

**POUVOIR CONTEMPORAIN ET DEUX TYPES DE JOURNALISME DANS L'ESPACE  
MÉDIATIQUE ET POLITIQUE UKRAINIEN**

Oksana Lychkovska

Docteur en sociologie, Professeure associée du département de sociologie  
Sous-directrice scientifique de l'Institut des sciences sociales de l'Université nationale  
d'Odessa d'I.I. Metchnikov (Ukraine)  
lychkovska@mail.ru

**Résumé**

Notre contribution entend établir les rôles ambigus des médias traditionnels et des réseaux sociaux dans le processus de rénovation de l'espace politique ukrainien, et révéler deux types de journalisme : les journalistes traditionnels et les producteurs d'éditions en ligne qui deviennent les « fondateurs d'une nouvelle opinion publique » en contribuant à l'apparition de l'activisme politique.

**Mots clés**

Journalisme, espace médiatique ukrainien, médias sociaux, éditions en lignes, activisme politique.

**Abstract**

Our paper deals with dual roles of traditional and social media in the process of Ukrainian political space renovation. We aim to reveal two types of journalism: traditional journalists versus “advisors” and “sellers” of political content and on-line “producers” who become “public poll creators” and favor the appearance of political activity.

**Key words**

Journalism, Ukrainian media space, social media, on-line editions, political activity.

## INTRODUCTION

*Le but principal* de notre contribution est d'examiner l'ambiguïté des rôles et des avantages des médias traditionnels et des médias sociaux dans le processus de rénovation de l'espace socio-politique ukrainien, et notamment de révéler et d'opposer deux types de journalisme. Les journalistes traditionnels – « conseillers » et « vendeurs » de contenu politique – et les producteurs de médias sociaux, d'éditions en lignes, ou les blogueurs qui deviennent des « fondateurs d'une nouvelle opinion publique » en contribuant à l'apparition de l'activisme politique.

## LES APPROCHES THEORIQUES PRINCIPALES ENVERS MEDIAS

Les médias traditionnels permettent aux acteurs politiques de se donner une représentation à travers leurs positions médiatiques. C'est donc un jeu où chacun des acteurs essaie d'anticiper les demandes et les orientations de l'autre. Et cela assure le rôle des « conseillers » en communication, d'anciens journalistes capables de parler à la presse ou à la télé et de « vendre » le discours de l'homme politique qu'ils conseillent et représentent. L'analyse des types du journalisme contemporain peut se fonder sur l'évolution historique de la responsabilité sociale des divers médias selon l'ouvrage classique de Fred Siebert, Theodore Peterson et Wilbur Schramm : *Quatre théories de la presse*, paru il y a déjà 60 ans, en 1956 (Siebert, Peterson and Schramm, 1956). Ces chercheurs américains repèrent le plus ancien modèle dans le climat autoritaire de la Renaissance tardive au moment de la naissance de l'imprimerie. Il s'agit de la « théorie autoritaire » : la presse fonctionnait de haut en bas. Les dirigeants, par conséquent, utilisaient la presse pour informer les gens sur les sujets sur lesquels ils jugent nécessaire d'informer la population et sur les politiques que les gens devraient soutenir. Les activités d'édition sont ainsi une sorte de pacte entre le pouvoir et l'éditeur selon lequel les autorités conféraient un monopole à l'éditeur, et l'éditeur fournissait le support en contrepartie. Par contraste, la théorie libérale qui trouve son origine au 17<sup>ème</sup> siècle, mais qui n'a été pleinement développée qu'aux 18<sup>ème</sup> - 19<sup>ème</sup> siècles, croyait l'homme libre dans ses opinions par rapport à l'Etat. La presse n'est donc pas un instrument du gouvernement, mais le moyen de présenter les faits et les arguments sur la base desquels les gens peuvent surveiller le gouvernement et créer leurs propres opinions sur la politique. Au XX<sup>e</sup> siècle, la théorie libérale fut transformée en

théorie de la « responsabilité sociale ». La disponibilité de nombreux petits médias qui manifestaient différentes opinions politiques, parmi lesquelles le lecteur aurait pu choisir la sienne ayant cessé d'exister, la presse s'est retrouvée dans les mains d'un petit nombre de personnes, comme auparavant. Certes, il ne s'agit plus maintenant des dirigeants politiques, mais des propriétaires des médias. Ceux qui possèdent et exploitent la presse décident quels genres de personnes, quels faits ou quelles versions des faits seront présentés au public. Et enfin, on distinguera une « théorie communiste », dans laquelle la théorie autoritaire retrouve sa place dans le cadre totalitaire rigide. Elle est née de la guerre froide et de celle de l'information et de la nécessité de maintenir et légitimer le parti et le point de vue d'un leader. Bien que la configuration géopolitique du monde ait subi des changements importants depuis cette publication, toutes les théories des médias qu'elle présente restent d'actualité.

Ainsi, l'analyse des nouveaux conflits armés, des guerres hybrides et des nouvelles guerres d'information que nous pouvons observer aujourd'hui en Europe orientale, en particulier entre la Russie et l'Ukraine, nous permet de comparer les types de journalisme dans ces pays. Schématiquement, la plupart des médias de la Russie contemporaine renvoient au modèle autoritaire des médias et mettent en œuvre divers moyens pour garantir l'affirmation des opinions totalitaires et pro-gouvernementales et la légitimation d'un seul dirigeant. En revanche, les médias ukrainiens s'efforcent de rester dans les limites des modèles libéraux et de la responsabilité sociale sans imposer des techniques de propagande d'une manière rigide. C'est au point qu'ils sont souvent critiqués par une partie de la population et des experts qui allèguent que l'absence d'une politique d'information contrôlée en Ukraine contribuerait à sa défaite dans la guerre des médias avec la Russie.

## **INTERPRETATIONS MODERNES DE LA MISSION SOCIALE DU JOURNALISME**

En envisageant les interprétations modernes de la mission sociale du journalisme, en nous appuyant sur des sources étrangères et nationales, on peut mettre en évidence quatre types. Le premier modèle de la mission professionnelle du journaliste peut être décrit comme « un modèle du quatrième pouvoir ». La société journalistique est considérée ici comme une institution sociale indépendante et relativement autonome impliquée dans la gestion de la société : ses

membres exécutent certaines fonctions dans un système de contrôles et de contreponds entre tous les secteurs du gouvernement. Dans les pays post-soviétiques et post-socialistes, la métaphore du « quatrième pouvoir » est souvent comprise au sens littéral lorsque le support est considéré soit comme un partenaire direct du gouvernement, soit comme un « contreponds » : un outil pour le combattre. Nous y verrons le reflet d'institutions usées et le sous-développement du rapport du gouvernement avec la société civile et l'absence d'une sorte de « contrat social » entre eux.

Le second modèle - un modèle d'engagement social du journalisme - considère les médias comme un outil pour protéger les droits civils des individus ou des groupes sociaux. Ils sont alors un moyen d'exprimer les intérêts et les enjeux des différentes unités structurelles de la société civile. Autrement dit, une variété d'organisations non gouvernementales et de mouvements sociaux volontaires recherchent et produisent les informations fournies par les médias ; conscients de leurs intérêts, ils sont en mesure de contrôler le pouvoir et d'assurer la réalisation finale de leurs droits et la poursuite de leurs intérêts.

Le troisième modèle - un modèle de bonne information - se base sur la prémisse que la fonction primaire du journalisme est d'informer sans évaluer. Ce soi-disant « journalisme objectif » se réfère à des rapports fiables concernant la scène publique sans mentionner les opinions et les jugements de l'auteur. Toutefois, il convient de noter que ce modèle est assez difficile à mettre en pratique parce que toute communication sociale contient une évaluation latente. Les communications sociales à la main heureuse mentionnées par Jürgen Habermas dans sa « Théorie de l'action communicationnelle » valent moins comme quelque chose qui serait « empiriquement et authentiquement valide » que comme quelque chose qui serait juste et compatible avec la définition adoptée dans une société donnée ou tenue pour « de règle » dans la communauté. De toute façon, en pénétrant le public, les informations factuelles passent par le filtre de la pluralité des attitudes et des évaluations activées par les destinataires, qui s'éloignent le plus souvent des informations qui ne répondent pas à leurs convictions personnelles, et les ignorent.

Enfin, le quatrième modèle réunit - « les médias en tant qu'intermédiaires ». Dans ce cas, les médias sont une « plate-forme » sur laquelle est organisé et maintenu un dialogue constant avec le public afin de parvenir à l'équilibre du pouvoir dans la société. Ce modèle est propre aux médias nouveaux et aux réseaux sociaux, qui impliquent l'interactivité et une part active dans le processus de communication.

Ainsi présentées brièvement, ces quatre sources du pouvoir des journalistes dans la société moderne mettent en évidence la création d'une nouvelle réalité de l'autorité, la décentralisation du pouvoir ainsi que l'affaiblissement et la diminution de la confiance envers le pouvoir suscitée par toutes sortes de révélations et d'enquêtes journalistiques et, enfin, une sorte de déconstruction des idéologies et la position critique des journalistes qui critiquent toute forme d'autorité.

## **THEORIES DE DOMINATION ET DE POUVOIR DES MEDIAS**

Il semble possible de lier ces différents concepts et modèles de journalisme aux formes caractéristiques prises par les modes de pouvoir dans la société moderne et la place des médias et des technologies en leur sein.

« Le pouvoir comme la possession et la domination ». Dans ce cas, il s'agit non seulement de la possession du capital symbolique et de l'impact sur l'esprit du public, mais aussi du combat pour la participation « physique et corporelle » des gens. Ainsi, afin que les médias puissent se maintenir et se pérenniser, la présence physique du public est nécessaire. Ici nous parlons d'un média aussi traditionnel et influent que la télévision. Le pouvoir de la télévision manifeste très visiblement les relations de dominance et les structures d'inégalité et crée la structure des préférences. La télévision diffuse le discours social principal et prétend à une sorte de monopole sur la formation de l'opinion publique. Cela a été particulièrement dit par Pierre Bourdieu dans son célèbre ouvrage « Sur la télévision » (Bourdieu, 1996). La présentation des événements est tellement liée à leurs interprétations que nous pouvons parler d'une « programmation » spécifique de la réalité. L'inconvénient de cette domination est la réduction de la confiance envers la télévision : on la regarde, mais on ne lui fait plus confiance. Les cotes de confiance de la télévision ne dépassent pas 30% en Ukraine.

« Le pouvoir des médias comme un ordre social ». Dans ce rôle les médias électroniques deviennent une sorte d'« institution influente et définitive de la socialisation », en particulier dans la situation où les institutions traditionnelles de socialisation, telles que la famille et l'école, ont perdu de leur pertinence. Les médias sont légitimés en tant que systèmes d'experts, représentant les points de vue des experts et des rapports de correspondants, ainsi que les

« arbitres moraux » qui sont montrés par divers spectacles à la télévision. L'ordre social peut aussi être interprété ici comme « l'ordre des valeurs sociales et des significations » : en utilisant la société des médias traditionnels, on produit des « codes de précaution » pour bloquer « le décodage incorrect ». Nous pensons ici à l'existence de conventions d'interprétation généralement acceptées, ce qui peut être exprimé ici comme un ensemble de projections classiques, consensuelles ou rivales, sur la réalité.

« Le pouvoir des médias comme communication », vise ici une pratique globale qui embrasse tout, étant omniprésente. Le pouvoir des mots dans ces médias devient plus vulnérable alors que l'état de l'image visible est assez directement associé à la réalité et la plausibilité.

Au début des années 2000, on glosait sur « les médias omniprésents » qui s'introduisaient adroitement dans notre vie en exploitant nos choix personnels, en changeant les structures du pouvoir, mais aussi la configuration de la perception, les interactions avec des gens et des institutions (Featherstone, 2009, p. 1 - 22).

« Le pouvoir ontologique ou technique » est perceptible dans les théories de S. Lash et de H. Humbercht. Ainsi, Scott Lash propose une nouvelle conception de « la post-hégémonie » des médias, qui ne représente déjà tout simplement plus la domination symbolique, ou le pouvoir légitimé, mais « la politique de l'intensité » (Lash, 2007 : p. 55 - 78). Cela se marque premièrement par la transition du « régime épistémologique » du pouvoir vers son « régime ontologique ». Le premier se réalise comme la reproduction de l'ordre symbolique par le discours, par les propriétés prédicatives de la langue qui définissent l'objet dans l'ensemble de ses attributs. Sous son régime ontologique le pouvoir se manifeste au niveau de l'existence et de la facticité au sens heideggerien. Deuxièmement, il s'agit de la mutation du pouvoir, qui cesse d'être domination "sur" pour devenir un pouvoir comme domination « de l'intérieur », un pouvoir comme puissance et force générant ce qui se trouve dans le monde réel quotidien – dans les pratiques quotidiennes de la langue, des corps, des objets, dans la production permanente des différences et plutôt que dans la reproduction de la dominante symbolique. Troisièmement, on constate le mouvement général des normes vers les informations factuelles dans le processus politique. Et, enfin, le régime extensif de la représentation des relations sociales intégrées aux représentations symboliques se transforme en un régime intensif de communications qui légitime performativement, c'est-à-dire automatiquement, tout ce qui se trouve dans leur orbite (Lash,

2007 : p. 56 - 68). Ainsi, la théorie sociologique s'efforce-t-elle de différencier et d'opposer l'épistémologie à l'ontologie de la domination. Il s'agirait, ainsi, « de rattraper le réel », de découvrir ses traces dans les espaces multicouches et médiatisés de la vie humaine, de parvenir à présenter ce qui n'est pas exprimé, mais détermine en sous-main les choix et les actions de la vie quotidienne. Le pouvoir technique – et plus largement le pouvoir matériel – se manifeste, d'ailleurs, même dans le contexte habituel, qui en dehors du sens, possède également « de l'objectivité matérielle », et influence physiquement notre corps, en lui communiquant les rythmes, les hésitations sonores et visuelles et en réalisant, selon l'idée de H.Gumbrecht, « le plus facile attouchement du monde réel » (Gumbrecht, 2006 : p. 110), c'est-à-dire nous propose des contacts réels avec la réalité, « le plaisir sensuel et intellectuel ». Et cela se généralise aussi aux autres groupes de machines et matériels – les objets, la technique, l'environnement visuel, à tout ce qu'on palpe où tout ce qu'on goûte. Autrement dit, H. Gumbrecht insiste sur un nouveau pouvoir – « un effet de présence », qui est atteint grâce à la présence physique des objets (le texte, la voix, la toile avec les peintures, le jeu de l'équipe sportive). Il ne s'agit pas de réduire l'effet de la signification, mais de montrer que ce pouvoir coexiste avec lui (Gumbrecht, 2006 : p. 111).

Ainsi, tous ces modèles montrent les changements qui se sont produits dans la société et ont provoqué un processus à deux voies - de la médiatisation de la politique et la politisation des médias, qui ont changé le rôle du journaliste. A cet égard, il convient de parler du second type de journalisme qui apparaît avec l'émergence et le développement de l'Internet et des médias sociaux.

Les médias sociaux et tout l'ensemble des nouvelles formes de la communication associant les producteurs de contenus avec leurs consommateurs permettent à chaque lecteur/souscripteur du blog non seulement d'exercer les fonctions du commentateur, du reporter, du photocorrespondant ou du rédacteur, mais de se manifester comme joueur à part entière du processus politique. Ainsi, des célèbres blogueurs et des journalistes des éditions en ligne cessent d'être des simples « médiateurs », même fameux, à l'intérieur des enjeux politiques ukrainiens, mais deviennent députés en figurant comme têtes de liste des partis politiques. Ils contribuent tout autant à la fondation d'un nouveau type de communauté de masse, capable de transformer le contexte politique d'une manière révolutionnaire.

À la différence des médias traditionnels, ils sollicitent l'identification et l'appartenance de la personne à certaines communautés on-line ou off-line (Lychkovska, 2013 : p. 32). De là découlent les trois propriétés et avantages les plus importants des médias sociaux. Premièrement, les médias sociaux sont « désintermédiés ». Cela offre aux internautes la possibilité de créer et de modifier le contenu à leur gré et de les partager avec d'autres personnes. Deuxièmement, le consommateur est perçu simultanément comme le producteur du contenu et comme son distributeur. Ainsi, A. Bruns (2008) propose d'employer le terme « *produser* », comprenant de deux mots anglais – « *producer* » et « *user* »<sup>1</sup> pour souligner la position hybride de l'internaute. Troisièmement, la communication des médias sociaux est toujours interactive et en réseau, ce qui produit à la fois des résultats positifs et des conséquences négatives.

Insistons donc sur ce fait que les médias sociaux en tant que pratiques participatives numériques illustrent des éléments clés du désir humain : exprimer son identité, construire la communauté de ceux qui se reconnaissent dans certaines idées et/ou rejoindre une telle communauté, exposer son passé et, enfin, partager son expérience. Ces caractéristiques sont bien celles qui contribuent à leur popularité exceptionnelle, comme à l'extension énorme de la démocratie numérique, phénomène que nous avons déjà examiné dans nos précédents travaux.

## **LE PHENOMENE DES COMMENTAIRES EN TANT QU'ACTIVITE COMMUNICATIVE DU PUBLIC UKRAINIEN (L'ANALYSE SOCIOLOGIQUE)**

Pour conclure nous voudrions nous fixer maintenant sur certaines tendances empiriques propres au public ukrainien. Nous utilisons pour cela les données d'une enquête sur l'espace numérique ukrainien, notamment le phénomène des commentaires présentés dans les éditions numériques. On a examiné l'édition numérique disposant d'une haute cote de popularité « *Ukrainskaia Pravda* » (La vérité ukrainienne), édition indépendante qui a engendré justement ces blogueurs et journalistes qui sont devenus ensuite députés du Parlement ukrainien. Parmi eux Moustafa Naiem : il est la personne qui a appelé le premier sur son blogue à aller manifester au Maidan en 2013 à Kiev. Cette publication fut le premier événement de la révolution ukrainienne. On citera aussi Sergiy Leschenko, un journaliste célèbre pour ses enquêtes.

---

1 Mon correspondant Gérard Wormser propose un terme français équivalent : « édilecteur », qui renvoie du lecteur vers l'éditeur. Mais il reste à le faire circuler dans l'espace médiatique.



La période de l'enquête couvrait les mois de janvier et celui de juin 2016. Utilisant une méthode d'échantillonnage aléatoire simple, on a choisi une semaine au sein de chaque mois. Dans le cadre de la semaine a été choisi un jour : tous les articles de presse et les commentaires parus ce jour ont été examinés. Le corpus des textes et des commentaires contient 3500 pages. La méthode de collecte des informations sociales primaires procède de l'analyse du contenu du texte des articles et des commentaires.

**Les catégories d'analyse sont les suivantes :**

- « La proximité des événements » - comprise comme la proximité de l'événement décrit dans les nouvelles à la vie quotidienne des lecteurs et la présence de relation affective envers l'événement. En conséquence, les événements qui se déroulent en Ukraine, avaient la plus grande proximité et étaient accompagnés par l'attitude affective dans les articles et dans les commentaires.
- « La fréquence des événements » - combien de fois cet événement se reproduit, il y a un début et la fin de l'événement.
- « La notoriété » - on mentionne des personnalités bien connues.
- « L'engagement personnel » a été enregistré dans le cas des références à des expériences personnelles.
- « Les controverses » - il y avait la présence d'un conflit violent ou non-violent.
- « L'événement inattendu » décrit une situation inattendue.
- « L'influence sociale ou personnelle » - l'impact sur la catégorie sociale ou sur le groupe ou sur l'individu.
- « Le dommage » - une rétroaction négative, le « succès » - un résultat positif.  
« L'interprétation et l'analyse » si les nouvelles étaient de nature analytique.
- « Le concret » - lorsque les faits sans interprétations ni évaluation ont été donnés.
- « L'accomplissement des événements » - une indication sur l'événement accompli et ou sur celui qui est en cours.
- 

Les commentaires ont été analysés en tenant compte de l'analyse des deux catégories, qui sont ensuite considérées comme variables dépendantes :

- « le niveau de la participation » - le nombre des commentaires à cet article.
- « le degré d'interactivité » - l'existence des discussions dans les commentaires et les discussions de cet article sur le forum d'une édition.

La régression logistique a été utilisée comme une méthode d'analyse mathématique.

**Tableau n°1 : L'influence des catégories des textes des articles sur la spécificité des commentaires en coefficients de l'analyse régressive**

<b>Catégories des textes</b>	<b>Niveau de la participation</b>	<b>Degré d'interactivité</b>
« La proximité des événements »	0.43	0.45
« La fréquence des événements »	0.57	0.17
« Le pouvoir »	0.07	-0.76
« La notoriété »	- 0.06	0.18
« L'engagement personnel »	0.03	0.14
« Les controverses »	0.14	0.20
« L'événement inattendu »	- 0.29	- 0.23
« L'influence sociale ou personnelle »	0.44	1.46
« Le Succès »	- 0.02	0.08
« Le dommage »	0.18	0.49
« L'interprétation et l'analyse » / « Le concret »	- 1.07	- 1.35
« L'accomplissement des événements »	0.30	0.48

La proximité de l'événement est étroitement corrélée positivement à la fois au niveau de la participation, et au degré d'interactivité. L'idée est que les événements les plus commentés - ceux qui se sont produits soit en Ukraine soit qui concernaient les relations russo-ukrainiennes. Les événements qui ont lieu dans d'autres pays, provoquaient chez les lecteurs moins d'envie d'y répondre. La fréquence des commentaires et le degré d'interactivité sont aussi étroitement corrélés à la catégorie de l'influence sociale - s'il s'agissait de l'impact du groupe social, les réponses ont été plus prononcées que dans le cas d'influence individuelle. La disponibilité de l'interprétation et l'absence de faits a conduit à un impact négatif élevé, cela veut dire, plus d'interprétation, moins d'interactivité du public et moins de commentaires. L'événement inaccompli a également causé un grand nombre de commentaires et une grande interactivité. Ces catégories comme l'engagement personnel, un événement inattendu, la notoriété et le succès n'ont pas eu d'effet significatif sur l'activité des lecteurs, bien que nous nous attendions à des résultats un peu différents. Il y avait aussi des catégories qui ne portent que sur une des deux variables dépendantes. Ainsi, les événements itératifs ont augmenté le nombre des commentaires, mais n'ont pas augmenté l'interactivité. En même temps, la catégorie du «pouvoir» qui caractérise la mention des chefs d'Etat, les partis, etc., n'augmentait le nombre des réponses, mais intensifiait l'interactivité, notamment la présence de la discussion. La même tendance a été observée avec l'influence de la catégorie des «controverses» et les dommages causés, les références similaires ont intensifié l'interactivité.

## **CONCLUSION**

Donc pour conclure, il est à noter que le rôle du second type de journalisme est renforcé à la fois au niveau mondial. En Ukraine, en particulier, cette tendance explicite est liée à l'émergence de nouveaux médias sociaux - tels que les éditions numériques, les réseaux sociaux et les blogs. Les médias sociaux contribuent non seulement à la mobilisation sociale et personnelle, mais renforcent les mécanismes psychologiques de défense, ainsi que l'activité de communication personnelle et la participation de l'audience dans la communication de masse. A présent, les médias ne sont plus des médiateurs sans réponse et sans responsabilité, tels qu'ils ont été décrits par les philosophes postmodernes dans les années 70 et 80 du siècle dernier : non seulement les journalistes, mais aussi le public deviennent des participants à part entière dans les pratiques contemporaines de communication. Et souvent, l'activité numérique remplace ou compense pour

la personne l'isolement personnel et permet de faire face à l'incertitude et à l'instabilité de la vie sociale. Ce jugement semble être d'autant plus vrai pour les pays, tels que l'Ukraine, caractérisés de longue date par un degré élevé d'incertitude et de stress social, qui ont d'ailleurs significativement augmenté dans la situation actuelle de crise sociale et d'agression extérieure qui continue.

## BIBLIOGRAPHIE

Bourdieu, P. (1996). *Sur la télévision*. Paris, Liber-Raisons d'agir.

Bruns, A. (2008). *Blogs, Wikipedia, Second Life, and Beyond: From Production to Produsage*. New York: Peter Lang.

Featherstone, M. (2009). Ubiquitous Media: An Introduction. *Theory, Culture & Society*, Vol. 26, 1 – 22.

Gumbrecht, H. Гумбрехт, Х.,У. (2006). *Производство присутствия: Чего не может передать значение*. М.: Новое литературное обозрение.

Lash, S. Power after Hegemony. *Cultural Studies in Mutation Theory* (2007), *Culture & Society*, Vol. 24, 55-78.

Lychkovska, O. (2013). Blogging as participatory media practices and elements of social media in contemporary Ukraine, *Odessa National University Herald. Series: Sociology and Politics*, Vol. 18, Issue 1 (17), 30-37.

Siebert, F. S., Peterson, Th. and Schramm, W. (1956). *Four Theories of the Press : The Authoritarian, Libertarian, Social Responsibility, and Soviet Communist Concepts of what the Press Should be and Do*. University of Illinois Press.



Cette œuvre est mise à disposition selon les termes de la Licence Creative Commons Attribution 4.0 International.