par Bouygues, d'acheter la licence de téléphonie au prix demandé par l'Etat, le journal montre sa connaissance du marché, et la maîtrise de la situation dont Bouygues Telecom fait preuve. L'Etat français n'a pas le choix. On apprend en effet

¹ *Le Monde*, article du 08/11/97



dans ce même article que l'ART (Autorité de régulation des télécommunications) somme l'état français de diversifier le marché ; composé de seulement deux entreprises à ce moment. Résultat, l'état doit baisser son prix. Résumant la situation, le *Canard Enchaîné* titre son article du 7 février 2001 :

« *Bouygues prend Fabius en otage par téléphone. Le bétonneur fixe son prix : 5 milliards maxi pour l'UMTS, le mobile branché sur internet. Bercy dénonce déjà le chantage, mais envisage déjà de pratiquer un rabais* ».

Partie 2 : Analyse de l'évolution du discours de la presse

La presse revêt un double rôle dans notre analyse : elle est le **reflet des problématiques sociétales**, et elle peut également **véhiculer certaines valeurs** et parfois **les transmettre aux lecteurs**.

L'analyse de l'évolution du discours de la presse écrite à travers notre corpus permet ainsi de mettre en évidence une dégradation progressive de l'image du secteur de la téléphonie mobile.

On peut voir apparaître trois objets à la base des articles sur le secteur :

- les trois opérateurs de téléphonie mobile, qui sont critiqués le plus négativement dans les articles analysés et de plus en plus à travers le temps,
- l'objet téléphone mobile qui est perçu de plus en plus négativement également, mais qui fait état d'une critique moins radicale,
- et enfin les antennes-relais, qui sont à la base d'un discours plutôt négatif dans la presse étudiée, et ce sur toute la durée.

L'évolution des thématiques décompose la dégradation de l'image du secteur de la téléphonie mobile :

- l'évolution des thèmes autour des aspects économiques et techniques figure l'émergence et la densification des critiques adressées aux opérateurs ainsi qu'une certaine perte de confiance à leur égard ;
- l'évolution des thèmes concernant l'impact de la téléphonie mobile sur le psychisme et la vie sociale ainsi que de ceux qui touchent la santé et la sécurité témoigne de la densification des craintes vis à vis de l'objet téléphone mobile ;
- l'évolution des thèmes liés à la santé et à la sécurité ainsi que de ceux touchant à l'environnement indique la constance du discours sur le refus des antennes-relais.

1) L'évolution du discours sur la téléphonie mobile : de l'enthousiasme à la méfiance

Si on observe les articles de presse (de notre corpus) dans leur ensemble, il apparaît une évolution très nette du discours sur la téléphonie mobile que l'on pourrait caractériser par une **dégradation progressive de l'image du secteur et des opérateurs**.

Les débuts de la téléphonie mobile ont connu **un accueil plutôt enthousiaste dans la presse**, d'après le corpus que nous avons analysé. En effet, les premiers articles, entre 1992 et 1998 sont caractérisés par un ton plutôt positif, célébrant l'arrivée de l'objet téléphone mobile. Parfois le ton est neutre, c'est à dire purement informatif, le journaliste se contentant d'informer le lecteur sur ce nouvel objet qui arrive dans la société française et l'engouement des consommateurs pour celui-ci. Ainsi, l'image du secteur aux débuts de la téléphonie mobile peut être considérée comme globalement positive à travers la presse.

On peut illustrer cette perception positive de la téléphonie mobile avec *L'Express*, qui titre en 1997 « 1997, année sans fil », et en 1998 « le téléphone du futur ». *Les Echos* évoque en 1992 les progrès du téléphone mobile à venir, et montre un réel enthousiasme, en 1999, pour l'arrivée du « mobile pour enfants », perçu comme outil pédagogique et civique par le journal.

Petit à petit, on observe que l'image générale des opérateurs de téléphonie mobile ainsi que de l'objet téléphone mobile se ternit, avec **des articles de plus en plus critiques et négatifs**. On pourrait représenter l'évolution générale du discours de la presse par un axe qui débute avec l'enthousiasme de l'innovation technologique (porté par un discours tantôt positif tantôt neutre -informatif-), se poursuit par la méfiance et les doutes (qui émergent à travers un discours tantôt neutre et tantôt négatif), et aboutit (aujourd'hui) à des accusations et une image des opérateurs plutôt mauvaise (révélée par un discours négatif).

On passe ainsi par exemple dans *Le Point* d'une image positive, avec le téléphone portable qui « calme l'anxiété » (en 1998), à une image mitigée, avec le téléphone portable qui présente d'éventuels « dangers » (en 2002). Enfin, le téléphone portable revêt une image carrément négative lorsque le journal le présente comme un outil de surveillance des consommateurs : un « mouchard » (« comment on vous écoute », en 2005).

Il semblerait à première vue que, depuis la magie de l'arrivée de cet « objet du futur », se soit opéré **un désenchantement dans la presse**; comme si la société avait brutalement découvert « les dessous » de ce secteur, **tant au niveau des dysfonctionnement technologiques que des pratiques des opérateurs**.

a) Les opérateurs : une méfiance croissante

Les opérateurs ne sont jamais cités dans la presse avec un ton positif. Lorsque le discours n'est pas négatif sur les opérateurs, il s'agit d'articles qui ne font qu'évoquer les opérateurs et sont consacrés à un autre sujet. Les articles qui s'attachent à parler des opérateurs, de leur position, de leurs pratiques, sont abordés sur un ton négatif.

On peut observer qu'**à travers le temps, de plus en plus d'articles sont consacrés aux opérateurs, et le discours est de plus en plus négatif à leur égard**. Ainsi, cela procure une impression de désamour grandissant vis à vis des trois opérateurs français. Tout se passe comme si, d'année en année, les journalistes mettaient à jour de nouvelles pratiques à

reprocher aux opérateurs, les faisant apparaître de plus en plus comme en recherche de profit et sans scrupules.

Il sont décrits dans la presse de manière croissante comme **préoccupés par l'appât du gain, prêts à tout pour gagner de nouveaux clients, augmenter les factures et vendre des services toujours plus chers** ; ils apparaissent comme **prêts à « arnaquer » leurs clients, à se liquer entre concurrents au détriment des consommateurs pour gagner toujours plus**. L'image qui transparait est également celle d'entreprises qui exercent **une position dominante sur l'Etat et sur les consommateurs**.

Ainsi, on peut lire dans *Le Figaro*, en février 2002 que « 25% à 30% du temps facturé par Orange, Bouygues et SFR à leurs abonnés n'est pas consommé. Un véritable tour de passe-passe [...] », *Le Parisien*, le même mois, parle de « la tarification opaque et les tarifs prohibitifs imposés aux clients ». *Le Monde* consacrait déjà un article, en novembre 2001, aux litiges, aux fraudes et aux dysfonctionnements dont sont victimes les consommateurs, considérés comme étant abusés par les opérateurs.

Le point d'orgue de cette dégradation de l'image des opérateurs se situe au cours de l'été 2005, lorsque les journaux ont diffusé au grand public l'accusation d'entente sur les tarifs qui transparait dans le rapport de la *DGCCRF*. Cela a donné lieu à une forte densification des articles sur le sujet de la téléphonie mobile (dans notre corpus, en août 2005 on compte 5 articles sur le sujet et en novembre 2005 on en compte 11), marqués par un ton accusateur et très critique vis-à-vis des opérateurs de téléphonie mobile.

Ainsi, il apparaît que les opérateurs de téléphonie mobile n'ont jamais vraiment été perçus de manière positive, représentant d'abord, en tout cas à travers la presse, des entreprises qui ont pour but le profit au détriment du respect des consommateurs. De plus, **la vision négative dont ils font l'objet dans la presse semble croissante, au fur et à mesure qu'apparaissent des dysfonctionnements de nature diverse autour de leur secteur**.

Il est intéressant de noter cette critique de l'entreprise qui « recherche le profit », connotée très négativement dans le discours de la presse. Il semble que les journalistes adhèrent à l'idée que le fait que les entreprises aient des objectifs uniquement économiques est anormal et condamnables. Pourtant, une entreprise a généralement pour but le profit. On peut penser que cette critique faite aux opérateurs autour de la recherche de profit témoigne de **l'émergence d'une attente autre vis à vis des entreprises**. On peut formuler l'hypothèse de l'apparition d'une nouvelle vision des entreprises dans la société française, à l'heure où de nombreuses entreprises se tournent vers des **actions pour le développement durable ou des actions que l'on pourrait qualifier de citoyennes**, ce qui pourrait expliquer ce discours. Il se pourrait donc que, derrière ces critiques négatives des opérateurs perçus comme trop tournés vers le profit aux yeux de la presse, se dessine une attente d'actions des entreprises en faveur des consommateurs, de la société ou de la planète.

b) L'objet téléphone mobile : de la fascination à la crainte



Présenté par la presse à ses débuts sur le marché comme un formidable progrès **technologique**, un outil de consolidation du lien social et d'ouverture du dialogue, un moyen de se sentir entouré et en sécurité, l'objet téléphone portable a peu de temps après (dès 1999) été cité plus régulièrement comme une source de dangers, comme on l'illustrera plus loin.

Le téléphone mobile apparaît à travers la presse comme **vecteur de risques** : il peut être une sorte de « big brother » (moyen de surveillance et de pistage¹), il peut être responsable de diverses maladies², il peut être à l'origine d'explosions lorsqu'il est utilisé dans des usines ou des stations d'essence³, il peut être responsable d'accidents lorsque des conducteurs l'utilisent au volant⁴, il peut être infecté par des virus⁵ et pollué par les spams⁶.

Il faut noter tout de même que, contrairement aux opérateurs de téléphonie mobile qui sont critiqués et accusés par tous, **le téléphone mobile fait l'objet de différentes prises de position et est parfois défendu par les journalistes**. Là où les opérateurs, présumés responsables d'entente illicite, se voient récriés par tous les journaux, le téléphone mobile présumé coupable d'effets biologiques sur l'être humain est défendu par certains journaux. Ainsi, deux discours sur le téléphone mobile cohabitent : l'un positif, l'autre négatif, selon les positions des journaux.

L'objet téléphone mobile semble donc investi d'**une certaine vision négative dictée par la méfiance et la crainte**, mais qui reste cependant moins radicale que celle observée à l'égard des opérateurs.

c) Les antennes-relais : d'un refus esthétique à un refus sécuritaire

Les antennes-relais donnent lieu dans la presse à **un discours empreint de méfiance** et le message des journaux de notre corpus sous-tend un certain **rejet** de cet objet dès 1997.

D'abord évoquées sur un ton négatif pour la difficulté de leur insertion dans le paysage et leur prolifération sur les territoires ruraux, les antennes-relais sont critiquées dès 2000 (et jusqu'à aujourd'hui) encore très négativement pour les éventuelles répercussions qu'elles pourraient avoir sur la santé des riverains.

Les antennes sont toujours abordées par un discours négatif ou simplement informatif dans les journaux étudiés, et **les critiques liées à leur implantation se répercutent directement sur les opérateurs**, désignés comme responsables de leur installation.

d) Evolution des articles de journaux : un style d'écriture à la fois de plus en plus lâché mais sans prise de risque pour les journalistes

On peut citer notamment :

¹ Article du *Point* du 28/04/05

² Articles du *Monde* du 10/03/99, du *Figaro* du 19/05/05

³ Articles de l'*Express* du 19/08/99, du *Parisien* du 01/04/04

⁴ Articles du *Figaro* du 16/10/97, du 22/07/2002

⁵ Articles de l'*Express* du 22/08/02, du *Figaro* du 15/10/03

⁶ Article de l'*UFC* du 01/08/02



De manière générale, le style des articles n'évolue pas de façon frappante. Il se dégage tout de même **une impression de discours de plus en plus lâché**, une accentuation de la proximité avec les opérateurs. En effet, on peut observer que certains journaux citent de plus en plus souvent **du discours emprunté à des personnes interrogées**, ce qui leur permet notamment d'être **plus critiques dans leur vocabulaire et leurs expressions**. On peut expliquer ce recours des journalistes par une volonté de créer une plus grande proximité avec le lecteur afin de faire passer leur message. On peut penser également que ces emprunts participent à une stratégie qui a pour but de créer un parfum de scandale, de critique dans l'article. De plus, en procédant de la sorte, les journalistes conservent **une position de sécurité** : en citant les propos d'une tierce personne, le journaliste n'a pas l'entière responsabilité de ces dires.

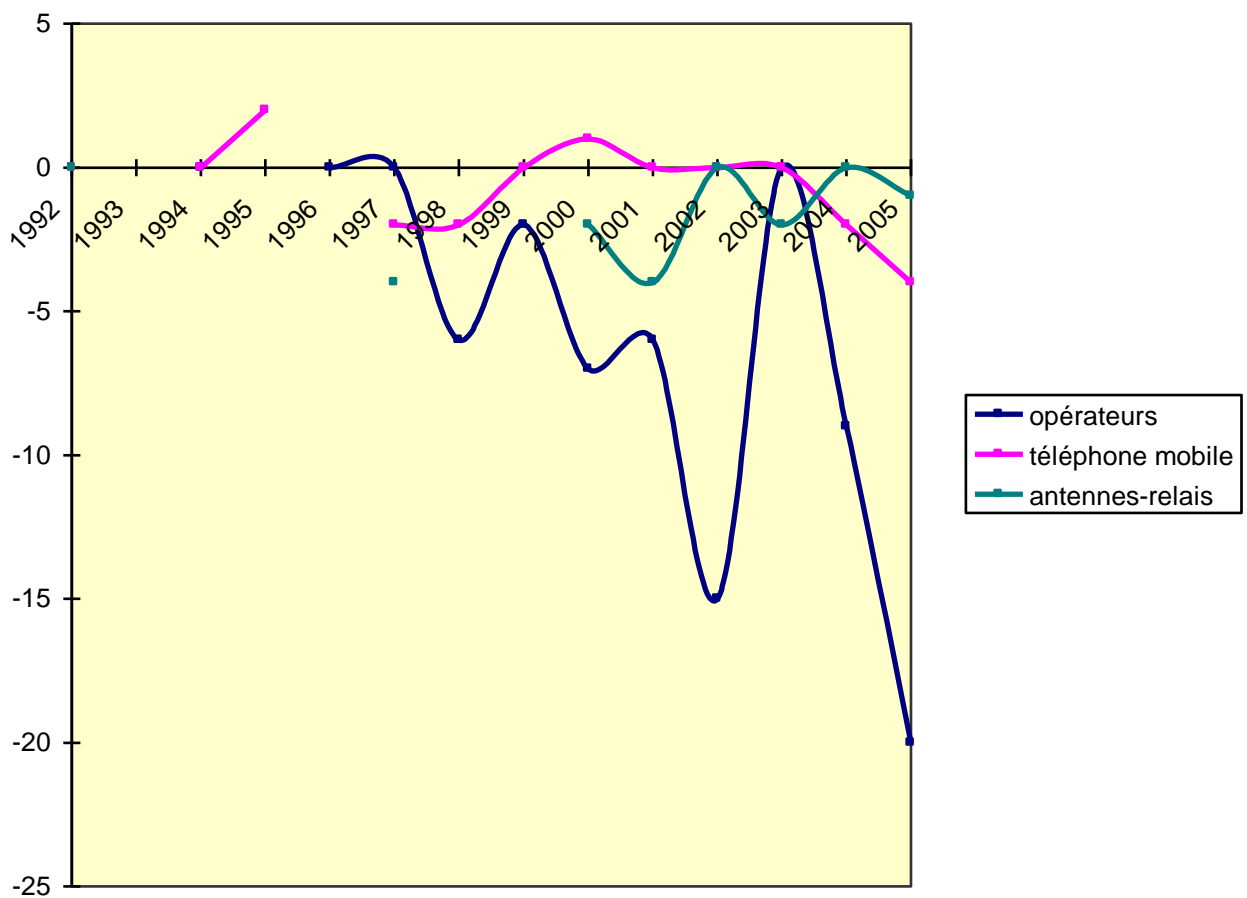
Par exemple, *le Parisien*, qui qualifie de « bande des trois » les opérateurs en 2002 les désigne par « le cartel occulte » en 2005, empruntant les termes à une personne interrogée.

On peut également observer que les titres d'articles évoluent avec les représentations ; ainsi par exemple le journal *L'Express* titre en 1998, « Le téléphone du futur », en 1999, « Dangereux portables », et en 2005, « Mobiles, cherchez le crime ». L'évolution des titres représentent l'évolution des problématiques qui conduit la montée du désamour vis à vis du secteur de la téléphonie mobile. Ainsi, les journalistes témoignent par le choix des titres de leurs articles de la montée de la critique négative à l'égard du secteur.

Un tout autre élément, celui de la signature des articles, vient également illustrer cette **distance prise par les journalistes lorsque le ton vire au négatif** et à une plus grande prise de liberté vis à vis des opérateurs et du secteur. Dans le *Canard Enchaîné*, on note une **évolution au niveau du nom de l'auteur** : pour les articles neutres, c'est un certain Hervé Martin qui en est l'auteur, pour les suivants, des pseudonymes (Pr. Canardeau, Jérôme Canard) apparaissent, et pour finir, les articles sont anonymes. Hervé Martin signe néanmoins le dernier article, sur les accusations d'entente.

Ainsi, on peut penser que les articles étant de plus en plus virulents et accusateurs, le journaliste a préféré adopter un anonymat croissant (pseudonyme puis absence de signature). Il signe à nouveau de son nom pour l'article de la révélation du rapport de la DGCCRF, mais c'est alors pour un article qui révèle des faits, qui plus est, une sorte de scandale, et avec des preuves à l'appui ; donc qui ne le met pas en position délicate. On peut aussi se demander si, *Le Canard Enchaîné* étant un journal très critique et se voulant bravant le « politiquement correct », cette évolution de la dissimulation de l'identité de l'auteur ne prendrait pas place tout simplement au sein d'une pratique habituelle de ce journal, selon laquelle les auteurs utilisent régulièrement des pseudonymes.

On pourrait schématiser l'évolution du discours de la presse de notre corpus, selon les différents objets du secteur (opérateurs, téléphone, antennes), par le graphique suivant¹ :



Si le discours concernant les opérateurs apparaît tellement négativement marqué sur le graphique, c'est notamment parce que les journaux adoptent un ton négatif à leur égard de façon homogène. Cela se produit différemment pour le téléphone mobile qui est traité tantôt de façon neutre, positive ou négative selon les journaux, ce qui explique que la synthèse des positions des articles de notre corpus se rapproche du neutre.

On observe bien **deux grands pics négatifs concernant le discours sur les opérateurs en 2002 et en 2005**. En 2002, les articles traitent de **l'émergence des conflits de consommation**, de l'explosion des plaintes des consommateurs et de l'UFC, des reproches sont formulés concernant les facturations jugées « abusives », etc. Il apparaît à cette période une accumulation de reproches faits aux opérateurs. En ce qui concerne l'année 2005, le pic négatif s'explique par **la révélation de l'entente illicite entre les opérateurs**, le procès qui leur est fait, l'appel de l'UFC au calcul du préjudice par les consommateurs et à porter plainte; ainsi que la grande densification des articles que cela a provoqué.

¹ Ce graphique a été réalisé en comptabilisant les articles de ton positif, neutre et négatif pour chacun des objets du secteur traités (opérateurs, téléphone, antennes). Après comptage pour chaque année, le nombre d'articles positifs et négatifs ont été multipliés par deux. On a additionné les articles positifs, neutres (de signe +) et négatifs (de signe -). Le résultat pour chaque objet et chaque année a été porté sur le graphique.

En ce qui concerne le téléphone mobile, on observe bien aux débuts un discours informatif sur l'innovation (proche du zéro) avec un **pic d'enthousiasme en 1995**. Le **pic négatif de 1997-98** représente la **prise de conscience des premiers dysfonctionnements** du téléphone portable, avant de remonter dans le **positif en 2000, pour l'arrivée de l'accès à Internet sur le téléphone portable**. Entre 2002 et 2005, le **discours neutre devient progressivement négatif**, les articles traitant essentiellement des **problèmes techniques, virus, et dangers divers**. La courbe de l'objet téléphone mobile oscille assez longtemps autour du zéro, ce qui s'explique par les différentes positions prises par les journaux autour du thème des effets du téléphone sur la santé des usagers (les discours positifs et négatifs s'« annulent »).

Enfin, la courbe représentant les antennes-relais se maintient dans un discours négatif. La courbe a tendance à osciller vers le zéro (discours neutre) avec les années, en raison de nombreux articles purement informatifs sur les débats, actions d'associations et réglementations en cours.

2) L'évolution des thématiques

a) Aspects économiques

- Le thème des tarifs de téléphonie mobile est très fréquemment représenté dans la presse dès 1996 et jusqu'à aujourd'hui. Donnant lieu à une multitude d'articles au sein desquels on peut voir une évolution des accusations, il est abordé sur un ton neutre, puis très négatif.

Entre 1996 et 1998, les articles sont de nature informative, mais informent sur l'émergence du désamour des consommateurs : les plaintes explosent, c'est le début des résistances et luttes des consommateurs et associations de consommateurs contre les opérateurs de téléphonie mobile¹. En 1998, on évoque dans la presse la critique des prix « excessifs », des dysfonctionnements des services proposés par les opérateurs². En 1999, le ton devient nettement négatif ; on parle dans la presse de « vente forcée » de services, de tarifs trop élevés, de clauses abusives³... A partir de 2002 et jusqu'en 2005 apparaissent les accusations d'abus sur les facturations (par l'association UFC Que Choisir)⁴, d'entente sur la surtaxe des SMS⁵ (d'abord par les services de la concurrence européens qui lancent une enquête en 2002), de manque d'éthique (en prenant comme cible commerciale les enfants⁶)...

¹ Il s'agit ici essentiellement d'articles du *Monde*

² Par exemple, Le *Parisien* parle dans son article du 23/06/98 de « tarifs truffés de pièges », de « factures qui explosent » ; « le téléphone portable a des ratés [...] [il est] devenu un véritable piège pour les usagers », dit-il.

³ Par exemple, Les *Echos* évoquent les « argument fallacieux » des opérateurs dans l'article du 14/01/99 ; *L'UFC*, dans un article du 01/12/00 reproche aux opérateurs de « laisser pourrir la situation » face aux réclamations des usagers.

⁴ Un article du *Parisien* du 26/02/02 a pour but de dénoncer cette « arnaque »

⁵ Les *Echos* y ont notamment consacré un article dès le 11/03/02

⁶ C'est un thème abordé dans l'article du 25/11/03 de *L'UFC*, et auquel *Le Point* consacre un article le 13/05/04 (« les sms ruinent les enfants »)

Les sous-thèmes ici sont nombreux et se succèdent rapidement au niveau de leur apparition dans le temps (comme l'illustre le schéma e). On peut voir la dégradation de l'image des opérateurs de téléphonie mobile à travers le temps et l'accumulation des accusations de pratiques « abusives » par la presse, avec le moment de la divulgation de l'accusation d'entente sur les tarifs comme pic de critique négative des journaux à l'égard des opérateurs.

- Le thème des licences est traité de manière assez neutre par les journaux, et est évoqué surtout entre 2000 et 2002.

Dès 2000, la presse évoque l'arrivée de l'UMTS, d'abord pour informer les lecteurs, puis apparaissent cette même année des doutes sur la rentabilité de ce service pour les opérateurs¹. En 2001, on apprend qu'on accuse les opérateurs qui refusent d'acheter la licence UMTS de faire du chantage à l'Etat pour faire baisser son prix². Enfin, en 2002, la presse, qui note une saturation du marché, explique aux lecteurs la nécessité pour les opérateurs d'innover afin de rester compétitifs.

- Les stratégies de marché représentent un thème traité de manière neutre, contrairement à ce qu'on aurait pu attendre. En effet, on aurait pu penser que les stratégies commerciales des opérateurs auraient constitué un thème très négativement traité, puisque les reproches qui émanent de la presse à leur égard sont parfois autour de l'imaginaire de l'arnaque, de l'entreprise qui recherche le profit au détriment de consommateur. Pourtant, ce thème est abordé de manière simplement informative par la presse, et le ton négatif est réservé au thème des tarifs et à celui de l'entente illicite (comme nous allons le voir par la suite).

Entre 1997 et 2004, la publicité faite par les opérateurs et le débat sur la vente de biens et de services de téléphonie mobile aux mineurs sont retranscrits dans la presse sur un ton neutre, informatif ; un article sur la conception d'un « téléphone mobile pour enfants »(1999) est d'ailleurs traité sur un ton enthousiaste³.

- Enfin, le thème de l'entente illicite entre les opérateurs, apparu dans la presse en 2002 lors de l'accusation de l'UFC, réapparaît largement en août 2005 avec le rapport d'enquête de la DGCCRF. Le ton est très négatif pour tous les articles⁴, l'objectif de ces articles étant de montrer comment les opérateurs ont abusé les consommateurs par un acte illégal.

Dans cette première thématique des aspects économiques du secteur traités dans la presse, il apparaît que c'est surtout autour des tarifs et de la diffusion de « preuves » d'une entente illicite présumée entre les opérateurs que se révèle une méfiance et une critique croissantes pour les opérateurs à travers la presse.

¹ L'Express, 21/12/00

² Le Canard Enchaîné, 07/02/01

³ Les Echos, article du 17/06/99

⁴ Par exemple, Le Parisien reprend, dans son article du 25/08/05, les terme de la FO qui qualifie les opérateurs de « cartel occulte » et qui considère que « les clients sont rackettés » ; les Echos le 25/08/05 évoque « la politique agressive de conquête de parts de marché »

b) Impact du téléphone mobile sur le psychisme et la vie sociale : apparition progressive du « revers de la médaille »

- **Malgré la petite part de notre corpus que représente cette thématique (5% des articles, soit 6 articles), son évolution semble assez représentative de l'évolution du discours de la presse dans le sens d'une dégradation de l'image de la téléphonie mobile.**

En effet, on trouve des articles qui traitent de ce thème de manière positive entre 1995 et 2005, avec les bienfaits du portable pour le lien social et l'ouverture du dialogue dans une société individualiste...

Par exemple, pour *Le Point*, le 24/10/98, « le portable calme l'anxiété ». *Le Monde* du 13/10/99 évoque les « vertus thérapeutiques » du téléphone mobile

En revanche, à partir de 2004 apparaissent des articles traitant des dérives de l'usage de l'objet téléphone mobile, et notamment l'idée que les usagers sont surveillés (article sur le pistage¹).

c) Santé et sécurité : un sujet sensible

- Le thème relatif aux effets du téléphone mobile sur la santé des usagers apparaît en 1998 avec les douleurs musculaires que le téléphone peut susciter avec une utilisation prolongée². A partir de 1999 et jusqu'à aujourd'hui, on observe un foisonnement d'articles sur le thème des effets biologiques du téléphone mobile sur le cerveau humain³.

L'évolution du discours sur les risques biologiques du téléphone mobile n'apparaît pas de manière nette. Les tout premiers articles sur le sujet sont plutôt négatifs, témoignant de la peur au début des recherches sur le sujet, puis les articles deviennent assez neutres, informant de l'état des recherches dont les résultats sont souvent assez contradictoires. Les articles plutôt positifs ou négatifs sur ce thème témoignent plutôt des différentes prises de position des différents journaux, mais non d'une évolution de l'opinion, comme on le verra en troisième partie de cette phase 1.

- Les premiers articles sur les antennes relais apparaissent en 1997 traitent du problème de l'insertion des antennes dans le paysage et sont très négatifs⁴. En 2000, s'ajoute au problème de l'environnement celui de l'impact biologique sur les riverains. En 2001 le problème de la santé devient central et les articles se multiplient : la presse relate comment de nombreuses associations et campagnes contre les antennes apparaissent⁵, les pouvoirs publics légifèrent et les recherches scientifiques se poursuivent.

¹ *Le Point*, article du 28/04/05

² Article du *Figaro* du 26/11/98.

³ Tous les journaux étudiés ont fait paraître des articles sur le sujet

⁴ Par exemple, *Le Point* du 07/06/97 titre « Forêts de pylônes », *L'UFC* du 01/07/97 évoque « les forêts de mâts » implantées dans le non-respect de l'environnement et des riverains.

⁵ Par exemple, le *Parisien* du 15/08/01 déclare « la chasse aux antennes-relais ouverte », le *Canard enchaîné* titre « ça râle sur les relais »...

- Le thème des risques d'accident dus à l'utilisation du téléphone mobile apparaît en 1997¹, avec les premiers questionnements sur la sécurité routière. Ce thème apparaît dans notre corpus jusqu'en 2002. En 1999, la presse commence à traiter le thème des risques d'accidents dus aux ondes émises par le téléphone mobile².

Cette thématique des effets du téléphone mobile sur la santé et/ou la sécurité révèle un aspect plutôt négatif du discours de la presse et de l'image de l'objet téléphone mobile. L'évolution des thèmes met en évidence un pic du discours vers le négatif autour des années 1999-2001 pour l'objet téléphone mobile, dû à la peur des divers risques qu'il peut présenter. Ensuite, le ton des articles tend à devenir plus neutre.

On aurait pu s'attendre à ce que le rapport Zmirou relance le débat et pousse à nouveau le discours vers les craintes et la méfiance. Cette évolution du négatif vers le neutre pourrait s'expliquer par plusieurs hypothèses. Tout d'abord, on peut penser qu'une gestion satisfaisante du problème s'est mise en place, avec notamment l'adoption de chartes de régulation par les collectivités locales, ce qui a rassuré les usagers et journalistes. On peut penser également que, les recherches ne donnant pas de résultat homogène, les craintes se sont petit à petit stabilisées : constatant qu'aucun risque sérieux n'était prouvé après maintes recherches, les journalistes auraient cessé de s'alarmer, contrairement au moment de l'émergence du débat et des doutes où ils étaient particulièrement virulents.

d) Technique : un désamour croissant vis à vis des opérateurs

- Dès 1992 et jusqu'à aujourd'hui, de très nombreux articles traitent du thème des innovations technologiques dans le domaine de la téléphonie mobile, ainsi que des aspects techniques de l'objet téléphone mobile. Ces articles sont essentiellement à visée informative, établissant l'état des lieux des innovations techniques, des offres en matière d'objet téléphone mobile, de l'arrivée d'innovations... Quelques articles adoptent un ton négatif (en 1998, 2003 et 2005) : ils ont en commun l'idée que les coûts pour les usagers ont tendance à croître avec le progrès ; les opérateurs étant accusés avec leurs innovations tantôt de prendre des risques, tantôt d'augmenter considérablement et injustement les factures des consommateurs. La critique négative de la presse pour ce thème est donc manifestée directement à l'égard des opérateurs de téléphonie mobile.
- Des articles traitant des problèmes techniques font leur apparition en 2002. Il s'agit notamment des virus et du piratage sur les téléphones mobiles via l'UMTS, et des « spams » envoyés sur les téléphones mobiles par des entreprises diverses. Le ton de ces articles est plutôt négatif³ ; on pourrait en effet considérer l'émergence de ces thèmes comme coïncidant avec l'émergence d'une déception face au « revers de la médaille » du progrès.

¹ Le *Figaro* est le premier (dans notre corpus) à évoquer le sujet lorsqu'il titre, le 16/10/97, « téléphoner en voiture, les dangers de la conduite sur le fil »

² Par exemple, *l'Express* écrit à ce propos, dans son article du 19/08/99 que le téléphone portable peut « détraquer les instruments de navigation et faire exploser une station-service ».

³ *L'UFC* du 01/08/02 évoque les « messages pollués », *L'Express* du 22/08/02 est consacré au « piratage » et aux virus, le *Figaro* du 15/10/03 évoque, à propos des virus, l'« enfer des téléphones portables » à venir...



- Le thème de la couverture du réseau apparaît dès 1998, avec un ton qui reste assez négatif jusqu'en 2004. L'évolution de ce thème dans la presse va de constats de dysfonctionnements à des suspicions vis à vis des opérateurs.

En 1998, on observe un manque de couverture et des défaillances des opérateurs face au boom des téléphones mobiles en France. En 2000 subsiste dans la presse ce thème du manque de couverture, repris de manière plus négative en 2002 avec la suspicion de mensonge des opérateurs sur l'étendue réelle de la couverture¹. En 2004, la presse relaie la décision du ministre de l'industrie de lancer une enquête pour déterminer l'origine des pannes de téléphonie.

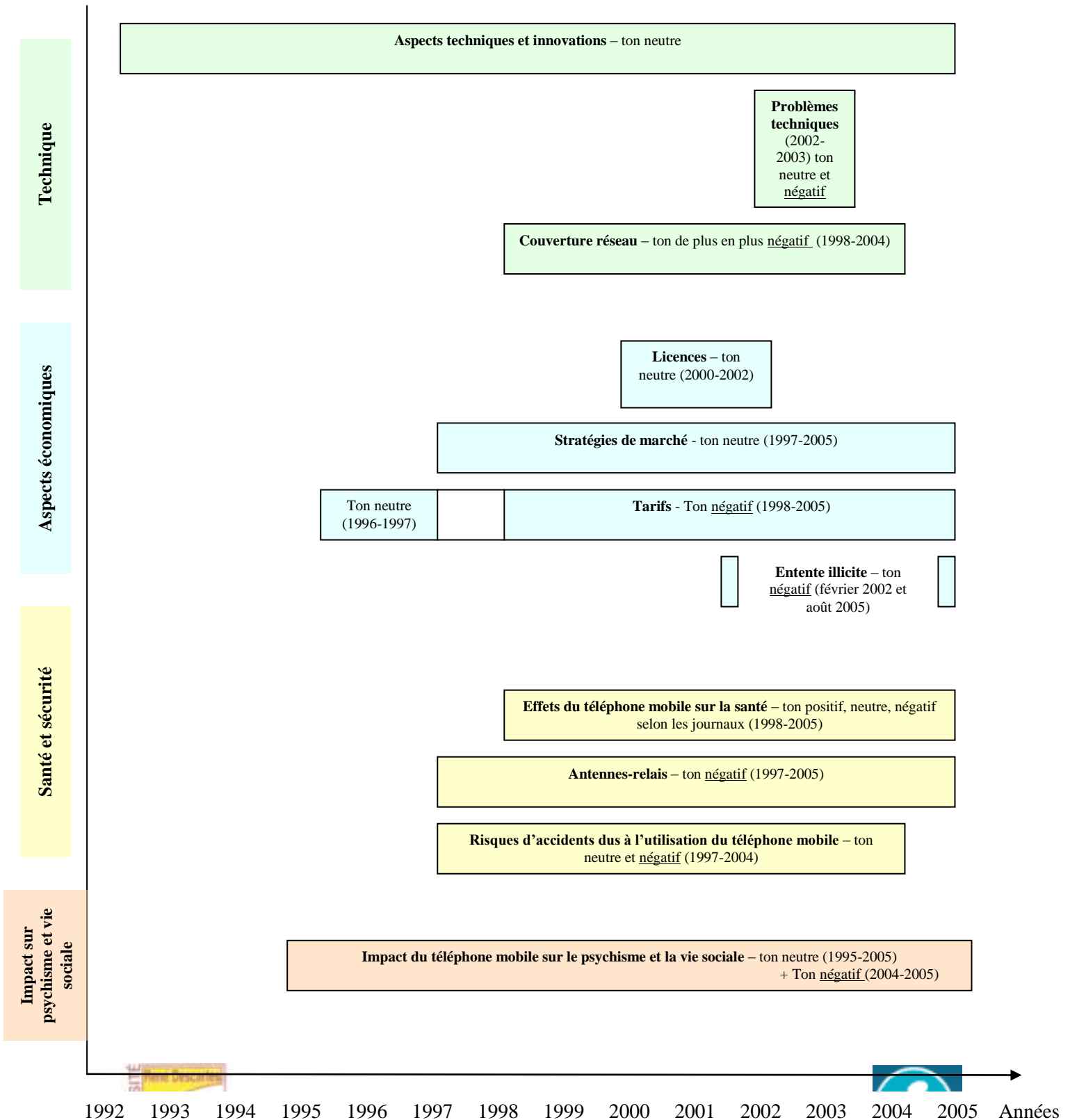
Ainsi, les articles traitant des aspects techniques de la téléphonie mobile révèlent un désamour croissant dans le temps vis à vis des opérateurs. On observe dans le cadre de ce thème l'émergence de soupçons, d'une perte progressive de confiance envers les opérateurs exprimée à travers la presse.

¹ Le *Parisien* titre à ce propos le 08/11/02 « La vraie carte des zones d'ombre »

e) Schéma de l'apparition des thèmes dans les articles de presse

Le schéma suivant représente les thématiques traitées dans les articles que nous avons sélectionnés en fonction des années. Il permet d'avoir un aperçu du moment de leur apparition ainsi que de leur évolution générale suivant la nature du discours qu'elles occasionnent (positif, neutre ou négatif). Il schématise une partie des commentaires énoncés plus haut.

Thématiques



Conclusion

Dans cette seconde partie, nous avons vu comment l'évolution du discours de la presse écrite (pour ce qui concerne notre corpus) s'organise autour d'une accumulation de thématiques dans le temps et suit une courbe de critique croissante pour les trois objets du secteur : les opérateurs, le téléphone mobile en tant qu'objet, et les antennes-relais.

On peut se demander si cette évolution du discours qui figure une dégradation de l'image du secteur de la téléphonie mobile ne serait pas une illustration d'une tendance globale de la société actuelle au pessimisme et à la vision apocalyptique du progrès.

Pour certaines thématiques et certaines critiques, il apparaît que l'évolution du discours suit non pas une évolution du secteur, mais plutôt de la société elle-même. C'est le cas de la vision de l'entreprise par les journalistes, qui font le reproche de la volonté de profit aux opérateurs, à une époque où de nombreuses entreprises communiquent avec leurs clients autour de leurs actions sociales ou environnementales.

Ainsi, il serait légitime de se demander si la dégradation de l'image du secteur à travers la presse ne serait pas l'analyseur d'un changement sociétal plutôt que d'un changement du secteur ou encore de l'opinion détachée du reste.

Pour mieux comprendre le phénomène, il est nécessaire de se pencher sur la manière dont sont traitées ces critiques d'un journal à l'autre, puisque les différents journaux étudiés correspondent à des catégories sociales variées de lecteurs.

Partie 3 : Analyse comparative des journaux

Les journaux que nous étudions ne portent pas tous le même regard sur la téléphonie mobile.

Tout d'abord, on s'aperçoit que les différentes thématiques n'ont pas toutes la même place dans la presse écrite.

De plus, le discours passe du positif (*Les Echos, Le Figaro*), au négatif (*Le Canard Enchaîné, L'UFC- Que Choisir*), en passant par le neutre/négatif (*L'Express, Le Point, Le Monde, Le Parisien*).

Finalement, il est intéressant de souligner que les journalistes s'appuient sur des procédés journalistiques tels que les sources et le vocabulaire afin de véhiculer un discours positif, neutre ou négatif.

1) Des thématiques plus ou moins mises en valeurs selon les journaux

Le secteur de la téléphonie mobile présente, au travers de la presse écrite, une image complexe comprenant des aspects vraiment divers. Les thématiques liées au téléphone portable ne bénéficient pas toutes de la même place au sein de la presse écrite. Alors que santé et pratiques commerciales sont traitées dans tous les journaux, les questions de l'innovations, les aspects techniques de la téléphonie mobile ou encore la mise sur écoute apparaissent comme secondaires.

a) Santé et pratiques commerciales : deux thématiques qui font parler de la téléphonie mobile dans tous les journaux

Deux thématiques reviennent dans tous les journaux, et ce quelles que soient leur position politique ou leur fréquence de parution. Il s'agit des pratiques commerciales des opérateurs et de l'impact du téléphone portable ainsi que des antennes-relais sur la santé. Ce sont les deux thématiques autour desquelles le plus d'articles apparaissent (58% de notre corpus). Si d'une manière générale, tous les journaux traitent de ces deux questions, tous ne le font pas avec la même intensité. Alors que certains journaux insistent vraiment sur ces thèmes en publiant annuellement de nombreux articles balayant de manière très large ces questions, d'autres ne font que l'effleurer.

- Par exemple, en ce qui concerne les pratiques commerciales, *L'Express* n'évoque que l'accusation d'entente entre les trois opérateurs. Ainsi, sur huit articles repérés dans ce journal, un seul évoque les pratiques commerciales. Publié le 29 août 2005, il s'intitule « *Mobile : cherchez le crime* ».

Par ailleurs, les journaux qui accentuent le plus le thème des pratiques commerciales des opérateurs sont *Le Monde, Le Canard Enchaîné* et *l'UFC Que Choisir*. Ainsi, *Le Monde* publie de nombreux articles autour de cette question. Il s'agit souvent d'articles neutres, de

nature informative. *Le Canard Enchaîné* reprend également beaucoup cette thématique. Notons qu'il est la source de la divulgation d'extraits du rapport de la DGCCRF sur l'accusation d'entente entre les trois grands opérateurs français (article « *le Yalta du portable* » le 24 août 2005). Enfin, ce thème apparaît comme l'un des thèmes de prédilection de l'*UFC- Que choisir*. Se plaçant du côté des consommateurs, ce magazine cherche à dénoncer des pratiques qu'il juge « *abusives* » et encourage les consommateurs à se tourner vers la justice en cas de conflit. Notons que les articles publiés dans ce magazine de consommateurs concernent presque tous les problèmes liés aux pratiques commerciales des opérateurs considérées abusives. Par exemple, le 3 mai 1999, il publie « *Téléphonie mobile, des condamnations en série* » et met en avant les clauses abusives présentes dans les contrats des opérateurs.

- En ce qui concerne la question de l'hypothétique influence du téléphone portable et des antennes-relais sur la santé, seul *l'Express* semble accorder peu de place à ce sujet qu'il aborde peu. Ce thème apparaît central dans la plupart des journaux.

Ainsi, *Le Parisien*, quotidien régional, a publié de nombreux articles sur les antennes-relais (24% des articles du *Parisien*, selon notre corpus). En effet, ces antennes provoquent souvent des problèmes au niveau local (ex : implantation d'une antenne-relais dans une commune), échelle sur laquelle s'appuie souvent ce journal populaire en donnant la parole aux acteurs locaux. Par exemple, le 10 juin 2000, un article apparaît au sujet des protestations que provoque l'installation d'une antenne relais dans la commune d'Orgeval dans les Yvelines (« *La téléphonie mobile étouffe les riverains* »). Le thème de la santé est également souvent abordé par *Le Point* qui met en avant à la fois l'hypothétique nocivité du téléphone portable sur la santé « physique » (cf. article « *Un dépliant sur les dangers du portable* » le 5 avril 2002) et son influence sur la santé « psychologique » des consommateurs (cf. article « *Le portable calme l'anxiété* » le 24 octobre 1998).

b) Technique et innovation : des thématiques secondaires qui n'ont pas leur place dans tous les journaux

Les aspects techniques de la téléphonie mobile ainsi que l'innovation apparaissent comme des thématiques secondaires par rapport aux pratiques commerciales et à la santé. En effet, elles ne bénéficient pas du même traitement que les thématiques citées précédemment, n'étant pas abordées par tous les journaux. *Le Point* et *L'UFC- Que choisir* ne développent pas ces thèmes. Néanmoins, elles sont entièrement constitutives de l'image de la téléphonie véhiculée dans la presse écrite.

D'un côté, nous avons un discours plutôt négatif qui porte sur les problèmes techniques que rencontre la téléphonie mobile. Le journal populaire *Le Parisien* insiste sur les défaillances techniques comme la grande panne qu'a connu Bouygues Telecom à la fin de l'année 2004, ou les problèmes de couverture du réseau GSM. Ce dernier thème est récurrent dans ce journal. Il concerne aussi bien la couverture de certains départements comme le Val d'Oise que la couverture dans les transports en commun de la région parisienne, comme le montrent les articles intitulés « *Les zones d'ombre du téléphone portable* » (6 juin 2000) ou « *Portables : le réseau du métro va s'étendre* » (23 août 2004).

A l'inverse, des journaux comme *Le Figaro* et *Les Echos* véhiculent une image plus positive quant à l'aspect technique de la téléphonie mobile. Ils mettent en valeur les innovations techniques qui touchent au portable comme par exemple les MMS, l'UMTS. Par exemple, *Les Echos* publie un article le 6 mai 2003 sur l'essor des MMS et les stratégies des opérateurs pour lancer cette nouveauté multimédia. Les journalistes mettent alors en avant le progrès lié au secteur de la téléphonie mobile. Ainsi, l'une des facettes de la téléphonie mobile apparaît plus positive.

c) La mise sur écoute : une thématique annexe qui n'apparaît que dans *Le Point*

Cette thématique de la mise sur écoute apparaît véritablement annexe. En effet, seul *Le Point* se penche sur cette question dans un seul article (« *Les téléphones portables peuvent être des mouchards. Comment on vous écoute* », le 28 avril 2005). Il souligne qu'il est possible de se faire écouter sans en avoir conscience, et qu'il est très facile de le faire. Il est étonnant que cette thématique n'ait pas été davantage traitée dans la presse écrite et que les grands quotidiens ne l'aient pas évoquée.

2) Des positions différentes selon les journaux : du positif au négatif

La tonalité des journaux n'est pas la même selon leur positionnement dans la presse française et le public qu'ils cherchent à atteindre. On peut repérer différents discours autour de la téléphonie qui vont d'un regard plutôt positif à des jugements négatifs voire accusateurs.

a) *Le Figaro, Les Echos* : un discours teinté d'enthousiasme

Dans la presse française, *Le Figaro* et *Les Echos* se distinguent par un discours plutôt positif autour de la téléphonie mobile.

De par son orientation économique, *Les Echos*, journal économique, traite davantage les thématiques liées à l'évolution du marché qui est en plein essor, aux innovations techniques de la téléphonie mobile. Si le discours en lui-même se veut neutre, le choix de ces problématiques amène une vision plutôt positive de ce secteur, notamment au niveau économique. Ce n'est pas tant le discours sur les opérateurs et leurs pratiques qui est positif, mais davantage le discours sur la téléphonie mobile, secteur en pleine expansion. Ainsi, la tonalité de ce journal s'avère enthousiaste, surtout lorsqu'il s'agit de nouvelles technologies de communication ou d'innovations marketing.

En ce qui concerne *Le Figaro*, il serait réducteur de dire que ce journal traite la question de la téléphonie mobile de manière uniquement positive. En effet, il a su informer les lecteurs sur certains travers de ce secteur notamment au sujet des pratiques commerciales des opérateurs, et de l'accusation d'entente illicite. Néanmoins, on remarque que sa position quant aux risques éventuels du téléphone portable sur la santé se distingue de celle des autres grands quotidiens d'information. En effet, alors que *Le Monde* ou *Le Parisien* soutiennent le principe de précaution, *Le Figaro* semble tourner en ridicule cette démarche lancée par les pouvoirs publics. Alors que dans l'ensemble de la presse, le discours autour de l'impact du téléphone

portable et des antennes relais sur la santé est plutôt alarmiste, *Le Figaro* a cherché à calmer les discours négatifs, en relativisant les faits en présentant des rapports de recherches scientifiques qui ne font pas bien le lien entre le portable et les problèmes sanitaires. Le 17 janvier 2001, *Le Figaro* publie un article qui illustre bien cette idée. En voici le chapeau : « *Cancer. Une étude de plus constate qu'il n'y a pas d'excès de tumeurs cérébrales chez les utilisateurs. Mais les recherches continuent.* ». Enfin, il est intéressant de souligner que dans la même année (en 2001), *Le Figaro* et *Le Parisien* publient des articles respectivement intitulés « *Téléphone portable, pas de danger pour la santé* »¹ et « *les portables ne seraient pas dangereux* »². On remarque ainsi que si *Le Figaro* prend position par rapport à cette question, *Le Parisien* utilise encore le conditionnel, aucune preuve n'étant disponible à l'époque sur les méfaits ou non du téléphone portable.

Finalement, ces deux journaux semblent soutenir un discours plutôt optimiste sur la téléphonie mobile, alors que le discours général de la presse écrite s'avère de plus en plus polémique et négatif.

b) *Le Monde, Le Point, Le Parisien et L'Express* : un discours neutre parfois négatif

Dans le spectre de la presse française, on repère un second type de discours qui s'avère plutôt neutre. C'est la position que prennent *Le Monde, Le Point, Le Parisien* et *L'Express*. Comme nous l'avons souligné précédemment, l'ensemble des discours tend à devenir de plus en plus négatif, évolution qui touche également ces trois journaux.

Le Monde, grand quotidien d'information, tout comme *Le Point* et *L'express*, hebdomadaires d'information, *Le Parisien*, journal régional populaire, cherchent le plus souvent à adopter un ton neutre. Ces quatre journaux traitent des grands thèmes touchant les consommateurs de téléphonie mobile, comme les pratiques commerciales et la santé, mais également les aspects plus techniques et l'innovation et les faits de société. Non seulement, ils couvrent une grande part des thèmes liés à la téléphonie³, mais ils cherchent également pour un thème donné à montrer différents points de vue existants. Par exemple, l'article du 12 mai 2004 paru dans *Le Monde* lors du boycott des SMS contient des déclarations des opérateurs, des publications de l'ART ainsi que des publications de l'UFC. Ainsi, ces journaux apparaissent neutres dans le sens où ils ne sélectionnent apparemment pas les thèmes à aborder, ni les discours sur un thème. Même si ces journaux se veulent neutres, ils présentent quelquefois des critiques au secteur de la téléphonie mobile, notamment en publiant des articles mettant en valeur les plaintes des consommateurs, ou encore l'accusation d'entente et la condamnation des opérateurs en novembre 2005.

c) *Le canard enchaîné, L'UFC que choisir* : un discours très négatif

¹ Le 19 octobre 2001

² Le 30 janvier 2001

³ Ces journaux traitent presque tous les thèmes cités précédemment. Par exemple, *Le Parisien* ne traite ni le pistage, ni certaines innovations techniques telles que les MMS. *Le Monde* n'évoque pas non plus le pistage. *L'Express* n'aborde pas la question des antennes-relais. Et *Le Point* ne traite pas les problèmes de couverture du réseau.

Enfin, certains journaux montrent véritablement leur opposition à ce secteur polémique que constitue la téléphonie mobile.

L'UFC- Que Choisir, magazine destiné aux consommateurs, se montre très polémique au sujet du secteur de la téléphonie mobile et notamment envers les opérateurs. S'appuyant souvent sur des sources juridiques ou des enquêtes, il est à l'origine de nombreuses accusations et plaintes envers les opérateurs. Par exemple, il a dénoncé la non pratique de la facturation à la seconde en février 2002. De plus, l'association de consommateurs liée à ce magazine a par exemple organisé le boycott des SMS en mai 2004. *L'UFC- Que Choisir* s'avère finalement très agressif envers la téléphonie mobile.

De même, *Le Canard Enchaîné*, journal satirique use d'une tonalité très polémique mettant en avant des arguments contre la téléphonie mobile, notamment lorsqu'il pointe les « méthodes » des opérateurs. S'il reste plutôt neutre pour les thèmes plus techniques comme l'implantation de l'UMTS, les articles autour des pratiques commerciales sont empreints d'une grande distance ironique. Notons finalement que ce journal est à l'origine de la publication d'extraits du rapport de la DGCCRF sur l'accusation d'entente entre les opérateurs, en août 2005.

Ainsi, le discours de ces deux journaux se révèle très négatif et polémique, se plaçant du côté des consommateurs contre les grands opérateurs français.

3) Les techniques journalistes : un outil en faveur d'un message

Il s'avère intéressant d'étudier les techniques journalistes employées pour véhiculer un discours positif ou négatif. En effet, on s'aperçoit que les journalistes s'appuient sur des sources et sur un vocabulaire différents selon le message qu'ils souhaitent véhiculer.

a) Les sources et les références

Tout d'abord, voir à qui la parole est donnée dans un article nous renseigne sur la position des journaux.

On remarque par exemple que dans la polémique autour des risques du téléphone portable sur la santé, *Le Figaro* donne très souvent la parole aux représentants des opérateurs. Entre autres, il consacre un article entier à la position défendue par Bouygues Télécom (« *Téléphone portable, pas de danger pour la santé. Bouygues Télécom veut rassurer les usagers* », le 19 octobre 2001). Cet opérateur grâce au soutien de ce journal a pu essayer de rassurer ses consommateurs. En ne prenant en compte que les arguments des opérateurs, le journal peut ainsi véhiculer plus facilement une image rassurante voire positive de la téléphonie mobile et de ses acteurs.

On peut souligner également que les journaux que nous avons désignés comme neutres donnent bien souvent la parole aux divers acteurs impliqués dans une situation donnée. Ainsi, la parole sera aussi bien donnée à des experts scientifiques ou juridiques qu'aux représentants des pouvoirs publics, qu'aux consommateurs, qu'aux associations, et qu'aux opérateurs. Ces

journaux manifestent souvent le souci de recenser les différents arguments permettant d'éclairer la situation au cœur de l'article. Dans ces journaux, les sources sont donc variées et s'adaptent également au type de lecteurs visé. Ainsi, *Le Parisien* favorise les déclarations d'acteurs locaux. *Le Monde* s'appuie plus souvent sur des rapports officiels (d'après notre corpus d'articles).

L'UFC- Que Choisir ne donne pas souvent la parole aux représentants des opérateurs, préférant des déclarations de consommateurs, des textes de loi ou encore des enquêtes. Ainsi, ce magazine peut plus facilement soutenir un discours négatif, ne prenant pas en compte la position des opérateurs. Si *Le Canard Enchaîné* donne plus facilement la parole aux représentants des opérateurs, ces déclarations sont généralement utilisées de manière à mettre en porte-à-faux Orange, SFR et Bouygues Télécom. Dans un article du 7 août 2002 (« *Les brouilleurs de portables dérangent les grands du téléphone* »), le journaliste reprend la déclaration de SFR et l'utilise pour montrer le caractère fallacieux des arguments développés par les opérateurs pour empêcher les installations de brouilleurs dans les salles de spectacles.

b) Entre le vocabulaire de la guerre et celui du procès

Enfin, le vocabulaire employé par les différents journaux s'avère très révélateur de leur position par rapport au téléphone portable et aux opérateurs. En effet, divers champs lexicaux apparaissent soulignant la position des journaux.

Le champ lexical du procès se dessine rapidement dans la presse écrite. On semble assister à un véritable procès dont les principaux accusés sont le téléphone portable et les opérateurs. On repère un vocabulaire de la suspicion, du complot. Par exemple, en titrant l'un de ses articles « *Accident mortel : la piste du téléphone portable* » (1 avril 2004), *Le Parisien* se présente comme l'accusateur de l'objet téléphone portable, comme s'il s'agissait du présumé coupable de l'accident. *L'UFC. Que Choisir* titre l'un de ses articles « *Téléphonie mobile : des condamnations en série* » (le 3 mai 1999), ce qui nous ramène encore dans l'univers du tribunal. Cette fois-ci, ce sont les opérateurs les coupables. De même, les articles parus début décembre 2005 autour de la condamnation des opérateurs laissent apparaître le terme de « *victimes* » désignant les consommateurs¹. Lorsque l'on rapproche les différents articles, il semble que tous les éléments du procès sont réunis : le(s) suspect(s), la (ou les) victime(s), le jugement et le(s) coupable(s). Néanmoins, alors que dans les journaux cités précédemment, les coupables sont les opérateurs et l'objet téléphone portable, on remarque que *Le Figaro* se présente comme l'avocat du téléphone portable en titrant l'un de ses articles « *le téléphone portable innocenté* » (17 janvier 2001).

Un autre champ lexical qui se dégage est celui de la guerre, de la confrontation. Ce vocabulaire est utilisé pour souligner la position des opposants aux téléphones portables et aux opérateurs. Les images les plus fortes, les plus chargées symboliquement se retrouvent dans les journaux les plus agressifs et les plus polémiques : *L'UFC- Que Choisir* et *Le Canard Enchaîné*. Nous avons ainsi une vision assez manichéenne de la situation, les opérateurs et ce qui touche à la téléphonie mobile paraissent incarner le mal : il faudrait donc partir en guerre. *Le Canard Enchaîné* parle de la « *guérilla* » que mènent les opérateurs contre

¹ *L'Express* et *Le Figaro*, le 2 décembre 2005

l'autorisation légale d'installation de brouilleurs dans les salles de spectacles (article du 7 août 2002). De même, dans l'un de ses articles, *L'UFC- Que Choisir* utilise l'image de « système diabolique » pour désigner l'entente entre les opérateurs pour bloquer les prix (« *Le texto au prix du caviar* », le 25 novembre 2003). La bataille prend alors presque la dimension sacrée d'une croisade. Enfin, *Le Canard Enchaîné* accuse les trois opérateurs d'avoir conclu un « *Yalta du portable* » en août 2005. Cette dernière grande allusion à la guerre aura une grande portée médiatique, l'accusation d'entente étant reprise par tous les journaux. Enfin, après la condamnation des opérateurs, *L'Express* parle du « *cri de guerre* » lancé par l'association de défense des consommateurs, l'UFC, qui invite les 30 millions de particuliers à porter plainte : « *L'heure de la réparation de chaque abonné est maintenant venue !* ».

Conclusion

Tandis que les grands thèmes phares que constituent la santé et les pratiques commerciales sont repris par tous les journaux, des thèmes plus spécialisés comme l'innovation, la technique ou encore le pistage apparaissent secondaires dans le traitement de l'information par la presse écrite.

D'autre part, les journaux que nous avons étudiés laissent bien souvent transparaître leur subjectivité et prennent parti quant à la téléphonie mobile. Alors que quelques journaux ont un discours plutôt enthousiaste, il semble que l'ensemble du discours soit plutôt négatif. Les critiques se font beaucoup plus fortes que les éloges. Ainsi, usant de procédés journalistiques variés, les médias donnent une image controversée de la téléphonie mobile.

Conclusion

Le secteur de la téléphonie mobile, tel qu'il apparaît dans la presse depuis 1990, est traité sous une variété de thèmes qui reflètent ses différentes facettes : les pratiques commerciales, les aspects techniques, les répercussions biologiques sur l'être humain, et l'impact de l'utilisation du téléphone mobile sur le psychisme et la vie sociale.

Les articles, dans leur ensemble, véhiculent une image plutôt négative des opérateurs et de l'objet téléphone mobile.

Au début entre positif et neutre, à l'époque du lancement des téléphones mobiles, le ton des articles devient rapidement de plus en plus négatif. L'évolution du discours présente donc une image des opérateurs qui se dégrade avec le temps. C'est ainsi qu'on voit émerger le désamour pour les opérateurs de téléphonie mobile au fur et à mesure des articles.

Les thématiques les plus révélatrices du désamour vis à vis des opérateurs à travers les différents journaux et à travers le temps sont les tarifs, les répercussions des ondes électromagnétiques sur la santé, et surtout, la révélation de l'accusation d'entente des opérateurs sur les tarifs (en 2005).

On observe différentes prises de position selon les journaux, notamment pour les thèmes qui font débat (comme les répercussions des ondes sur le cerveau humain), mais l'image de la téléphonie mobile qui se dégage de l'ensemble des articles reste négative.

Ainsi, il apparaît que la presse véhicule un discours teinté de désamour, essentiellement vis à vis des opérateurs de téléphonie mobile.

Dans ce discours la méfiance qui apparaît est certainement également le reflet des préoccupations des usagers. Cependant, on peut se demander si ce désamour qui apparaît dans la presse a un véritable impact sur la société et ses pratiques. Il sera intéressant de comprendre par la suite comment ces représentations influent sur les pratiques des usagers, et notamment sur celles des consommateurs qui ont pris part aux accusations diverses vis à vis des opérateurs. Cette problématique sera l'objet de la phase 3 de notre étude.

Mais auparavant, il sera fondamental de comprendre comment la presse relaie l'information lors des événements officiels. Il est nécessaire pour comprendre l'ensemble du processus, de comprendre quelles transformations se sont opérées depuis le document officiel jusqu'aux représentations puis aux pratiques des usagers. C'est cette question qui sera traitée dans la phase 2 de notre étude.