

Communication et plagiat

De la médiatisation des pratiques plagiaires

Journée d'études : programme

Université François-Rabelais de Tours
IUT Jean-Luthier
Équipe Prim, 3 décembre 2015

Matinée : médias & plagiaires

- Nicolas SOURISCE, Pascal RICAUD, Jérémie NICEY, Gustavo-GOMEZ-MEJIA, David DOUYÈRE (université François-Rabelais, Prim) : « La médiatisation du plagiat : figures & discours ».

Quand les médias s'emparent du plagiat, ils forgent des figures et forment des discours pourvus d'une assise éthique. Ils mobilisent des dispositifs de visibilisation de la preuve du plagiat. L'enquête sur le traitement médiatique des cas de plagiat supposés de l'ex-directrice d'école de journalisme Agnès Chauveau, de l'écrivain Michel Houellebecq, du rabbin Gilles Bernheim, et du ministre allemand Karl-Theodor zu Guttenberg permet de dessiner les contours de la médiagenie du plagiat.

- Delphine CLÉMENCEAU-HINDY (université François-Rabelais, Prim) : « Le droit dans le traitement médiatique du plagiat ».

Les discours médiatiques opèrent des requalifications juridiques des pratiques plagiaires qui leur sont propres, et méritent d'être étudiées dès lors que la communication du plagiat ou du soupçon de plagiat vaut jugement, du moins médiatique. Sur les plans moral ou éthique, cette condamnation, qui vient des auteurs, des pairs, des chercheurs et surtout des médias, ferait presque oublier les contours juridiques des plagiats constatés. Quand les médias veulent se faire justiciers, quelle place reste-t-il au droit et à la Justice ?

- Hélène MAUREL-INDART (université François-Rabelais, ICD) : « La médiatisation du discours expert sur le plagiat ».

Suite à la publication de Du plagiat, en 1999, et à la création en 2001 du premier site internet, duplagiat.net, exclusivement consacré à la question, nous pouvons faire le bilan de quinze années de confrontation aux médias et voir ce que, systématiquement, les médias ne retiennent pas de ce qui peut leur être dit sur les causes du plagiat. Ainsi, de tabou, le sujet est devenu poncif, s'imposant à chaque rentrée scolaire ou à chaque nouvelle affaire touchant une personnalité du monde littéraire ou politique. Cette évolution de la médiatisation du plagiat a favorisé une sensibilisation du public, sans pour autant réussir à remettre en cause un système de légitimation où s'imbriquent les enjeux institutionnels et personnels. C'est de ce déplacement subtil, de ces omissions répétées, et de leur sens, que voudrait donc traiter cette communication.

Après-midi : universitaires & journalistes face au plagiat

- Michelle BERGADAÀ (université de Genève) : « Le plagiat académique : communiquer pour agir ».

La communication est le nerf de la guerre de la lutte contre le plagiat académique. Parce qu'elle permet de briser le silence de ceux, victimes et lecteurs, qui n'ont les mots ni les procédures pour le dire. Parce qu'elle permet de se doter d'un langage commun pour désigner ces choses, qui fera la part de la « délation », de « l'information » et de la « révélation » à l'égard de comportements plagiaires. Parce qu'elle permet d'intervenir sur l'existence de certaines pratiques dissimulées, brisant l'omerta. Parce que, menée de façon collaborative, elle permet d'enrichir l'expérience commune et d'investir un grand nombre d'acteurs dans cette transformation des pratiques de l'institution universitaire, dans la lutte contre le plagiat académique.

- Brigitte SIMONNOT (université de Lorraine, Crem) : « Manifestations du plagiat et mutations de l'enseignement supérieur et de la recherche ».

Dans l'enseignement supérieur et la recherche, les manifestations du plagiat suscitent une indignation d'une intensité variable selon qu'il s'agit de pratiques étudiantes ou de celles de chercheurs. Quel ordre le plagiat contribue-t-il à rompre dans ce contexte et pourquoi la communication autour de ces phénomènes reste-t-elle difficile ?

— Table-ronde sur le journalisme et le plagiat, avec la participation de journalistes (animation Laure Colmant et Nicolas Sourisce, université François-Rabelais, Prim).

*

Argument de la journée

Lorsque le plagiat se trouve exposé dans les médias, visant un écrivain, un rabbin, un ministre allemand ou des universitaires, c'est une pratique secrète qui se trouve communiquée ainsi : ce qui souhaitait échapper à toute publicisation devient la preuve d'une infamie. Le média se fait d'un coup justicier, regard moral sur les pratiques, et la destitution de l'artiste, de l'auteur ou de la personnalité est attendue, sous un coup dénonciateur. La communication du plagiat est alors relativement foudroyante : elle éteint celui qu'elle atteint. Cette communication prend d'emblée un tour informationnel, non seulement du fait de la 'révélation' médiatique qui est opérée, mais aussi de la preuve qui se trouve exhibée : on entoure et compare des passages, un appareil visuel de preuves gagne alors le journal ou les pages web, on enquête. La technique du surlignage permet, dans certains cas, de « prouver », la faute. Une vue en diptyque rapproche la « source », forcément antécédente, de la « copie » honteuse et les compare. Une conception artisanale et respectueuse des droits de propriété sous-tend ces vues dénonciatrices qui éclairent le plagiat. Une conception relativement simple de l'auctorialité, aussi, qui ne dépasse pas des frontières du moi sincère créateur.

Communiquer pour faire (com)paraître le plagiat

La communication à propos du plagiat est aussi mobilisée par des acteurs qui souhaitent alerter sur ces pratiques et en prémunir l'institution à laquelle ils appartiennent. La communication médiatique, ou mobilisant des dispositifs communicationnels à portée plus restreinte (*newsletters*, sites web, ...), croisant parfois les écrans et les ondes, se colore alors d'une vertu pédagogique, voulant aider une institution, par exemple l'université, à s'approprier des réflexes concernant la vérification de la propriété intellectuelle des travaux ou dénonciatrice, mettant en accusation un réseau de personnes. Il s'agit alors de porter « au grand jour » des pratiques honteuses. La mise en visibilité apparaît comme l'unique moyen de lutter contre une institution censée, par exemple, couvrir la chose, la médiatisation permettant d'éviter la censure interne. La médiatisation du plagiat peut donc jouer un rôle organisationnel, en désorganisant la communication claire et dissimulatrice d'un acteur ou d'un réseau.

Passer de la *non-communication* à la communication

Car il semblerait que, le plus souvent, le plagiat de lui-même ne communique pas et s'efface, résiste à la communication, comme pratique secrète et dissimulée. Interroger la communication autour du plagiat, c'est interroger l'organisation du silence de « ceux qui savent » sur cette pratique. Le « silence-sur » est alors une pratique active de non-communication, sinon de dissimulation consciente. Le plagiaire se protège d'une *non-communication* et l'organise, seul ou collectivement. Il permet, du coup, d'interroger la non-communication comme pratique active et volontaire, anté ou péri médiatique, une conscience que « cela pourrait se savoir », et qu'il vaut mieux l'éviter. Ce qui est une forme de « travail de la communication », par son étouffement préalable.

Rétablir un ordre, faire la vérité

La « dénonciation du faux » en quoi consiste la communication médiatique sur le plagiat conduit donc à une communication « de vérité », que l'on pourrait qualifier en un sens de

prophétique (au sens de la stigmatisation des travers d'un peuple immoral). Elle est bien évidemment une communication morale, tournée vers le bien, qui, s'affirmant, incarne d'emblée des valeurs éthiques, fait exister un principe d'auctorialité légitime. Elle oriente l'action et discrimine les pratiques, elle entend *rétablir* un ordre juste et sincère de la production intellectuelle et artistique. La communication sur le plagiat constitue donc une injonction à la sincérité, autant qu'elle se transforme en réquisitoire appuyé, et plutôt sans appel, contre une personne. La communication sur le plagiat c'est enfin celle des institutions qui organisent des événements (colloques, séminaires...) pour montrer ou faire croire qu'elles s'en préoccupent, voire luttent contre ; c'est aussi celle des éditeurs de dispositifs logiciels, qui fournissent à certains les moyens d'identifier et de vérifier le plagiat et à d'autres les moyens d'éviter le contrôle.

La production médiatique du plagiat

La communication du plagiat, c'est aussi celle qui porte le plagiat, voire le façonne. Elle se trouve à l'œuvre dans les pratiques concrètes de production des journalistes, par exemple, notamment dans le cas du journalisme de *desk*, quand l'urgence et la concurrence dans la production médiatique peuvent conduire à réécrire l'information disponible, comme l'indique une journaliste¹, qui écrit même : « L'information est devenue un gigantesque plagiat, où la télé recopie le papier qui recopie le web... et réciproquement, sans que plus personne ne sache vraiment qui est la source. » L'information, rédigée à distance, est davantage réécrite que née d'une enquête, ou transposée d'un support médiatique à l'autre. Ainsi un article sur des grenouilles américaines qui envahissaient l'écosystème du Sud-Ouest français a-t-il pu être écrit sans enquête sur place, à partir de sources internet, ou un portrait de Julian Assange, le créateur de *Wikileaks*, traduit, sans mention des sources, du *New Yorker*. Des correcteurs et secrétaires de rédaction avisés peuvent faire barrage à ce plagiat, avant qu'il ne se communique. La transformation des pratiques journalistiques laisse toutefois la possibilité à ces modes de travail de se reproduire, si elle ne les y incite pas. Il en va de la production même de l'information et de sa visibilité dans l'espace public. Cette pratique commence toutefois à faire l'objet d'une réflexivité professionnelle.

Une communication portée dans l'arène publique

Réfléchir et travailler sur la portée communicationnelle du plagiat nous paraît donc important afin de **mettre en lumière les médiations qui entourent et font surgir le plagiat dans l'espace médiatique et dans l'arène publique**, d'autant que celui-ci donne lieu aisément à controverses et débat public. Sa révélation est donc également source de communications. Penser la communication autour du plagiat conduit enfin à une réflexion sur éthique et communication, information et vérité, et permet d'analyser l'arsenal discursif de la preuve.

Au croisement des travaux du groupe Prim de l'IUT de Tours (département Information-Communication, École publique de journalisme de Tours), développés au sein de l'université François-Rabelais, sur l'information journalistique et l'espace médiatique, l'information professionnelle et les médiations communicationnelles, cette journée d'études se veut donc un moment de prise de distance sur ceux qui éclairent, et sur ceux qui, brusquement, se trouvent éclairés dans leur part d'ombre, sur la communication à propos d'un délit, et sur l'obstruction à la communication.

*

¹ Emmanuelle Anizon, « Le plagiat pratique honteuse, mais contagieuse du journalisme ? », *Télérama*, 29 novembre 2011, dernière consultation le 12 janvier 2014 (<http://preview.tinyurl.com/6yyv8bd>).

Une journée d'études organisée par l'équipe de recherche
en sciences de l'information et de la communication **Prim**,
Pratiques et ressources de l'information et des médiations

IUT Information-Communication de Tours
École publique de journalisme de Tours,
Université François-Rabelais.

Comité d'organisation :

Laure Colmant, Gustavo Gomez-Mejia, Jérémie Nicey,
Pascal Ricaud, Samuel Tietse et David Douyère.

Cette manifestation bénéficie du soutien de la commission recherche
de l'université François-Rabelais (université confédérale Léonard-de-Vinci)
et du comité de la recherche de l'IUT de Tours.

*

La journée aura lieu à l'IUT de Tours,
site Jean-Luthier, au Nord de la Loire, de 9h à 18h.
29, rue du Pont-Volant, Tours
dans la salle E 4010 (bâtiment E, 4^e étage).
Accès depuis la gare de Tours : bus 2, dir. Les Douets, 10 min.
Trains depuis Paris, notamment à 7h16.

*

Inscriptions :

prim.recherche@gmail.com

