

VIENT DE PARAÎTRE

Marie-Laure RAYNAUD, Librairie Tekhnê

VARET Gilbert, *La science et son information à l'heure d'Internet*, Paris, PUF, collection « Science, histoire et société », 2000, 169 p., 128 F

« Est savoir ce dont on est assuré de pouvoir toujours acquérir l'information ». Il est question dans cet essai de l'accessibilité et de la recherche de l'information relatives aux différents savoirs issus de la recherche scientifique, compte tenu des mutations technologiques contemporaines comme Internet et le multimédia, qui virtualisent l'information scientifique en rendant possible l'interrogation. « Comment savoir ce qu'on peut savoir ? ».

SEMPRINI Andrea, *CNN et la mondialisation de l'imaginaire*, Paris, CNRS Editions, collection « Communication », 2000, 187 p., 130 F

Comment peut-on définir le rôle de l'information dans le contexte socio-politique actuel ? « C'est cette capacité de CNN à fabriquer du 'McDream' » qu'Andrea Semprini tente de décrire dans ce livre. Il recherche les facteurs de développement de l'information, phénomène en pleine expansion depuis une dizaine d'années : l'innovation technologique (moyens techniques et logistiques plus souples, plus nombreux, plus simples d'utilisation et moins chers), le contexte socioculturel et politique international (accélération des rythmes sociaux et des contextes de vie), la complexité croissante de

l'environnement social. L'individu est ici décrypté dans son mode de consommation de l'information : le déclin de la dépendance idéologique des médias a favorisé un rôle plus actif de l'individu dans son rapport à l'information, il pratique une sorte de « zapping informationnel » en croisant les sources, afin d'élaborer sa propre grille de lecture. Les événements et le contexte social qui ont alimenté le journalisme d'investigation et de dénonciation des années 60-70 se sont grandement atténués : l'action des médias d'information s'est vue amoindrie. Le discours de l'information semble s'orienter vers un rôle de déchiffrement de la complexité, vers l'interprétation et le commentaire, vers le guidage et la facilitation de la vie quotidienne de *l'individu postmoderne*. Dimension socioculturelle et symbolique des processus de mondialisation, distinction entre mondialisation de la diffusion de l'information et mondialisation de sa réception, l'information apparaît comme un « artefact culturel », qui fait connaître le monde réel selon une perspective choisie pour présenter l'événement : « Dans son travail d'élaboration, dans sa fabrication, l'information cristallise une version du réel qui incorpore une perspective, des assomptions implicites, des valeurs, bref, une vision du monde ». « C'est précisément dans cette capacité de construire des 'mondes possibles' comme versions parallèles du monde réel que réside le vrai pouvoir de manipulation culturelle de l'information ». La perspective de l'auteur est de montrer que la chaîne américaine CNN prétend produire une information mondialisée (notion floue et empiriquement fragile, car elle présuppose une audience planétaire, qui n'existe pas), « alors qu'elle s'attache en réalité à généraliser un point de vue particulier », à véhiculer un modèle social, culturel et économique : on assiste à la généralisation d'un imaginaire particulier.

BENENSON James et JUANALS Brigitte, *Dictionnaire bilingue Internet et multimédia. Anglais-Français/Français-Anglais*, Paris, Pocket, collection « Langues pour tous », 2000, 544 p., 50 F

7 000 mots et expressions liés aux technologies de l'information et de la communication, 1 200 définitions. Les internautes, novices et avertis, les professionnels de la communication et les universitaire s'intéressant au multimédia trouveront dans ce dictionnaire bilingue le vocabulaire relatif à l'univers de l'hypermédia et au réseau que constitue l'Internet. Quatre listes complètent cet ouvrage : « smileys », acronymes, extensions de fichiers et d'outils de recherche, une sélection de termes relatifs à la nouvelle

économie. Un « quiz » final incite de façon ludique à naviguer parmi les entrées du dictionnaire.

BEN AMOR-MATHIEU Leïla, *Les télévisions hispaniques aux Etats-Unis. L'invention d'une communauté*, Paris, CNRS Editions, collection « Amériques-Pays ibériques », 2000, 288 p., 195 F

Parmi les télévisions ethniques américaines, la télévision hispanique aux Etats-Unis est une télévision de premier rang, commerciale, qui joue en même temps un rôle politique certain dans la mesure où elle contribue à la construction de l'espace public hispanophone. Le présent ouvrage traite de son développement, de son mode de production et de son discours sur le monde, à partir de l'étude de centaines d'heures de programmation et de l'analyse du discours d'une soixantaine de producteurs. L'objet d'étude est double : la construction du groupe social représenté par le public visé, essentiellement composé d'immigrants et constituant une minorité nationale, et le rôle de la télévision à l'intérieur de l'espace public. L'auteur est sociologue, membre du Groupe de recherches sur l'Amérique latine (GRAL, Toulouse).

BARTHELEMY Fabrice, *Journalistes et enseignants : concurrence ou interaction ?*, Paris, L'Harmattan, 2000, 299 p., 160 F

Spécialiste de la didactologie des langues et des cultures (Université de la Sorbonne nouvelle), Fabrice Barthélémy prône dans cet ouvrage une éducation aux médias, laquelle, parce qu'elle relève aujourd'hui de l'apprentissage de l'autonomie, constitue un enjeu hautement démocratique. Sont dans cette optique développées les problématiques suivantes : En quoi les représentations mutuelles des enseignants et des journalistes peuvent-elles expliquer les difficultés d'un rapprochement entre l'école et les médias, considérés comme « école parallèle » ? La culture scolaire serait-elle en conflit avec une culture médiatique dévalorisée par les enseignants ? Le livre est structuré en trois parties : Culture de masse et culture scolaire ; représentations croisées ; éduquer aux médias.

Sous la direction de CAMMAERTS Bart et de BURGELMAN Jean-Claude, *Beyond competition : Broadening the scope of telecommunications policy*, Bruxelles, VUB University Press, 2000, 229 p., 250 F

La politique des télécommunications fait ici l'objet d'un ouvrage collectif international centré sur les perspectives politiques, la réglementation sociale et la régulation du marché des télécommunications à l'échelle mondiale. Privatisation et libéralisation dans le domaine des services publics à la fin des années 1990 soulèvent un certain nombre de questions, ici débattues, problématiques qui intéressent les opérateurs, les hommes politiques et les universitaires. A l'encontre de la plupart des ouvrages qui analysaient ces dernières années la question de la compétition économique, ce livre développe principalement la question de la réconciliation entre objectifs économiques et politique sociale. A cette fin, les auteurs de ces pages plaident pour un élargissement de la politique des télécommunications à d'autres secteurs de la politique publique, tels que l'éducation, la politique sociale, les impôts, etc., d'où la raison d'être du titre de l'ouvrage « Au-delà de la compétition ».



TEKHNE

**Une librairie internationale consacrée à l'information
et à la communication**

- Médias : presse, radio, télévision, édition, cinéma, photo.
- Nouvelles technologies : informatique, télécommunications, Internet, multimédia.
- Sciences de l'information et de la communication, sémiologie, sociologie, langages, philosophie.
- Communication politique et publique. Publicité, communication d'entreprise. Education et médias. Techniques de production audiovisuelle. Economie. Droit...

Une activité d'édition

- *Mémoire de Trame* est une lettre d'information bibliographique, qui présente les nouveautés françaises et étrangères dans le domaine de l'information et de la communication, annonce les manifestations et suit l'évolution des textes réglementaires.

Abonnement (22 numéros par an, spécimen fourni sur demande),

Institutions : 1 100

Particuliers : 550

Etranger : + 20 %

- *Médias, le livre des livres*, co-édité avec Médiamétrie, recense les ouvrages sur les médias publiés de 1993 à 1997. 1^{ère} parution en 1996, 2^{ème} édition en juillet 1998, 100 F chaque volume.

Des services sur mesure

- Vente par correspondance, en France et à l'étranger (participation aux frais d'envoi).
- Recherches bibliographiques. Les tarifs sont fonction de la complexité de la recherche.

Des soirées-débats

La librairie Tekhnê organise régulièrement des présentations d'ouvrages et invite le public à y rencontrer leurs auteurs.

7, rue des Carmes – 75005 Paris

Tél. : 01 43 54 70 84 / 01 43 54 60 34 – Fax : 01 44 07 07 39

E-mail : tek@club-internet.fr – Site Internet : <http://www.tekhne.com>

Du lundi au samedi, de 10 h à 19 h

