

COMMUNICATION INTERPERSONNELLE DANS LE REPORTAGE TÉLÉVISÉ**Ruxandra Petrovici, Assist. Prof., PhD, "Al. Ioan Cuza" University of Iași**

Abstract : The story seems easier to achieve television genres. It tells a story of life, but an outstanding story. One can imagine a reporter part randomly finding an interesting topic, that takes images on the ground and then, income in the studio, making a comment where he explains what it is. But, in fact, do a report a work more complicated. First, it is the work of a team that provides three field, implementing registration shaped by editing and the development of a comment accompanying the images. Secondly, a report is carried out based on a script that involves choosing a topic, an investigation, then the establishment of relations with the people involved. Third, we take the images in the field, is mounting and the comment is added. The consistency will be ensured by the theme, the presenter (s), l (es)' guest (s), and the event. We want to propose a grid for the pickup serving as application of magazine stories notebooks of the bourlingueur where bourlingueur, reporter and presenter at the same time which ensures the coherence of the story and makes us see the country and the people whom one tells the story.

Keywords : reportage, event, theme, presenter, invited.

Le reportage semble le plus facile à réaliser des genres télévisuels. Il raconte une histoire de vie, une histoire exceptionnelle. Mais, contrairement aux apparences, le reportage n'est pas réalisé par un reporter tout seul, il s'agit du travail d'une équipe qui assure l'enregistrement sur le terrain, la mise en forme par le montage et l'élaboration d'un commentaire qui accompagnera les images.

F. Jost (2004, p.30-31) classe les genres de la télévision en: 1. *genres du premier degré* où „selon la loi de l'énoncé de la réalité, un journaliste qui ne peut prouver ce qu'il avance ou dont on s'aperçoit qu'il ne dit pas la vérité est un hâbleur ou un menteur, selon la loi de la fiction, un narrateur qui ne respecte pas les règles de la vraisemblance qu'il s'est données est un mauvais conteur, selon la loi du ludique, celui qui ne respecte pas les règles est un tricheur” (Jost, 2004, p.30) et 2. *genres du second degré* qui détournent les mondes réel-fictif-ludique.

Le reportage fait partie du genre du premier degré ; il est, en même temps, un monde de l'information et du rêve.

Par l'intermédiaire du reportage télévisé, nous sommes mis au courant avec les événements *en direct*, s'il s'agit des *reportages inclus dans les journaux télévisés*, avec les événements *d'une vie*, s'il s'agit des *reportages inclus dans les débats et les talk-shows* et qui éclairent *les mystères* de tel ou tel invité ou de telle ou telle situation concernant le thème de discussion. S'il s'agit des *reportages proprement dits*, les reportages des magazines de reportages, nous sommes faits connaître un pays, une région, un événement, une situation, car le reportage „porte sur l'état d'un phénomène social [c'est-à-dire un ensemble de faits qui se produisent dans un espace public et d'intérêt général] qu'il tente d'expliquer (...). Il n'est pas relié de façon directe à l'actualité, même s'il lui est raccroché.” (Charaudeau, 1997, p.216).

Le reportage doit adopter (Charaudeau, 1997, p.217), conformément au *principe d'objectivation*, un point de vue distancié et global, mais, en même temps, pour répondre aussi au *principe d'intelligibilité*, doit poser des questions sur le problème traité. Les producteurs de reportages font appel à tous les types de scénarisations et utilisent des images, surtout pour répondre au *principe de crédibilité* mais aussi des enquêtes, des témoignages, des reconstructions, des explications (Charaudeau, 1997, p.217) et même des dramatisations.

„Le réalisateur de reportage, en effet, se trouve dans une situation inconfortable du fait que, au nom de la visée d'information du contrat médiatique, il doit s'interdire d'apporter son point de vue personnel, alors que d'une part cela est impossible, et d'autre part cela est nécessaire” (Charaudeau, 1997, p.217).

Le reporter n'a pas le droit d'exprimer ses opinions, il doit proposer des points de vue différents, même contraires, sans proposer une hiérarchie, sans parti-pris, mais en même temps, le reportage doit provoquer l'émotion, l'expectative, l'interrogation, sans proposant au téléspectateur „aucun mode de pensée, aucune méthode de discrimination conceptuelle des faits, pour qu'il se fasse sa propre opinion” (Charaudeau, 1997, p.218).

Si Charaudeau (1997) s'appuie sur le reportage en le considérant surtout comme un genre informatif, Buxton (2000) le considère comme „un lieu du fantasme”¹.

Le reportage semble le plus facile à réaliser des genres télévisuels. On s'imagine un reporter qui part au hasard pour trouver un sujet intéressant, qui prend des images sur le terrain et puis, revenu dans le studio, réalise un commentaire où il explique de quoi il s'agit. Mais, en fait, réaliser un reportage c'est un travail plus compliqué. Premièrement, c'est le travail d'une équipe qui assure trois principaux types d'opération: l'enregistrement sur le terrain des images et des sons, la mise en forme par le montage et l'élaboration d'un commentaire qui accompagnera les images. L'équipe est formée d'un réalisateur, un journaliste, un cameraman, un ingénieur de son, un électricien, un assistant réalisateur. Deuxièmement, un reportage se réalise à base d'un script, d'un plan. Et pour le réaliser, les journalistes doivent choisir un sujet qui peut être très précis et demandé par les patrons du poste de télévision ou qui peut être choisi par les journalistes eux-mêmes. Après avoir établi le sujet, il faut faire une enquête, puis une étude des conditions locales, établir des relations, parler avec les gens, puis faire le point, c'est-à-dire construire le reportage comme on voudrait qu'il soit finalement. Troisièmement, on prend les images sur le terrain, on fait le montage et on y ajoute le commentaire. Il faut, quand même, présenter un vrai film et non des fragments collés bout à bout et auxquels on superpose le commentaire. C'est vrai que quelquefois on a déjà le commentaire tout fait et on fait le montage d'après l'enchaînement logique du script mais il y a des fois où on fait le commentaire après le montage et on suit son fil. Ainsi, les commentaires de la voix off qui semble *surveiller* le déroulement des faits, des images, des événements, du montage assurent la continuité d'un reportage.

Toutes ces étapes se succèdent pour assurer la cohérence d'un reportage. Mais ce souci de cohérence sera étendu aux ensembles, aux magazines de reportages ou elle est assurée par ²:

¹ Sous-titre du livre de Buxton, „*Le reportage de télévision en France depuis 1959. Le lieu du fantasme*”, Paris, Ed. L'Harmattan, 2000

² C'est nous qui proposons cette classification

- *le thème* comme dans le magazine de reportages *Capital* où, plus que le présentateur, le thème et le moto, annoncés dès le début, seront suivis jusqu'à la fin de l'émission, en attirant notre attention;

- *le/les présentateur(s)*, comme dans *Envoyé spécial*, où les deux présentatrices servent de liant et de commentaires aux reportages assez divers du magazine de reportages, ou surtout comme dans *Les carnets du burlingueur*, où c'est le burlingueur qui est aussi le reporter et le présentateur, et c'est grâce à ses périples qu'on peut voir les pays et les gens dont on raconte l'histoire;

- *l'invité*, ou les invités, des débats ou talk-shows, pour les reportages inclus dans de telles émissions, comme pour *Nec Plus Ultra*, où les reportages ont des thèmes liés à la vie et les préférences des invités, et comme pour *Thé ou café*, où les reportages se réfèrent aussi à la vie de l'invité, mais surtout à son activité professionnelle;

- *l'événement*, pour les reportages inclus dans les journaux télévisés, où c'est l'événement transformé en grand titre (ou titre) qui crée le besoin de recourir à un reportage.

Nous voulons proposer une grille de lecture pour le reportage. Il faudrait tenir compte qu'un reportage tout seul est vraiment rare. Peut-être que Le reportage *Arte* est un cas singulier. Et dans ce cas on a toujours besoin d'une analyse macro parce qu'il dure environ une heure et contient plusieurs problèmes rassemblés sous un même thème. Généralement, on peut voir surtout des magazines de reportages comme *Envoyé spécial*, *Capital*, *Les carnets du burlingueur*, *Zone interdite*.

L'analyse d'un magazine de reportages doit suivre la chronologie de déroulement de ses parties composantes. En fonction du magazine que nous voulons analyser nous pouvons favoriser une partie ou une autre, parce qu'il y a des magazines de reportages très différents, comme *Les Carnets du burlingueur* et *Capital* qui s'adressent à des publics différents et ainsi ils sont conçus pour répondre aux attentes du public visé.

L'analyse d'un reportage sera plus difficile pour nous qui ne sommes pas au courant des techniques de montage, parce qu'un vrai professionnel de la télévision saura faire un tout de toutes les séquences collées dans un reportage, sans même donner l'impression qu'il s'agit de parties différentes. Nous pouvons seulement proposer une analyse des parties d'un reportage en tenant compte des sous-thèmes y compris.

Pour l'analyse du reportage, il faudrait premièrement tenir compte qu'il est une émission *de montage*. Ainsi, les images qui semblent faire *un tout* peuvent être des images d'archives, des images enregistrées sur le terrain par les opérateurs de la chaîne qui produit le reportage, des images produites par la chaîne à l'aide des acteurs (scénarisation³) ou des personnes réelles qui ont participé à tel ou tel événement et acceptent de *revivre* la situation, des images empruntées ou achetées à des agences.

Deuxièmement, on doit tenir compte de la nature du reportage, s'il est *autonome* ou s'il fait partie d'un magazine de reportages, d'un journal télévisé, d'un talk-show ou d'une autre émission.

Troisièmement, l'analyse d'un reportage suppose l'analyse du discours des *voix in* (personne visible et participant à la scène), des *voix off* (personne non visible à l'écran mais

³ terme proposé par Leblanc, *Scénarios du réel*, t.2, l'Harmattan, 1997, cité par Lochard, 2003, p.41

participant à la scène) et des *voix over*⁴ (commentateur, ou narrateur qui intervient, d'un lieu extérieur à la scène).

Grille d'analyse pour un reportage

- | |
|---|
| <p>1. TYPE DE REPORTAGE: indépendant/ faisant partie d'un magazine de reportages/ faisant partie d'une autre émission (débat/talk-show/JT/interview)</p> <p>2. THEME/SUJET DU REPORTAGE:.....</p> <p>3. INTRODUCTION DU REPORTAGE: discours du présentateur/ autre</p> <p>4. SEQUENCES:.....</p> <p>SEQUENCE 1:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ thème:..... ▪ images: <ul style="list-style-type: none"> - présence/absence du reporter/présentateur aux événements - présence/absence du reporter/présentateur dans le reportage - images en direct - images d'archives liées à l'événement ▪ son: <ul style="list-style-type: none"> - discours voix on/ off /over - musique - bruits naturels/artificiels <p>❖ passage vers l'autre séquence: procédée technique, commentaire</p> <p>SEQUENCE 2:</p> <p>SEQUENCE 3, etc.</p> <p>5. FIN DU REPORTAGE: congé du présentateur/discours du présentateur pour passer à un autre reportage/ à une autre partie de l'émission/ à une autre émission de la chaîne/ à des moments de publicité</p> |
|---|

Pour l'analyse du reportage, nous avons choisi *Les carnets du bourlingueur*, émission transmise sur TV5, le 25 janvier 2005 que nous avons utilisée dans notre thèse. Il s'agit d'un magazine de reportages qui ne respecte pas la forme classique des magazines de reportages, comme *Capital* ou *Envoyé Spécial*, qui ont un présentateur (ou plusieurs) qui présente(nt) le sommaire, c'est-à-dire les reportages qui vont suivre, nettement différenciés, à thème commun ou à plusieurs thèmes.



Pour *Les carnets du bourlingueur*, on n'aura ni présentateur, ni thème annoncé dès le début. C'est le bourlingueur, le voyageur qui semble nous emmener dans ses voyages. Le thème est l'aventure, les balades dans des pays lointains pour connaître des gens étrangers et étranges. L'émission est construite d'une telle manière qu'on a l'impression qu'il n'y a que deux reportages. Mais, en fait, il s'agit de trois reportages, les deux derniers étant ainsi agencés qu'on a l'impression que le dernier n'est qu'une continuation du précédent, à cause du thème du troisième, énoncé déjà

⁴ terme proposé par Lochard, 2003, p.40

dans le deuxième reportage. *Les carnets du bourlingueur* sont un magazine de reportages dont la cohérence vient du reporter, de celui qui a vu les choses pour nous et qui nous parle de ce qu'il a vu dans le monde, le bourlingueur. Le premier reportage nous emmène en Chine et nous raconte l'histoire des filles qui font des opérations esthétiques pour se conformer à la beauté *made in USA*, le deuxième (après une nouvelle apparition du bourlingueur, sur le chemin, à côté des éléphants, en fuyant les civilisations occidentales) parle de la vie des montagnards et le troisième, annoncé par le bourlingueur comme reportage de S. B. et K.R., lié directement au deuxième, nous fait entrer dans le monde des producteurs de drogues. Le magazine de reportage finit par „Les derniers conseils” du bourlingueur.

Outre l'agencement et la présentation particulière, *Les carnets du bourlingueur* attirent notre attention par le titre. Premièrement, par l'emploi du mot *bourlingueur*. Doublé par les images toutes vertes d'une forêt vierge, des bottes d'un homme qui la traverse, puis de l'homme qui se lave, qui se baigne dans la rivière, qui taille une branche d'arbre pour en faire une brochette ou un pal, qui se rase, qui fait force aux rames, qui vole à l'aide d'une liane, qui parle avec un singe, qui chevauche, ce mot devient clair: il s'agit d'un *voyageur*.

Nous nous sommes demandé alors, pourquoi on n'a pas employé ce mot, plus connu, plus familier, *voyageur*, et nous faisons appel au dictionnaire (le MicroRobert, 1989) où on trouve le verbe *bourlinguer* qui signifie *avancer péniblement contre le vent et la mer, naviguer beaucoup* et finalement *voyager beaucoup*. Nous comprenons finalement qu'il s'agit d'une aventure, mais aussi d'une lutte contre les dangers et l'inconnu et d'une initiation.



Mais *bourlinguer (bourlingueur)* n'est pas le seul mot qui nous a paru étrange dans le titre. Il y a aussi *les carnets*. Pourquoi *carnet(s)* et non *journal*? Le même dictionnaire nous fait comprendre que le *journal* est la *relation quotidienne des événements, un écrit portant cette relation, une publication quotidienne consacrée à l'actualité* alors que le *carnet* est un *petit cahier de poche, ou un assemblage de feuillets détachables*. Ainsi, nous pouvons nous rendre compte, dès le titre, qu'il s'agit plutôt de l'entrée dans un rêve, dans un autre monde, que de la suite des événements clairs et réels. Il faut alors suivre le bourlingueur plutôt avec l'âme, qu'avec le cerveau.

Ses carnets sont uniques. Contrairement aux titres d'autres émissions où les noms ne sont jamais précédés d'articles, comme par exemple *Capital, Envoyé spécial, Thé ou café, Secrets de famille, Kiosk*, ici on emploie l'article défini, masculin, pluriel *les*. La Grammaire Larousse (2002, p. 216) considère que l'article définit „s'emploie auprès d'un substantif représentant une chose ou un être déjà connu, pour lequel on a une référence, soit dans la phrase, soit dans la pensée” mais aussi que „l'article défini peut avoir une valeur emphatique, lorsqu'il met l'accent sur le caractère unique ou universel du substantif”, quelquefois semblant „exclure toute possibilité de rivalité”, „l'article en arrive à avoir la valeur d'un possessif”.

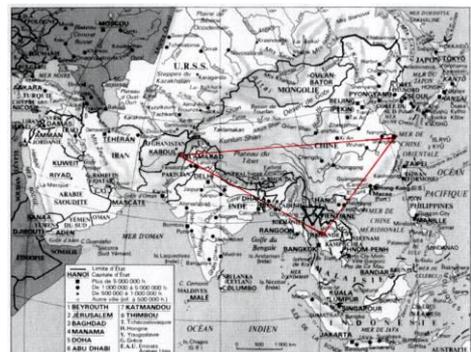


„Les carnets” sont „les carnets du bourlingueur”, ses carnets, uniques et très connus.

Après le générique *vert*, comme la forêt vierge, comme la nature et la vie, accompagné d'une musique qui rappelle la joie et la pluie, on sera projeté dans un univers aride et on voit „le bourlingueur” montant une colline, s'approchant de la caméra et ainsi de nous, en *nous* parlant, parce que en disant „vous” („lorsque *vous* circulez dans des endroits isolés ...”, „vous veillerez à toujours *vous* informer....”), il dit „moi”, se plaçant en énonciateur. D'ailleurs, le fait de regarder directement la caméra et en s'approchant tout en parlant, le place et nous place en situation d'interlocuteurs. Il mélange dans son discours le français soigné, utilisé surtout à l'écrit, avec le style oral; „c'est souvent là que ça pose des problèmes”. Mais l'emploi de „lorsque” et non de „au moment où” ou de „quand”, conjonction introduisant une proposition subordonnée marquant la simultanéité ou la postériorité, nous situe dans le discours plutôt livresque, en même temps que l'emploi de “*us et coutumes locaux*” et “*des tabous en vigueur*”. Le bourlingueur annonce lui-même le thème principal: „comment se comporter dans la plupart des villages de l'Asie du Sud”. Le bourlingueur n'est plus un personnage sur l'écran, il devient un ami qui nous parle de ses expériences, qui ouvre „la boîte à merveilles” pour nous. Et d'ici la fascination que la télévision exerce sur nous tous.

Le premier reportage nous emmène à Shanghai. Une *voix off* masculine nous annonce le fait que des adolescents chinois recourent de plus en plus à la chirurgie esthétique, mais nous pouvons encore voir sur l'écran le bourlingueur. Puis la *voix off* devient féminine et on se retrouve à Shanghai. Plus que la référence à une ville précise, à l'hôpital no.9, au 6ème étage, on a aussi d'autres embrayeurs spatiaux comme *voici, ici*, et des embrayeurs temporels, tel que *aujourd'hui*, et même des références à la Révolution Culturelle Chinoise, qui ont le rôle de nous situer dans le temps. Même si le reportage ressemble plutôt à un récit, par ces marqueurs de discours on nous entraîne au milieu des faits en nous faisant croire que c'est à nous que tous ces personnages s'adressent. Le plus étonnant est le fait que les héros du reportage, des adolescentes chinoises et des médecins chinois, parlent en français, un français très naturel. Leurs voix sont doublées par des voix de Français et on a créé l'impression, même si on peut voir les visages, l'agglomération de l'hôpital, le fait que la salle d'opération est ouverte, que les patients entrent à la chaîne dans le bloc opératoire, que les choses se passent comme en France, que les médecins sont les mêmes, que les relations médecin-patient sont les mêmes.

Ce reportage semble rien avoir avec le thème principal du magazine de reportages. Nous nous sommes même demandé pourquoi il s'y retrouve. Mais en suivant les autres reportages, nous nous sommes rendu compte qu'il est conçu comme une parenthèse qui devrait mettre en opposition le monde moderne avec le monde ancien, les gens qui veulent changer d'après le modèle occidental et les gardes des traditions, une parenthèse qui devrait nous faire méditer au bien et au mal, aux jeunes qui veulent changer de *look* au détriment d'une identité, d'une personnalité, même d'une race et aux montagnards qui fument de



l'opium par tradition et aux producteurs et acheteurs de l'héroïne.

Le deuxième reportage fait revenir le bourlingueur. Nous le voyons sur une vraie route, mais en dépassant des éléphants.

Ces images font la liaison entre la civilisation et les régions qui ne sont pas encore atteintes par elle.

Cette fois-ci, dans son discours, le bourlingueur nous laisse choisir, ou plutôt découvrir, notre personnalité: „si vous faites partie de ces voyageurs qui fuient continuellement la civilisation occidentale, le Triangle d'or constitue, sans nulle doute, une escale de premier choix”. Il faudrait premièrement savoir que le Triangle d'or est la „zone de forme triangulaire qui s'étend sur une partie de la Birmanie, de la Thaïlande et du Laos, lieu privilégié de la production et du trafic de l'opium” (MicroRobert, 1990).

En n'arrivant pas, dès le début, à situer sur la carte l'endroit que le bourlingueur nous propose pour s'échapper à la civilisation occidentale, nous avons cherché de nouveau dans le Dictionnaire encyclopédique de la langue française (1994) le mot *triangle* pour trouver: 1. forme ou espace triangulaire; 2. muscles triangulaires du nez, des lèvres; 3. montage en triangle dans lequel les enroulements d'un système triphasé sont montés en série de façon à former un triangle; 4. Triangle des Bermudes

Nous ne savons pas s'il a pensé à l'agencement des trois reportages dans le même magazine de reportages, s'il a pensé seulement au Triangle d'or, ou au triangle formé par Shanghai, Le Triangle d'or et Jalalabad, la location des trois reportages, ou même à un



triangle magique comme celui des Bermudes. Mais, les choses se lient, des fois, sans que nous nous en rendions compte.



Le bourlingueur veut nous emmener dans „des régions isolées” où „les ethnies de haut plateau existent encore en autarcie et mènent une existence en parfaite harmonie avec la nature et les esprits”. Nous pouvons remarquer de nouveau la langue soignée (l'utilisation par exemple du mot „autarcie”, „état d'un pays qui se suffit à lui-même, économie fermée” (Le Robert, 1989), du présentatif „c'est cet isolement qui leur a permis de ...”, de la locution verbale „préserver leur identité ...”, ou „friser mille difficultés”, des références culturelles comme les Molosse, pour les chiens, des mots anglais comme „I like to sleep ...”) que le bourlingueur manie sans difficultés pour nous, les téléspectateurs, tout en gardant son langage simple pour les montagnards.



Même étant le plus court des trois reportages du magazine, ce deuxième reportage permet au bourlingueur de garder le contact avec le public téléspectateur, d'établir une vraie communication, de justifier le thème proposé par l'exposé des règles de comportement „dans la plupart des villages d'Asie du Sud-Est ne pas adresser de parole à un inconnu quand celui-ci ne fait pas partie de votre clan; éviter de manifester le moindre signe d'impatience; transiter le chef du village pour toute demande, offrir des cadeaux, notamment du thé et du tabac”.

Nous pouvons voir dans ce reportage le schéma de la communication tripler: premièrement le bourlingueur parle directement aux téléspectateurs, deuxièmement le bourlingueur parle avec les montagnards „devant” les téléspectateurs et troisièmement les téléspectateurs, ne pouvant pas questionner le téléviseur où se trouve le Triangle d’or, vont demander des éclaircissements aux membres de sa famille ou à un dictionnaire.

La fin de ce deuxième reportage fait le transit vers le troisième reportage. Pays „*de l’harmonie avec la nature et les esprits*”, le Triangle d’or est aussi *le pays* où on consomme de l’opium, par tradition, „*pour combattre le stress et l’angoisse*” mais il y a aussi d’autres endroits où „*la culture et le commerce de l’opium sont entre les mains des Afghans*”, où on fabrique „*80% de l’héroïne vendue sur le marché*”.



Il suit un reportage „hallucinant”. Vraiment hallucinatoire parce qu’on entend des mots dont on a pris l’habitude, grâce à la télévision *manipulatrice*, d’en avoir peur (l’opium, l’héroïne, les paveaux, le fléau, Pakistan, Afghanistan, Iran, Irak, les Talibans, Al-Quaida) et parce qu’on voit des gens un peu *noirs*, portant une sorte de turbans qui se saluent à la façon des musulmans. Mais la télévision (française) essaie de corriger, d’expliquer, d’éloigner la peur.

On nous fait voir des gens ordinaires, pauvres, appauvris, qui cultivent les paveaux, qui font de l’héroïne. Ils n’ont pas d’alternative, c’est un travail comme beaucoup d’autres. On nous fait penser que les acheteurs américains et européens sont plus coupables que ces gens misérables.

Le troisième reportage finit par présenter le pourcentage des drogues provenant d’Afghanistan du total qui arrive en Europe et le prix des drogues.



Suivent, sans autre introduction, les derniers conseils du bourlingueur qui nous demande surtout de n’hésiter jamais à communiquer avec les gens tant différents qu’ils sont, parce qu’ils sauront toujours apprécier nos efforts de communiquer avec eux – voilà le vrai thème du magazine de reportage qui a vraiment réussi à nous convaincre, à nous changer, à nous faire vouloir connaître *les autres*.

D’ailleurs il présente les derniers conseils en étant entouré par les enfants des montagnards. Il fait semblant de parler avec eux mais, en fait, il parle en regardant la caméra et ainsi en s’adressant aux futurs téléspectateurs. Mais, en étant filmé au milieu des enfants, même si ces enfants ne parlaient ni le français ni une autre langue connue aussi par le bourlingueur, on nous suggère que ce sont des conseils valables pour tout le monde et qu’en partant vers de pays étrangers et étranges, nous sommes tous des enfants qui peuvent être fascinés par le monde et qui ont toujours besoin d’un guide.

Ce magazine de reportages combine le discours du présentateur, le bourlingueur, qui s’adresse directement aux téléspectateurs pour les faire le suivre dans ses exploits et pour leur donner des conseils de voyage avec le récit, l’histoire des pays et des gens, quand les téléspectateurs ne sont plus impliqués directement. Le bourlingueur utilise un langage plutôt livresque et même quand il a des hésitations, des ruptures, des répétitions spécifiques à l’oral, il emploie un vocabulaire pour les connaisseurs, pour les grands voyageurs.

Les carnets du bourlingueur sont conçus d'après le modèle d'une rencontre entre amis, où celui qui a voyagé raconte son voyage et donne envie aux autres de chercher des informations supplémentaires et de se projeter dans un autre monde.

Tous ces gens-la sont entrés dans notre salon, ils nous ont permis de les connaître, ils nous ont raconté une partie de leur vie, nous les avons écoutés attentivement, nous avons pensé à eux à notre tour, nous avons parlé d'eux avec nos amis en chair et os comme des autres amis à nous, on a établi une vraie communication.

Bibliographie :

- Bourdieu, P., (1996) – *Sur la télévision*, Paris, Ed. Raisons d'Agir Liber
- Calbris, G., Montredon, J., Zaü (1986) – *Des gestes et des mots pour le dire*, Paris, Ed. CLE International
- Ceruti, C., (2006) – *Apprendre à lire la télé*, Paris, Ed. L'Harmatan
- Charaudeau, P., (1997) – *Le discours d'information médiatique. La construction du miroir social*, Paris, Ed. Nathan
- Fréchet, S., (1997) – *Communication interpersonnelle et négociation commerciale*, Paris, Ed. Ellipses
- Jost, F., (2004) – *Introduction à l'analyse de la télévision*, Paris, Ed. Ellipses
- Leblanc M., (1997) - *Scénarios du réel*, Paris, l'Harmatan
- Lochard G., (2003) - *Comment analyser les messages audiovisuels ?* in *Communication et médias*, Paris, Ed. La documentation française
- Wolton, D., (2003) – *L'autre mondialisation*, Paris, Ed. Flammarion
- Wolton, D., (2005) – *Sauver la communication*, Paris, Ed. Flammarion