

TECHNICITE INTELLECTUELLE  
ET PROFESSIONNALISME  
DES JOURNALISTES

Gérard CORNU  
Denis RUELLAN

L'ambition de cette contribution est d'interroger la notion de technicité du journalisme. Parce que l'analyse du discours professionnaliste fait ressortir une ambiguïté de base maintenue autour du terme de « technique ».

Cette ambiguïté est sémantique ; elle tend à conserver aux pratiques journalistiques les connotations associées aux techniques matérielles. La technique fait référence à l'utilisation d'outils, et ceux-ci se conçoivent avant tout comme des outils matériels, des technologies. Or, dans le journalisme, la part des techniques matérielles est limitée, et leur usage revêt un sens spécifique.

Si le journalisme est un utilisateur de technologies (télécommunications, chaîne graphique, images fixes et animées), le propre du métier n'est pas de maintenir, de développer et de mettre en œuvre ces technologies. Le journaliste n'est pas technicien au sens admis pour les spécialistes des régies vidéo ou de l'imprimerie. Par contre, il est constamment un utilisateur des technologies, et il collabore étroitement avec des techniciens spécialisés pour mener à bien sa propre spécialité : la production d'un sens, premier et précaire, sur le réel en train de se faire.

Cette ambiguïté sémantique a pour corollaire de faire disparaître une autre dimension de la technicité, il est vrai par dé-

finition moins palpable, moins visible et plus difficile à conceptualiser : les techniques intellectuelles. Trop peu ancrée dans le sens commun pour pouvoir servir d'argument en tant que telle dans un discours de légitimation, cette notion est pourtant essentielle pour une recherche sur la technicité effective des pratiques journalistiques.

### **Techniques intellectuelles et rationalité**

L'idée que la technique déborde la référence à l'utilisation d'outils matériels n'est pas nouvelle. Max Weber, Jacques Ellul et bien d'autres l'ont développée avec talent. L'approche webérienne nous semble offrir un cadre de référence particulièrement riche pour l'analyse des techniques du journalisme dans la mesure où elle associe étroitement les concepts de technique et de rationalité, et ouvre la voie à une réinterprétation du professionnalisme dans les termes d'un processus de *rationalisation* des pratiques journalistiques. Bien au-delà de la mise en œuvre de technologies matérielles, il s'agira alors d'observer quels sont les éléments de ces pratiques qui mettent en jeu la détermination de moyens efficaces en vue d'un résultat préalablement planifié. On pourra ensuite s'interroger sur les formes que prend, dans les pratiques professionnelles, la confrontation de cette logique instrumentale avec celle de rapports sociaux fondés sur l'interaction, le conflit ou la négociation, et qui résistent – mais jusqu'à quel point ? – à la rationalisation sous couvert d'« impératifs techniques ».

Les éléments relevant d'une rationalité des moyens et des fins dans l'activité journalistique sont nombreux et divers, qu'il s'agisse de l'organisation des tâches à l'intérieur des rédactions, des méthodes de collecte de l'information, de la sélection, de la hiérarchisation et de la mise en forme de cette information, ou encore de l'écriture de presse. Tous ont connu à des degrés divers un processus de rationalisation progressive et ont vu se développer des savoir-faire techniques plus ou moins codifiés selon les cas. Les techniques

d'écriture mises au point à partir des années 50 dans les agences de presse américaines, et enseignées depuis dans la plupart des écoles de journalisme, en constituent un exemple particulièrement révélateur. Au départ, ce sont des études sur les mécanismes de la lecture et de la mémoire menées dans le champ de la psychologie expérimentale qui ont permis de poser en termes quantitatifs le problème de la *lisibilité* des textes. A partir de là, on put élaborer des règles d'écriture destinées à en optimiser la compréhension et la mémorisation. On s'efforça même de mesurer un indicateur de *human interest* pour renforcer l'impact émotionnel des textes. L'aspect significatif de cette démarche est celui qui consiste à partir de la lecture pour déduire des normes valables en ce qui concerne l'écriture. Au rapport chronologique entre l'écriture et la lecture s'est substitué un rapport contrôlé où la *finalité* de la lecture détermine les moyens d'une écriture *efficace*.

Si l'on considère à présent les tâches journalistiques dans leur ensemble, le fait majeur paraît être leur organisation selon le principe d'une *chaîne*, dont chaque étape apparaît à la fois comme un sous-objectif pour l'étape précédente et un moyen pour l'étape suivante. Cette chaîne s'inscrit elle-même à l'intérieur d'une chaîne plus large de production matérielle et de diffusion des supports d'information. Outre la spécialisation relative des tâches qui en découle (par exemple la distinction entre journalistes « assis » et « debout »), ce principe se traduit notamment par une dilution des finalités à l'intérieur d'une mécanique de moyens et de sous-objectifs qui est caractéristique des systèmes complexes et fortement rationalisés. Bien sûr, les choix *politiques* ou *éthiques*, c'est-à-dire concernant les fins et non les moyens, subsistent. Mais on sait qu'un projet rédactionnel, par exemple, ne parvient pas toujours à s'imposer face aux moyens techniques supposés le servir et qui bien souvent lui dictent leurs contraintes. Arrivé à un certain stade de rationalisation, le système tend à multiplier les *routines* et à imposer sa propre logique, réduisant d'autant la marge de choix entre des options alterna-

tives. Cette limitation est facile à observer dans le domaine de l'information télévisée et radiophonique, où le primat du *professionnalisme*, lié à l'autonomie conquise en France par les rédactions depuis une quinzaine d'années, s'est accompagné d'un resserrement des différences pouvant subsister entre les formes de journaux ou de reportages.

Par ailleurs, si l'on s'en tient à l'enchaînement des différentes étapes conduisant rationnellement de la confrontation des journalistes avec les sources d'information jusqu'à la mise en forme finale, il apparaît que la dernière étape, celle de la diffusion de l'information en direction d'un public, doit occuper une position déterminante, puisque c'est vers elle que convergent les objectifs partiels des étapes précédentes. Le mouvement de rationalisation, qui trouve son point de départ logique dans la phase la plus en aval de la chaîne, semble avoir suivi le même chemin dans son développement historique. C'est en effet la volonté, motivée par le souci de la rentabilité économique, de proposer un *produit* le mieux adapté possible aux attentes du public qui a constitué, notamment dans la presse américaine de la fin du XIX<sup>e</sup> siècle, le premier moteur d'une réorganisation rationnelle de la production d'information. Au-delà de l'intuition d'un Hearst ou d'un Pulitzer se sont développés dans le courant du XX<sup>e</sup> siècle les outils de la psychologie sociale et du marketing, qui ont achevé de consolider, mais peut-être aussi de dévoyer, cette fonction de communication devenue la pièce centrale du processus de rationalisation.

## **Le procédé angulaire**

Qu'en est-il des pratiques contemporaines du journalisme ? L'hypothèse que la diffusion de l'information vers un public constituerait l'origine et non l'aboutissement d'un processus de rationalisation qui remonterait de proche en proche jusqu'à la collecte des informations peut-elle être étayée dans les faits ?

On en trouvera certains éléments de confirmation si l'on se penche sur une notion qui n'a guère retenu l'attention des

théoriciens du journalisme jusqu'à présent, bien qu'elle occupe une place déterminante dans sa pratique quotidienne : il s'agit de la notion d'angle (1). Cette forme d'approche de la réalité que mentionnent pratiquement tous les manuels français de journalisme postérieurs aux années 70 (aux Etats-Unis, on continue d'utiliser la notion plus restrictive de *story*), et dont on trouve des ébauches au moins depuis les années 30, a en effet pour particularité de fonctionner à travers toutes les étapes de la chaîne informationnelle et de contribuer à les articuler entre elles. Les manuels ne donnent en général que peu de détails sur la pratique « angulaire » tout en s'accordant sur le rôle central qu'elle occupe dans les techniques de l'enquête et dans celles de la construction d'un article ou d'un reportage. Il suffit en effet de faire appel à l'intuition et au sens commun pour exposer en quelques lignes la nécessité de choisir un « point d'abordage », un « éclairage », un « fil conducteur » pour être en mesure de traiter la plupart des sujets informatifs sans se laisser submerger par la multiplicité de leurs facettes. On évoquera aussi fréquemment la pratique consistant à décomposer le traitement d'un sujet complexe en plusieurs « papiers » articulés chacun à partir d'un angle différent.

Cependant, la force d'évidence liée à cette pratique angulaire risque de masquer le fait qu'elle n'a pas toujours eu cours, et qu'elle repose sur un certain nombre de présupposés qui la situent historiquement. Elle correspond notamment à la possibilité pour les journalistes d'effectuer un *choix* personnel, subjectif, entre plusieurs formes de traitement d'une même réalité, et s'appuie à cet égard sur un système de valeurs qui privilégie l'honnêteté par rapport à l'objectivité, celle-ci supposant que le traitement journalistique adéquat découle de la réalité elle-même, et non d'une intervention du journaliste rejetée par principe. Cette modification des valeurs dominantes dans la profession date, en ce qui concerne la France, des années 70.

La mise en application de la notion

d'angle pose certains problèmes en ce qui concerne les pratiques de l'enquête sur le terrain. L'angle d'un reportage, d'une enquête ou d'une interview peut être déterminé à l'avance en conférence de rédaction, et il procure au journaliste un gain de temps appréciable en lui permettant d'orienter d'emblée ses questions et ses observations selon la direction choisie. Cependant, ce choix est effectué en fonction d'informations souvent parcellaires, et sa pertinence peut se trouver remise en cause par les données plus complètes obtenues sur le terrain. Le journaliste est alors confronté au dilemme de devoir soit maintenir l'angle choisi malgré son caractère insatisfaisant, soit le modifier de façon improvisée et sans toujours pouvoir en référer à sa rédaction. Cette difficulté se rencontre surtout dans les enquêtes brèves (une demi ou une journée) qui sont le cas le plus courant, et ne vaut pas pour des enquêtes plus approfondies, qui donnent souvent lieu à la définition d'angles plus complexes épousant les spécificités du sujet abordé. Elle est significative dans la mesure où elle pose le problème d'un rapport amont-aval dans lequel c'est l'activité en aval, à savoir une démarche liée à la sélection et à la hiérarchisation des informations, qui détermine l'activité en amont de collecte des informations. Autant les avantages que les inconvénients de la pratique angulaire apparaissent ainsi associés à un processus de rationalisation qui pose en termes techniques la question de la meilleure adéquation possible entre les opérations de collecte de l'information et le type d'utilisation à laquelle celle-ci est destinée.

La même logique se prolonge si l'on continue à suivre vers l'aval la chaîne du traitement de l'information. En ce qui concerne la construction et la rédaction d'un article, chacun reconnaîtra que la tâche est grandement facilitée lorsque les données sont clairement hiérarchisées et articulées autour d'un fil conducteur qui aidera, par la même occasion, à définir un ton propre à cet article. Mais nous nous in-

(1) CORNU, 1990, 1 et 2 ; RUELLAN, 1993.

téresserons plus particulièrement à la place occupée par l'étape finale vers laquelle tend tout le processus, celle de la communication des nouvelles à un public. En tout premier lieu, il convient de constater que, dans son principe même, la pratique angulaire vise à introduire une *cohérence* dans le traitement de sujets souvent complexes et multiformes, le cas échéant en en séparant les différents aspects. Ce souci de cohérence, sans lequel on imagine à tort ou à raison qu'il n'est pas de message efficace et intelligible, constitue sans doute l'un des thèmes les plus récurrents dans tous les domaines de la communication. Et la notion d'angle pourrait bien être la solution inventée par le journalisme contemporain pour concilier les « impératifs » de la communication avec ceux, non moins contraignants, du réel auquel il se trouve confronté en amont.

Des éléments plus nuancés d'appréciation nous seront fournis par l'observation des critères associés au choix d'un angle. Quatre critères sont régulièrement cités. Le premier, celui de l'accessibilité, correspond aux contraintes propres au recueil des informations, mais intègre la limite de temps qui dépend, elle, de la gestion globale de la chaîne rédactionnelle, voire médiatique dans son ensemble. Celui de l'adaptation aux intérêts ou aux connaissances du public visé confirme notre propos en traduisant dans l'orientation de l'enquête la norme fondamentale d'une démarche de communication. Il est d'ailleurs suffisamment ancien pour pouvoir fonctionner chez les professionnels comme un réflexe, sans devoir faire appel aux segmentations du marketing, et ce caractère, en fin de compte plus intuitif que technique au sens strict, autorise une assez grande flexibilité, le journaliste s'essayant parfois à devancer les attentes de ses lecteurs ou spectateurs plutôt que de s'en faire simplement le « miroir ».

Les deux derniers critères, ceux de la

pertinence et de l'originalité, donnent matière à des options variables selon les genres journalistiques et selon les orientations rédactionnelles. Celui de l'originalité répond clairement à une logique de communication puisqu'il s'agit d'intéresser, de surprendre, de séduire. En cela, la pratique angulaire prolonge la démarche journalistique traditionnelle, qui fait valoir comme informations les événements présentant un caractère de nouveauté ou de rareté, mais elle en pallie les insuffisances lorsqu'un fait en lui-même banal peut voir son intérêt rehaussé par un éclairage nouveau et inattendu. Beaucoup de jeunes journalistes ont d'ailleurs subi l'influence des techniques créatives de la publicité dite *conceptuelle* des années 70 et 80, qui fonde une part de son efficacité sur la recherche d'un écart maximal entre le produit et le concept publicitaire. Le critère d'originalité bénéficie ainsi d'une très grande légitimité grâce à ce double ancrage dans une tradition journalistique soucieuse de spécificité plutôt que de représentativité (2), et dans certaines idées dominantes à l'intérieur du champ professionnel de la communication. On peut lui associer d'autres critères parfois également mentionnés comme ceux de clarté et de simplicité (par exemple, l'angle « combien ça coûte ? ») qui relèvent de même d'une démarche de communication.

Quant au critère de pertinence, il se marie parfois avec celui de l'originalité lorsqu'une mise en perspective inhabituelle permet de faire mieux ressortir des aspects significatifs d'un sujet et d'en reformuler une interprétation qui outrepassa le caractère nécessairement limité de l'approche choisie. Ce critère présente l'intérêt de mettre en relation d'une façon *non technique* l'amont et l'aval de la chaîne journalistique. En effet, la recherche de pertinence renvoie à la fois à un degré d'exigence qui implique que le journaliste approfondisse sa confrontation avec ses

(2) On peut penser cependant que ce prolongement apparent de la tradition masque en fait une rupture, puisque la spécificité et l'originalité sont moins perçues comme des caractéristiques intrinsèques d'un événement ou d'une situation que comme les attributs d'un regard émancipé des contraintes de l'objectivité. D'ailleurs, les faits spécifiques sont souvent recherchés non pas pour eux-mêmes, mais pour servir d'illustration originale à des thèmes répétitifs ou génériques : par exemple, la rentrée scolaire, le chômage, la pollution, etc.

sources, pour aller au-delà des faits et tenter d'en dégager la signification ou les causes, et à une conception qui met en avant la responsabilité politique des médias consistant à fournir à des *citoyens* les éléments qui leur permettront de se forger une opinion et d'agir dans la vie publique. L'attitude active du journaliste face à ses sources devient le pendant et la condition d'une attitude également active du public dans sa relation avec l'information et avec la matière de cette information. On observe ici que le dépassement de l'objectivité permet de renouer avec une tradition plus ancienne de la presse comme moteur du débat public, mais que la simple expression des opinions sous forme d'éditoriaux ou de chroniques se double d'une référence de plus en plus fréquente aux savoirs spécialisés des sciences sociales.

### **Techniques et logiques d'interaction**

Quelles conclusions peut-on tirer de ce rapide survol de la pratique angulaire ? Nous dirons que l'approche technique y apparaît à la fois présente et lacunaire. Présente, car cette pratique fait bien ressortir un processus de rationalisation de l'ensemble de la chaîne à travers l'articulation de moyens efficaces et de sous-objectifs. Mais lacunaire, car les routines, bien que pesantes, sont moins rigides qu'on ne pourrait le penser, et laissent finalement à qui sait en tirer parti une marge assez grande d'initiative et d'innovation.

Les raisons sont de plusieurs ordres. D'abord, la résolution en termes techniques des problèmes posés par la production de l'information laisse subsister un certain nombre de contradictions, comme celles que nous avons relevées à propos de la collecte efficace des informations, ou de l'opposition entre des critères de choix des angles dirigés vers l'amont ou vers l'aval de la chaîne journalistique. Ces contradictions créent des situations où l'arbitrage entre plusieurs choix techniques équivalents peut s'effectuer sur des critères de politique rédactionnelle.

Ensuite, il ressort de l'aperçu qui en a été donné ici que les techniques intellec-

tuelles sont par nature beaucoup plus souples que les techniques matérielles, dès lors que l'on parvient à éviter l'amalgame idéologique de ces deux formes de technicité. Dans le domaine intellectuel, il n'y a pas d'investissement à amortir ni de modes d'emploi à suivre, mais seulement des problèmes à résoudre et des méthodes de travail qui offrent en général une prise à la discussion. La souplesse ou la rigidité des techniques journalistiques dépend pour une bonne part de leur degré de codification, lequel est variable et globalement limité. Il apparaît en effet que la plupart des pratiques journalistiques, au premier rang desquelles celle de l'angle, ne sont pas codées, au sens où elles ne font pas l'objet d'une identification claire, et de ce fait transmissible. En particulier, la phase amont des processus d'information n'a fait l'objet que de très rares tentatives de systématisation. Le principal des pratiques techniques relève donc du savoir-faire, généralement partagé par des communautés d'individus (par exemple, les membres d'une rédaction, ou les spécialistes d'un domaine), mais qui peut aussi demeurer au stade intime d'un praticien unique (par exemple, le choix d'un premier interlocuteur au lancement d'un reportage, ou la manière de poser la première phrase d'un article...). Le recours au principe webérien du rapport *moyen-fin* permet d'identifier quantité de techniques, mais il n'implique pas que ces pratiques soient codifiées aujourd'hui, ni qu'elles puissent l'être demain : l'acte journalistique est trop intimement régi par des ressorts de niveaux individuel ou restreint pour que l'on imagine un jour une homogénéisation de ses procédures.

Il semble que l'on puisse distinguer deux modalités complémentaires de ce que l'on désigne habituellement sous le terme de professionnalisme. L'une de ces modalités répond à la définition la plus stricte d'une démarche rationnelle. Elle repose sur la maîtrise de techniques susceptibles d'être explicitées et justifiées à travers un *raisonnement*, et se prête par conséquent à une acquisition par la voie d'un enseignement verbal.

L'autre modalité du professionnalisme

découle de l'expérience. Elle consiste à transférer des attitudes et des comportements ayant prouvé leur efficacité d'une situation à une autre, plutôt que d'inférer des règles générales à partir des situations particulières. Cette deuxième modalité se laisse également interpréter en termes de rationalité technique, puisqu'elle permet, par un autre biais que celui du raisonnement explicite, d'effectuer des choix appropriés dans les diverses situations professionnelles du recueil, du traitement ou de la mise en forme des informations. Cette forme de rationalité est particulièrement présente dans l'enquête sur le terrain, où un journaliste doit juger intuitivement la crédibilité d'un informateur, gérer au mieux son temps, ses déplacements, etc., mais elle se retrouve aussi dans un domaine aussi codifié que celui de l'écriture, qui impose des compromis constants entre les normes de la communication écrite, les impératifs toujours cruciaux liés au temps, et le talent propre du journaliste, qui est souvent affaire, là aussi, d'expérience. Contrairement à ce qu'une approche superficielle pourrait laisser penser, l'absence de (ou la faible) codification de cette seconde forme de compétence professionnelle n'est pas nécessairement synonyme d'une plus grande souplesse. Certains réflexes et certaines règles non écrites ont la vie dure... Mais ce type de rationalité permet d'assurer le lien avec le domaine fluide par excellence des relations humaines et sociales dans lesquelles le journaliste se trouve plongé.

Car il faut bien constater que la *technique* se heurte en permanence à des logiques d'*interaction* qui résistent à la rationalisation. En amont, le journaliste, soucieux d'utiliser son temps de façon rationnelle et de recueillir des informations claires, cohérentes et originales (!), doit affronter le flou, la complexité et la banalité des situations, la durée vécue souvent incompressible des événements ou des récits, les contradictions, les ambiguïtés et les chevauchements de sens des langages ordinaires. Tout cela représente le pain quotidien des journalistes et n'a rien en soi de surprenant, puisque la technique a précisément pour objet de rendre rationnel ce

qui ne l'est pas encore. Mais on voit bien là que l'introduction d'une approche technique ne peut s'effectuer que d'une façon conflictuelle, face à l'opacité et à la fluidité des situations réelles. Par ailleurs, le journaliste se trouve lui-même pris dans une logique relationnelle d'ajustement réciproque avec les individus qui l'informent. Il ne peut pas les « utiliser » de façon technique sans entrer dans un rapport social qui lui renvoie son image d'acteur parmi d'autres à l'intérieur de la société dont il prétend rendre compte. Cette dimension se retrouve bien entendu si l'on passe au niveau des rapports entre les médias et les institutions sociales pourvoyeuses d'informations.

En aval, l'information mise en forme et diffusée rencontre des publics qui n'ont pas grand-chose à voir avec le récepteur-type modélisé par les théories quantitatives de la communication, ni même avec la « mercière de Saint-Léon » ou le « pharmacien de Carpentras » chers à Pierre Desgraupes. Là aussi, le social résiste à la rationalisation. Les angles ciblés et les techniques d'écriture efficace n'évitent ni les distorsions ni les incohérences d'une lecture forcément subjective. Et, surtout, l'information diffusée, pour autant qu'elle soit retenue, devient immédiatement un objet destiné à alimenter le jeu des opinions ou à être utilisé dans les rapports de pouvoir d'individus ou d'institutions, toutes dimensions que le journaliste ne peut pas ignorer.

Notons encore, sans nous étendre sur ce point, qu'à l'intérieur même de la chaîne rédactionnelle la technique voisine avec des logiques relevant de la compétition, des alliances ou des rapports hiérarchiques entre les journalistes. Beaucoup de choix ne résultent pas seulement de critères rationnels, mais de négociations ou d'ajustements à l'intérieur d'un journal ou d'une rédaction.

Le rapport entre technique et *interaction*, tel qu'il se dessine dans les pratiques journalistiques, apparaît donc pour une large part comme un rapport conflictuel, même s'il n'exclut pas certaines complémentarités. Rien n'empêche en effet que les techniques de l'interview, par exemple,

soient mises au service de l'expression de la personne interviewée plutôt que d'une finalité plus ou moins abstraite de clarté et de cohérence, ou qu'un angle journalistique fournisse des pièces utiles au débat d'idées.

Comme on le voit à partir de ce bref aperçu, les techniques « intellectuelles » sont d'une nature beaucoup plus complexe et ambivalente que les techniques entendues au sens traditionnel.

### **Limites de la prétention technicienne**

Revenons à présent à l'ambiguïté dont nous faisons état en ouverture : pourquoi cette prégnance de l'argument techniciste dans le discours professionnaliste ? Pourquoi les journalistes entretiennent-ils cette ambiguïté ?

Dans les usages courants du langage, la polysémie du terme de technique le fait se rapprocher du domaine des technologies. Or, celles-ci ont la force de l'évidence, elles s'imposent et excluent les alternatives. Dans ces conditions, le discours techniciste tend à légitimer une manière unique de faire ; il impose l'idée qu'il n'existe qu'une seule manière de faire de l'information et que, logiquement, les professionnels en sont les seuls dépositaires. Plus l'accent est mis sur les technologies matérielles, plus ce caractère d'unicité s'impose.

Le discours et les pratiques professionnalistes font une place centrale au modèle de la communication comme technique de transmission efficace des informations. C'est sur ce modèle qu'est pensée la fonction de médiation entre sources et récepteurs de l'information : transparence, fidélité. Alors que le médiateur est encerclé en amont et en aval par de la communication sociale fonctionnant sur le mode de l'interaction, il tente d'imposer aux uns et aux autres ses propres critères de la médiation technique comme modèle unique de la communication. L'accent mis sur la technique (mais il ne s'agit que d'une tendance, d'une logique, à l'intérieur de pratiques contradictoires) agit ainsi comme un moyen de spécifier, de légitimer et de pro-

téger la fonction de médiation et le pouvoir qui lui est lié.

Paradoxalement, on ne constate pas toujours une véritable stabilité de l'argument techniciste. Celui-ci est fréquemment remis en cause par ceux-là même qui le tiennent dans d'autres circonstances. Ainsi, en sens inverse, les journalistes peuvent défendre un discours qui relativise cette « logique de l'outil » et qui insiste sur la variété des usages qui en sont faits. Mais dans ce cas, le savoir-faire concerné sera plutôt d'ordre intellectuel ou créatif. Par exemple, les « écritures » : audiovisuelles, photographiques ou littéraires.

Dans les discours professionnalistes, y compris ceux qui datent déjà d'un siècle, coexistent toujours deux niveaux d'exigence : être un journaliste compétent, c'est posséder un savoir-faire aux formes identifiables, rationnelles, c'est être en possession de techniques ; mais pour être un bon journaliste, il faut aussi maîtriser un savoir-faire découlant de l'expérience (en ce cas, l'expérience est comprise dans un sens très large : c'est un enrichissement personnel qui passe par la rencontre de situations variées et capables de développer les compétences propres d'un individu). Le discours de la technicité du journalisme coexiste donc avec un autre niveau de légitimation : celui du talent (dont parlent fréquemment les manuels de journalisme depuis l'après-guerre).

Ce paradoxe s'explique de deux manières. D'une part, la nécessité de cohérence entre le discours et les pratiques, les journalistes étant parfaitement conscients des limites opératoires de la technique et de l'importance des ressources personnelles (le « talent ») ; contraints d'affronter la critique externe, les discours de légitimation doivent se charger de complexité sous peine, s'ils s'y refusaient, de ne plus être efficaces ; en particulier, il leur faut pouvoir développer une gamme d'arguments en mesure de pallier les insuffisances de la technique, répondre aux observations qui mettent en cause cette compétence technicienne : alors, le journaliste a les moyens de préciser que l'outil n'est rien sans l'homme, que la technique

n'est pas sans le créateur. C'est ainsi que l'on a vu apparaître, au cours des années 80, un argument complémentaire à celui de l'objectivité, qui ne remplace pas celui-ci, mais le prolonge si nécessaire : l'honnêteté ; quand le journaliste ne peut plus prétendre être objectif, ne peut plus mettre en avant sa compétence technique, il se présente sous le jour de l'honnêteté, il propose en gage ses ressources personnelles.

Seconde explication, la nécessité de ne pas risquer de voir le journalisme limité à des frontières trop réduites ; le dépassement de l'argument techniciste n'est pas seulement motivé par la stratégie de défense, il répond aussi au désir de donner une image et une réalité au journalisme qui ne le ramènent pas à la seule dimension d'un métier de technicien. Une assimilation trop radicale à une représentation technicienne aurait un double effet négatif : premièrement, de rapprochement – voire de confusion – du journalisme avec les métiers techniques de la filière de production de l'information (les fonctions de l'atelier dans la presse écrite, celles de la régie et de la production dans l'audiovisuel) ; secondement, d'éloignement – voire de dissociation – du journalisme des cercles contigus de production créatrice, intellectuelle et artistique. Or il paraît évident que le groupe journalistique n'a rien à gagner d'une assimilation totale aux fonctions techniques et tout à perdre d'une sortie de la sphère intellectuelle, qu'il a eu grand-peine à conquérir.

### **Une vocation intégrative**

Pour comprendre cette double attirance contradictoire et, de ce fait, perpétuellement contrariée, il est nécessaire de se défaire de la représentation traditionnelle du métier de journaliste, véhiculée par les intéressés au premier chef : celle qui en fait une activité clairement définie, aux frontières délimitées, aux fonctions établies, aux procédures de production reconnues. Rien ne permet aujourd'hui – et surtout pas les critères d'attribution de la carte professionnelle – de formuler une telle définition.

Plutôt que de s'acharner à rechercher cet hypothétique centre du journalisme comme une sorte de Graal, il apparaît plus productif de procéder par une observation des contours extérieurs du métier, en quelque sorte visiter les marches de son empire. Cela revient à repérer les domaines connexes où les pratiques journalistiques jouent un rôle marginal – mais pas pour autant négligeable. A l'inverse, cela aboutit à observer comment ces domaines voisins diffusent dans le journalisme leurs propres pratiques. A défaut de définition du centre, on peut espérer ainsi obtenir un dessin des contours, des territoires aux confins desquels le journalisme cesse progressivement d'être lui-même et devient autre.

Cette disposition intellectuelle aboutit à la conclusion que beaucoup de domaines sont en échange permanent avec le journalisme : l'art (dont le journalisme partage à bien des égards le souci d'expression, littéraire, photographique ou cinématographique), le spectacle (voir la prégnance de l'animation à la télévision), l'éducation (la constante guerre faite aux médias par les pédagogues souligne bien qu'il existe une concurrence, donc des terrains d'échange), la recherche (les objets, parfois les méthodes, notamment en sociologie et en histoire, convergent), le marketing (la présentation de produits nouveaux fait partie des activités de presse), la technologie (à travers la maîtrise des outils), la pensée (la fonction expert, la participation aux débats sont largement l'apanage des médias et des médiateurs), la politique (à travers le militantisme éditorial), la fonction publique même (quand les médias prétendent à la fonction de surveillance des libertés). Aucun de ces domaines n'est en lui-même le journalisme, mais tous y contribuent par l'échange mutuel de conceptions, de méthodes de travail, d'objets parfois, de fonctions même.

L'observation de ces processus d'échanges multiples conduit à la remise en cause d'un autre lieu commun. On a coutume d'entendre dire que le journalisme est désormais menacé de l'extérieur par des poussées expansionnistes – notamment des communicants – qui minent sa

spécificité (4). Ce discours est aussi entendu à propos des évolutions technologiques qui conduisent à des ruptures catégorielles et à des évolutions de la répartition des tâches. En particulier, la transformation des métiers de l'imprimerie (saisie, mise en page, montage, désormais totalement informatisés). Le tir de barrage engagé avec succès par le Syndicat national des journalistes, lors d'une récente tentative d'évolution engagée par la direction du *Figaro*, montre que les journalistes ne sont pas en reste pour défendre leurs prérogatives.

Cette affaire souligne aussi que les journalistes ne sont pas sur la défensive, loin s'en faut. Généralement, depuis une bonne dizaine d'années, l'informatisation des journaux aboutit au grignotage inexorable des métiers de la fabrication au profit des métiers rédactionnels. L'atelier stagne en effectif ou régresse, même au prix d'accords catégoriels, alors que les journalistes progressent (de 16 600 cartes professionnelles en 1980 à 26 600 en 1990...). Dans le cas du *Figaro*, au printemps 1991, la direction tenta d'imposer l'intégration au sein de la rédaction d'une quarantaine d'ouvriers metteurs en page, baptisés pour l'occasion « secrétaires techniques » et chargés de travailler en synergie avec les secrétariats de rédaction. A terme, ce reclassement pouvait signifier une réduction des effectifs des personnels rédactionnels traditionnels. La réaction très vive des syndicats de journalistes, qui mit fin à l'expérience, souligne que, contrairement à une idée reçue, les journalistes ne sont pas en position de se faire tondre la laine sur le dos. Bien au contraire, non contents de profiter du vent favorable que leur confèrent les évolutions technologiques, jusqu'à ce jour à leur exclusif avantage, ils ne veulent faire aucune concession à une catégorie professionnelle hier concurrente, aujourd'hui en grande perte de vitesse. Le même phénomène peut être observé sur la durée à la télévision : l'introduction de la caméra Betacam et l'allègement des équipes de tournage a conduit à la réduction des effectifs des techniciens-

opérateurs d'image ; beaucoup ont dû quitter les entreprises ou accepter un reclassement comme journalistes-reporters d'image. Parmi les personnels contractuels, lors des titularisations, la priorité a été donnée aux caméramen disposant d'une carte presse ; les simples techniciens de l'image furent délaissés.

Dans ces deux cas, le journalisme montre d'importantes capacités intégratives, quoique exprime le sens commun. La remarque peut être étendue aux rapports que les journalistes entretiennent avec les communicants. Il faut pour cela dissocier deux aspects majeurs. Premièrement, l'influence que les spécialistes du marketing peuvent avoir sur les contenus rédactionnels ; cet aspect souligne avant tout la perméabilité des pratiques journalistiques et l'absence d'homogénéité des conceptions déontologiques. Secondement, les échanges catégoriels ; sur ce point, on constate une relation à sens unique : ce ne sont pas les communicants qui colonisent les emplois des journalistes, mais l'inverse est plus que fréquent ; combien sont-ils les journalistes devenus chargés de communication ou conseils en management ? Combien sont-ils ceux qui acceptent à l'occasion de « faire des ménages » (jargon du métier pour désigner les animations diverses de faux colloques, les rédactions de rapports annuels d'entreprise, les publi-reportages, les prestations de journalisme institutionnel, etc.) ? Innombrables.

L'importance de ces pratiques et leur acceptation tacite par la profession, y compris les syndicats (pas de condamnation réelle ni même de débat sur le sujet), mettent en lumière que le groupe des journalistes n'est pas, comme ce fut le cas dans les années 30, dans un processus de fermeture de son espace professionnel. Avant-guerre, le Syndicat des journalistes déploya des trésors d'imagination pour imposer les arguments de l'exclusion des concurrentes : les « politiques », les « professeurs », les « amateurs » et les « profiteurs » (5) furent priés de dégager le

(4) LAVOINNE, 1991.

(5) BOURDON, 1931.

champ ; dans le même esprit, après la Libération, le discours techniciste vint justifier l'exclusion des pratiques littéraires du journalisme.

Aujourd'hui, la donne est différente. Le groupe des journalistes a décidé, implicitement, de mener une stratégie intégrative. Que ce soit sur le front technique ou sur celui du marché de la communication, il cherche à intégrer les territoires connexes sans admettre l'inverse. Ainsi, il absorbe les fonctions techniques (mise en page et infographie dans la presse écrite, cadrage de l'image et même montage dans l'audio-visuel...) sans céder une parcelle de son propre domaine (y compris symbolique : la sacro-sainte rédaction, comme le montre le conflit du *Figaro*). Il colonise des territoires de la communication, mais se refuse farouchement à introduire les communicants dans son propre domaine, le rédactionnel ; contrairement aux médias des Etats-Unis, dans lesquels les communicants interviennent sans médiation aucune, rédigeant eux-mêmes les communiqués publicitaires directement diffusés, les journalistes français s'interposent systématiquement (procédures de publi-reportage, très généralement rédigés, voire signés, par des journalistes, et rémunérés sur des budgets publicitaires).

Par ailleurs, confrontées à la récession, ou par choix stratégique, certaines entre-

prises de presse poursuivent sur le terrain de la communication la diversification entamée dans les années 80 (avec la télématique, les supports gratuits, les régies publicitaires...) ; désormais, nombreux sont les exemples de journaux qui inclinent leur activité vers le conseil en communication d'entreprise, l'organisation de manifestations, la fabrication de supports promotionnels ; les chiffres d'affaires peuvent alors dépasser ceux des activités traditionnelles de presse.

La raison de cette stratégie est évidente : amalgamer permet de réduire les antagonismes et de continuer à contrôler le champ journalistique alors que celui-ci est en expansion rapide (croissance des journalistes « encartés », sans compter tous ceux qui se dispensent de sa possession et ceux qui l'espèrent). Une attitude trop dure, trop ferme aurait pour effet de réduire le groupe à la dimension d'un simple constituant du champ, une sorte de secte dont les principes ne seraient reconnus que par une fraction de plus en plus marginale. L'attitude intégrative lui permet, au contraire, de conserver son influence. Au risque, c'est évident, d'une désagrégation par l'intérieur : l'amalgame pourrait aussi conduire à une dissolution ; le groupe professionnel devrait alors choisir de réactiver la stratégie de limitation de son territoire, déjà utilisée avec succès dans les années 30.

---

## RÉFÉRENCES

---

BOURDON, G. : *Le Journalisme aujourd'hui*, Firmin Didot, 1931.

CORNU, G. : « Maudites métaphores... Quelques notes sur la communication et le paradigme de la modernité », *Actes du Congrès Inforcom 90*, Aix-en-Provence, 1990.

« De quelques points communs entre l'intelligence artificielle et le journalisme », *Bulletin du CREIS*, n° 7, 1990.

RIEFFEL, R. : « Journalistes et intellectuels : une nouvelle configuration culturelle ? », *Réseaux*, n° 51, janvier-février 1992.

RUELLAN, D. : *Le professionnalisme du flou. Identité et savoir-faire des journalistes français*. Presses Universitaires de Grenoble, 1993.