

DOSSIER

MODÈLES ET ACTEURS
DE LA PRODUCTION
AUDIOVISUELLE

Ce dossier a été coordonné par Sabine CHALVON-DEMERSAY

© Réseaux n° 86 CNET - 1997

LES PRODUCTEURS DE RADIO A FRANCE CULTURE

« Journalistes », « intellectuels » ou « créateurs » ? :
de la définition de soi à l'interaction radiophonique

Hervé GLEVAREC

Cet article a pour objectif d'analyser la conception indigène qu'ont de leur activité professionnelle les producteurs de France Culture. En effet, le travail radiophonique peut prendre différents sens : celui d'un travail *créatif, journalistique* ou *intellectuel*. Les résultats de l'enquête menée auprès des producteurs les plus actifs de la chaîne n'abondent pas de fait en faveur d'une conception instrumentalisée de leur rôle (1). Non seulement les producteurs de la chaîne publique culturelle ne se pensent pas comme des relais ou des « médiateurs » entre la production culturelle et scientifique et un auditoire, mais ils mettent en œuvre avec techniciens et chargés de réalisation un dispositif d'émission où est valorisée la *personnalisation* de leur rôle. Celle-ci est visible aussi bien dans le *dispositif relationnel* qu'ils mettent en place lors des émissions que dans les discours recueillis en entre-

tien où les producteurs parlent de « leur micro » (2).

Si la chaîne accueille une telle diversité de définitions de soi et du travail, c'est que le poste (de travail) est caractérisé par un certain flou : quelles fonctions recouvre-t-il ? Quels savoirs requiert-il ? Il en est de même du titre, au sens du titre scolairement garanti, puisqu'il n'y a pas de droit d'entrée scolaire. Par contre, le titre professionnel de « producteur » existe (3). Quiconque produit une émission à France Culture peut se définir comme producteur sans se voir opposer un démenti juridique, sinon une absence de reconnaissance de la part des producteurs les plus actifs (qui l'ont inscrit sous la forme d'un quota d'heures de production dans les conditions d'appartenance à la Société des producteurs, agents et collaborateurs d'émissions à France Culture créée en 1987).

« Il y a un gros débat, qui est un petit peu tabou parce qu'il ne faut pas se laisser embringer dans des définitions figées, entre l'étiquette de producteur et l'étiquette de journaliste. Alors là vous allez avoir deux grandes tendances. Mais ces deux grandes tendances en recouvrent d'autres quasi infinies, chaque producteur ayant chacun sa définition. Mais disons qu'il y a quand même deux grandes tendances. Il y aurait une tendance qui se revendiquerait davantage comme journaliste, avec tout ce que ça comporte, c'est-à-dire aussi carte de presse, salariat éventuellement, être intégré dans la Maison dans le cadre d'une rédaction. Ou bien il y aurait la tendance producteur. Il y a une liberté de conscience mais on le paye de la précarité. » [Productrice, 45 ans]

(1) Nous renvoyons à notre thèse, GLEVAREC, 1997, pp. 350-352.

(2) Cf. GLEVAREC, 1996.

(3) Ce cas excède en quelque sorte la conceptualisation par Boltanski et Bourdieu du rapport entre le titre et le poste, dans la mesure où le titre était entendu comme le *titre scolaire*, titre nominal produit par le système scolaire, et le poste comme ensemble de *qualifications* requises par la fonction (BOLTANSKI, BOURDIEU, 1975). Entre le titre scolaire et le poste il y a place pour une autonomie de l'*intitulé* du poste (dénomination), notamment dans toutes les situations (nouvelles) où le rapport entre le titre et le poste n'est pas objectivement codifié ou réglementé. C'est ce que met en évidence Luc Boltanski dans son étude de la catégorie des « cadres ». BOLTANSKI, 1982.

On voit apparaître les deux pôles de la définition de soi et du métier : *journaliste* et *producteur*. L'enjeu est double. Le producteur essaie de se définir par rapport à un *projet* (une idéologie professionnelle) : le titre de journaliste est alors vigoureusement rejeté parce qu'il est associé à un ensemble de connotations professionnelles négatives (travail rapide, soumis, dévalorisé, n'autorisant qu'un faible investissement), ou, à l'inverse, le titre de journaliste peut être choisi contre celui de producteur (« qui ne veut pas dire grand-chose » (sic)) ; le producteur essaie aussi de se définir par rapport à des *conditions de travail* : il a du métier de journaliste la représentation d'une activité contrainte et contraignante (travail aléatoire, investissement personnel impossible sous forme de création, de recherche ou de prise de position intellectuelle) (4). La définition de soi est une synthèse entre une représentation des conditions de travail et une aspiration professionnelle : le journaliste dépendrait d'une rédaction mais il aurait une activité et une identité stables, le producteur serait autonome mais il prendrait le risque de l'instabilité professionnelle et identitaire. Cette tension se traduit alors et surtout par une ambiguïté de la définition de soi. Prenons un exemple : la réponse faite par un producteur à la question qui lui était posée sur son utilisation du tutoiement lors des interviews : « je suis journaliste et je n'ai pas envie de jouer la comédie de la société du spectacle » (5), répondit-il. Il faut avoir à l'esprit l'objectivité du statut, celui de producteur, pour voir, sinon le paradoxe, du moins le *sens* d'une définition de soi comme journaliste : la liberté de choix du « journaliste » (le tutoiement sur une chaîne qui ne le pratique pas) est à la mesure du fait qu'il n'est pas soumis fortement à une rédaction ou à une direction quant à ses choix thématiques et à son langage.

Il y a ainsi une double définition de l'activité : l'une qui concerne le titre, l'autre le travail. Il ne s'agit pas ici de créer un titre qui existe déjà, mais de lui donner un contenu :

« Le métier de producteur qu'est-ce que c'est, on ne sait pas. Il n'y a pas de statut. Vous comprenez, nous sommes dans un statut hybride constamment. Il y a des responsables qui vous disent : "Oh bien producteur n'importe qui peut le faire." On a entendu ça. C'est toujours charmant. Il n'y a pas de définition du métier. » [Productrice, 45 ans]

Le titre de producteur radio est socialement faiblement stabilisé : il ne renvoie pas à un monopole scolairement ou administrativement garanti ; il est faiblement marqué dans les représentations et, de plus, assimilé couramment à la fonction de journaliste, dont l'existence sociale est par contre forte. La divergence est même récurrente entre la perception qu'ont les producteurs radio d'eux-mêmes et la perception des universitaires qui les assimilent, eux, à des journalistes (« en fait, ce sont des journalistes »). Elle n'est pas le fait d'une méconnaissance ou d'une incompréhension mais d'un enjeu symbolique. En structurant l'espace public par une opposition à prétention exhaustive de type intellectuels / journalistes, les universitaires construisent des positions ou des postures intellectuelles qui maintiennent la séparation symbolique entre eux et les professionnels des médias mais en dissimulant la diversité des positions et l'évolution des représentations de l'activité médiatique. Or, les producteurs radio ne sont pas journalistes, ils n'en ont pas le titre, seuls certains se définissent comme tels et, enfin, ils n'exercent pas tout à fait la même activité. De surcroît, ils travaillent dans une radio exclusivement consacrée au domaine culturel (6). Aussi, quel rôle se

(4) L'activité journalistique proprement dite est elle-même une activité qui offre une diversité de statut et où, précisément, les statuts précaires sont grandissants. Cf. CHARON, 1993.

(5) *Le Monde radio-télévision-multimédia*, 19-20 janv. 1997.

(6) Nous n'aborderons pas ici la question du domaine d'extension culturelle que se donne France Culture. Par contre, à travers les projets professionnels des producteurs, c'est bien une définition (professionnelle) de la culture que nous mettrons en évidence.

donnent-ils ? Quelle place occupent-ils ? Comment pensent-ils leur position par rapport aux sujets qu'ils traitent, aux personnes qu'ils interviewent ?

Afin de comprendre cette expérience professionnelle, nous sélectionnerons quelques éléments dans une enquête qui fut plus large. Ils permettent de comprendre qui sont les producteurs de France Culture, quel sens prend l'activité radiophonique dans leur parcours professionnel, quels sont les projets professionnels dans lesquels ils se reconnaissent. Nous chercherons aussi à caractériser le sens de leur activité, c'est-à-dire la place discursive qu'ils se donnent. Ainsi, au terme de cet article, nous essayerons de montrer le lien qui peut exister entre les définitions de soi et la place des producteurs au sein de l'interaction radiophonique avec les intellectuels. Cette partie de notre démonstration concernera donc avant tout les émissions de la chaîne (ou les éléments d'une émission montée) qui mettent en relation un producteur et un « intellectuel » (professeur, chercheur ou autre). Nous laisserons de côté des dimensions de l'analyse « exhaustive » du métier : l'ensemble des segments de la population, les « types » d'entrée à France Culture, la question de la compétence professionnelle acquise antérieurement à l'activité de production, la socialisation professionnelle, celle au *son* notamment, ainsi que le parcours radiophonique des producteurs les plus actifs (7). Nous n'examinerons pas non plus l'éventuelle configuration d'activités professionnelles de certains producteurs.

LES PRODUCTEURS DE FRANCE CULTURE

Notre enquête, dans sa partie statistique, s'appuie sur des données concernant l'année 1993 (8). Cette année, 396 producteurs

ont travaillé au moins une fois pour la chaîne (9). Un tel effectif n'est jamais estimé par les professionnels quelles que soient leur position hiérarchique et leur fonction. Seuls sont dessinés les contours de la population des producteurs les plus réguliers que certains estiment à environ soixante-dix, d'autres plus d'une centaine... Le nombre objectif des producteurs ayant produit au moins une fois, outre la diversité de présence qu'il recouvre, conserve sans doute l'inconvénient de mettre en évidence un volant important de producteurs tournants (par-delà les taux d'activité et les types d'émission produites) au sein de la chaîne.

Dans son ensemble, la population des producteurs était, en 1993, masculine à 59,8 % et féminine à 40,1 %. Il convient de mettre ce sex-ratio en rapport avec la représentation fréquente chez certaines productrices que les femmes sont plus nombreuses sur la chaîne que les hommes. La sur-représentation subjective des femmes correspond certainement au rôle professionnel que les productrices entendent jouer à France Culture et à l'ouverture progressive de ce métier aux femmes. La tranche d'âge la plus importante est celle des 41-50 ans (34 % de la population).

Cette population a une très forte hétérogénéité en ce qui concerne le taux d'activité et le niveau de rémunération. Parmi les 396 producteurs qui ont travaillé au moins une fois en 1993 pour France Culture, seulement 79 en ont retiré plus que l'équivalent d'un Smic et 317 moins. La distribution des taux d'activité présente une structure pyramidale semblable à la distribution des rémunérations : 317 producteurs ont travaillé moins de 64 jours dans l'année 1993 pour France Culture. Ce groupe se superpose, à quelques individus près, aux 317 producteurs gagnant moins d'un équivalent-Smic. Il n'y a pas de variation concomitante stricte entre

(7) GLEVAREC, 1997.

(8) A partir d'une base de données correspondant à l'ensemble des cachets anonymés versés durant l'année 1993 aux producteurs de France Culture.

(9) A ce chiffre il conviendrait d'ajouter les producteurs travaillant pour les émissions musicales de la chaîne et rattachés à la direction de la Musique. Pour l'ensemble des données statistiques nous renvoyons à notre thèse.

l'âge et le taux d'activité : ainsi, au sein de l'ensemble des producteurs âgés de 41 à 50 ans, on trouve l'ensemble des taux d'activité.

Une telle hétérogénéité n'autorise pas à faire du taux de présence la seule clef d'interprétation de l'activité professionnelle. Il convient d'éviter l'interprétation légitimiste qui consiste à faire du sommet de la pyramide des durées de travail et des rémunérations le point de comparaison à partir duquel s'évalueraient les différentes positions. Certains producteurs ont une autre activité professionnelle. Aussi, une faible activité sur la chaîne n'est pas forcément une moindre activité.

Segmentation

En regard de la forte hétérogénéité des taux d'activité et des rémunérations (cachets de production sur l'année 1993) de la population dans son ensemble, nous avons choisi d'opérer une segmentation à l'aide de deux critères : le critère professionnel d'adhésion à la *Société des producteurs, agents et collaborateurs d'émissions de France Culture* (SPACE), le critère d'une heure d'émission bihebdomadaire ou son équivalent arithmétique dans le cas des producteurs qui tournent sur plusieurs émissions (10). Ce faisant, nous optons pour un critère professionnel et « subjectif » et un critère choisi, socio-

logique et objectif. Pour chaque segment, il est alors possible de voir la répartition entre les émissions fixes et les émissions ponctuelles, ainsi que leur fréquence.

À travers la SPACE, la profession détermine un critère minimal de reconnaissance professionnelle : « *Peuvent adhérer à l'association tous les producteurs, agents et collaborateurs d'émissions ayant produit, ou collaboré à la production d'au moins dix heures d'émission(s) diffusée(s) sur France-Culture dans l'une des deux années écoulées* » (11). Si l'on prend l'équivalence de 3 jours de travail pour 1 heure d'émission, les dix heures de programmation requises peuvent être évaluées à 30 jours de travail sur l'année (12). On obtient alors un seuil professionnel relativement discriminatoire : dans un classement par totaux des cachets de production sur l'année 1993, seulement 113 individus atteignent un seuil de 30 jours. Le critère professionnel exclut environ 72,5 % de la population globale des cachetiers. Cependant, ce critère reste relativement bas financièrement, puisque les 30 jours renvoient à environ 35 000 F de cachets sur l'année, c'est-à-dire presque 3 000 F/mois.

À l'aide d'une stratification par la rémunération et d'une segmentation par les deux critères retenus plus haut, nous pouvons donc établir trois groupes significatifs. Nous en faisons la présentation

(10) En ce qui concerne le critère de la Société des producteurs, il permet de distinguer, selon un critère venu d'en « haut » (émis par ceux qui le remplissent), entre ceux que les plus actifs reconnaissent comme « producteur d'émissions » et les autres. Le second critère a été retenu parce qu'il permet de prendre en compte une certaine régularité de l'activité dans le monde professionnel. Le critère d'une heure d'émission tous les quinze jours permet de retenir les producteurs qui effectuent des émissions régulières, souvent hebdomadaires et ceux qui, en tournant sur plusieurs émissions, obtiennent les mêmes taux d'activité. Nous avons ajouté au critère d'une heure bihebdomadaire fixe un critère prenant en compte le fait de produire d'autres émissions supplémentaires. Nous voulions prendre en considération l'idée d'un investissement dans la production radiophonique. Ainsi, l'investissement (professionnel) diffère de la pratique réglée par le simple fait qu'il ne s'y résume pas. Nous aurions pu utiliser le fait de posséder ou non un « contrat de grille » ou un « contrat ouvert » (qui garantissent un certain nombre de productions ou une émission régulière de la grille sur un exercice de plusieurs mois) pour segmenter la population, mais cette information n'est pas répertoriée dans la base de données. Nous aurions pu aussi considérer la présence ou l'absence d'autre(s) activité(s), mais nous ne pouvons tester statistiquement cette hypothèse et les informations indirectes que nous possédons nous indiquent, en pointillés, que la monoactivité ou la polyactivité se retrouve dans les trois segments.

(11) Statuts de la Société des producteurs, agents et collaborateurs d'émissions de France Culture, 17/12/1987.

(12) Cette équivalence n'est pas une équivalence en temps de travail réel. De plus, quand nous recourons au critère de 30 jours par an, nous recourons en fait à un critère financier qui est de 33 500 F de cachets brut par an. En deçà et au-delà de cette rémunération, on trouve quelques individus qui travaillent respectivement plus ou moins de 30 jours. De même, quand nous recourons au critère d'une heure d'émission hebdomadaire, nous recourons objectivement au critère financier de 110 000 F, inclusif pour le deuxième segment. Nos deux critères sont donc des indices servant à une segmentation par le niveau de rémunération.

accompagnée des titres et de la nature des émissions (13) :

1^{er} Segment : Il comprend un groupe de producteurs ayant travaillé moins de 12 jours pour un, deux ou trois cachets (un cachet pouvant grouper plusieurs émissions, en l'occurrence des séries d'émissions produites pendant l'été) et un autre groupe de producteurs ayant travaillé entre 12 et 30 jours et perçu plus de 6 cachets dans l'année (+/- 2 cachets). Ils ont effectué, en série, des *Nuits magnétiques*, des *Chemins de la connaissance*, *Avenues de la recherche*, *Biologie et médecine*, *Sciences et les hommes*, *Atelier de Création Radiophonique*, ou d'autres émissions ouvertes, *Une vie, une œuvre*, *Matinée des autres*, *Bon Plaisir*, *Échappée belle*, *Perspectives scientifiques*, une *Emission spéciale*.

2^e Segment : Il correspond au critère professionnel de la Space (30 jours de travail). Il s'agit du groupe des producteurs possédant une heure ou une heure et demie mensuelle, pour des émissions régulières de 15 ou 20 minutes chaque semaine : *Rencontre avec*, *Archéologiques*, *Chasseurs de son*, *Horizon*, ou bien une émission des *Lundis de l'histoire* par mois sans autre activité de production ponctuelle par ailleurs.

On trouve ensuite un groupe défini par la valeur du SMIC et le plancher des 507 h (Assedic). Les producteurs de ce groupe effectuent entre un quart d'heure et une demi-heure d'émission hebdomadaire régulière : *Photo portrait*, *Quatrième coup*, *Antipodes*, *Fenêtre ouverte*, *Permis de construire*, *Littérature pour tous*, ou une heure d'émission tous les quinze jours, *Archipel Médecine* ; ou cumulent des émissions, *Temps qui change*, *Chemins de la Connaissance*, *Nuits magnétiques*, *Mardis du cinéma*, *Grand Angle*.

3^e Segment : Il correspond à 110 000 F de cachets et 100 jours de travail par an. Il s'agit d'un groupe que nous appellerons la « *population des plus actifs* ». Ses producteurs tournent sur un grand nombre d'émissions, *Grand Angle*, *Pays d'Ici*, *Perspectives scientifiques*, *Chemins de la connaissance*, ou possèdent plus ou au minimum l'équivalent d'une heure bihebdomadaire en cumulant une émission fixe, *Panorama*, *Archipel Science*, *Espace Éducation*, *Programmation de nuit*, *Gai savoir*, *Clair de Nuit*, *Culture Matin*, *Carrousel*, *Fréquence buissonnière*, *Projection privée*, et des émissions ponctuelles nombreuses, *Mardis du cinéma*, *Bon Plaisir*...

Une stratification plus fine permet de rentrer dans le détail de la population des actifs. Il y a ceux qui ont une rémunération annuelle supérieure à 200 000 F. Ils produisent une heure hebdomadaire fixe sans émissions supplémentaires : *Répliques*, *Allegro Serioso*, *Un livre des voix*, *Nuits de France Culture*, *Poésie sur parole*, *Radio Archives*, *Enjeux internationaux*. Ceux qui effectuent une heure et demie hebdomadaire, *Mise au point*, *Histoire en direct et Grand Débat* ; quelques producteurs coordonnateurs produisant *Lettres ouvertes*, *Le Nouveau Répertoire dramatique*, *Les Nuits magnétiques*, *Un jour au singulier*, *L'Échappée belle*, sans produire d'émissions supplémentaires à une ou deux près ; ceux cumulant une émission d'environ une heure, *Voix du Silence*, *Correspondances*, et des émissions ponctuelles nombreuses. Enfin, il y a le groupe des producteurs coordonnateurs, responsables de plus d'une heure fixe par semaine (deux, trois, quatre, cinq ou plus) : *Atelier de création radiophonique*, *Agora*, *Décraqués et Papous*, *Panorama*, *Programmation de nuit*, *Culture Matin*, *Les Arts et les gens*, *Du jour au lendemain*.

(13) Depuis 1993, quelques émissions ont disparu, d'autres ont été créées. La caractérisation des productions doit permettre d'établir une équivalence avec les nouvelles émissions et assurer la validité de la classification. *Lieux de mémoire* créée en 1995 est une émission élaborée d'une heure trente « équivalente » quant à sa « valeur professionnelle » à *Profil perdu* qu'elle remplace.

Les émissions dépendant de France Musique, *Black and Blue*, *Euphonia*, *Musicomania*, *Coda*, *Jeu de l'ouïe*, *La Mémoire en chantant*, *Opus*, *Intermezzo*, *Le Rythme et la raison*, *Le Temps de la danse*, *Le Concert*, ne sont pas répertoriées dans la base de données que nous possédons.

La population des plus actifs

La segmentation ainsi opérée permet de délimiter un ensemble de producteurs les plus actifs à l'aide de critères précis et stricts, qui resteront certes décisifs mais qui ont le mérite d'être explicites.

Ce segment des producteurs qui dépassent 100 jours de travail et 110 000 F annuels de cachets bruts de production (9 500 F/mois), pour des productions dépassant l'heure d'émission tous les quinze jours, comprend 51 producteurs dont 15 coordonnateurs. La majorité d'entre eux possèdent une émission régulière hebdomadaire ou effectuent de nombreuses émissions parmi les séries de la grille ou les émissions longues. La répartition hommes/femmes est encore majoritairement masculine (62,7 % d'hommes et 37,3 % de femmes). Le sommet de la pyramide des salaires et des taux d'activité est occupé par des hommes, producteurs coordonnateurs.

Les producteurs âgés de 41 à 55 ans représentent 60,8 % de la population. Parmi ceux qui sont entrés à partir de 1979, 46 % avaient entre 20 et 30 ans à la date de leur premier cachet. Ils étaient donc relativement jeunes. L'origine géographique (saisie à travers le lieu de naissance) montre l'influence positive, mais très relative, d'une origine parisienne sur une origine provinciale. Cette population se caractérise aussi par sa *stabilité* : 27 producteurs sont entrés avant 1979, 19 entre 1979 et 1984, 4 entre 1985 et 1986, le dernier en 1991. Il va sans dire que ces critères excluent *a fortiori* les producteurs

rentrés en 1994 et dont l'essentiel cessera de produire les années suivantes. C'est dire aussi le nombre d'années qu'il faut pour atteindre le sommet de la production et le poids structurant de l'ancienneté : 50 % des producteurs les plus actifs ont au moins 14 ans d'activité ou de présence intermittente.

C'est ce groupe qui s'attache à défendre la profession et à professionnaliser le métier. L'interconnaissance entre les producteurs les plus réputés et les plus installés dépasse le seul cadre des contacts de travail : les discussions à propos de fêtes entre producteurs et les photos recouvrant les murs des bureaux indiquent qu'un réseau d'interconnaissance existe, pour partie, en dehors du cadre professionnel. La population des actifs est sans doute celle qui a le plus de sens pour l'auditeur, dans la mesure où ce sont les producteurs qui cumulent le plus d'heures d'antenne et d'apparitions régulières sur la grille.

La suite de nos analyses concernera ce segment construit de la population des producteurs.

PARCOURS

Pour comprendre le positionnement des producteurs, il apparaît pertinent de mettre en relation l'exercice de ce métier avec la trajectoire scolaire et professionnelle antérieure ou parallèle des individus afin de voir le sens que lui donne ce parcours.

La trajectoire des producteurs est une *trajectoire accidentée* dans la mesure où, premièrement, leur métier ne correspond pas à celui que laissent entrevoir les études entreprises, pas plus qu'il n'était programmé ou attendu (14). L'activité à la radio n'est jamais un objectif et l'aboutissement d'une « vocation » précoce ou liée aux études : « la radio c'est un peu par hasard » dit un producteur. Le travail dans une radio se découvre et va souvent de pair avec la découverte de France Culture, qui fonctionne alors pleinement comme insti-

(14) C'est là une situation semblable à celle des producteurs de télévision que décrit Muriel Cantor. Cf. CANTOR, 1971, p. 76.

tution dispensatrice de culture : « ma culture, c'est la radio qui me l'a apportée ».

« Moi, France Culture, j'écoutais pas avant de venir y travailler. C'était une radio qui m'ennuyait, je n'écoutais pas, j'écoutais, je regardais très peu la télé et je la regarde toujours très peu. J'écoutais soit France Inter, soit les chaînes périphériques. France Info n'existait pas à l'époque et je n'écoutais pas France Culture avant d'y être. Donc en fait effectivement le contact avec France Culture a été en même temps le contact avec une chaîne que j'ai découverte et que j'ai appris à aimer, à laquelle je tiens beaucoup, malgré ses défauts et grâce à sa richesse. » [Productrice, 46 ans]

Trajectoire scolaire et sociale

Les informations disponibles et celles recueillies auprès des producteurs interrogés (15) alimentent l'hypothèse d'une origine sociale plus rarement intellectuelle ou artistique que bourgeoise : ils sont enfants d'avocat, d'officier, d'attaché commercial, d'industriel, de directeur de banque ou de société, d'ingénieur, de directeur à l'O.R.T.F., de chirurgien, ou sont issus des classes moyennes du secteur privé, enfants d'employé, de représentant de commerce, voire de milieu populaire. Il est à noter la fréquence élevée de fils et de filles d'officiers parmi les interviewés et les personnes sur lesquelles des informations sont accessibles. En définitive, la « position » particulière des producteurs de France Culture interrogés semble combiner une position héritée bourgeoise et une position professionnelle dans une institution culturellement et politiquement située à gauche (le producteur, fils de professeur, qui a suivi une formation commerciale (HEC par exemple n'est pas ici un contre-exemple).

Si aucune formation spécifique ou systématique ne prépare à la profession de producteur radio, les informations disponibles permettent d'avancer quelques remarques concernant les formations scolaires possédées. Ainsi, une typologie séparant les producteurs les plus âgés, souvent « hommes de radio », et les producteurs plus jeunes, rentrés après une autre activité et exerçant éventuellement un autre métier, permet de clarifier l'approche du parcours scolaire (16). Il y a les « hommes de radio » de longue date, rentrés dans les années 50 ou peu après, autodidactes, et souvent moins diplômés que leurs collègues (licenciés en lettres, comédien de formation). Ainsi de Pierre Descargues, Jacques Duchâteau, Jacques Fayet, Roger Vrigny, Bertrand Jérôme. L'autre groupe comprend des producteurs coordonnateurs ou délégués : Michel Bydlowski, Michel Cazenave, Éliane Contini, René Farabet, Marie-Hélène Fraissé, Patrice Gelinet, Olivier Germain-Thomas, Gérard Gromer, Geneviève Ladouès, Jean Lebrun, Francesca Piolot, Antoine Spire, Alain Veinstein, Alain Finkelkraut, pour ne citer que quelques noms. On trouve parmi eux des détenteurs de doctorats de troisième cycle, en philosophie, littérature, linguistique, histoire. Certains sont agrégés, ou diplômés des grandes écoles.

Parmi les producteurs n'appartenant pas au groupe des plus actifs, deux profils scolaires et professionnels coexistent, celui du producteur d'émissions régulières comme *Les Lundis de l'histoire* ou certaines *Perspectives scientifiques*, – professeur ou chercheur diplômés du troisième cycle –, et celui du producteur tournant, parmi lequel on trouve des individus qui se déclarent parfois autodidactes ou qui sont diplômés du second cycle d'études supérieures, – licence de biologie ou de philosophie, licence d'his-

(15) La base de données à notre disposition ne comportait pas d'informations sur les professions parentales, les diplômes possédés et les activités professionnelles parallèles.

(16) Nous suivons en cela une démarche proche de celle de Muriel Cantor qui établit deux typologies, une de groupes d'âges, l'autre, dominante dans son analyse, de « the producer's occupational orientation ». Nous donnons tout son développement à une typologie des projets professionnels dans la suite de l'article. CANTOR, *ibid.*, pp. 74-75.

toire-géographie, maîtrise de lettres ou d'histoire de l'art –, ou diplômés d'école de journalisme, de l'E.H.E.S.S. Sans doute parmi eux trouve-t-on des producteurs pour qui France Culture est un lieu de ressources et d'ouverture intellectuelles et relationnelles et non le lieu central de leur investissement professionnel. Produire des émissions prend place à côté d'une activité principale hors radio, voire, d'un point de vue financier, comme « supplément » par rapport aux ressources financières, elles principales, retirées d'un conjoint. La production à France Culture prend son sens par rapport aux activités parallèles de ces producteurs davantage que dans un projet professionnel centré sur la radio.

La trajectoire des producteurs se trouve être fréquemment une *trajectoire scolaire interrompue* (17). Nombreux sont ceux qui ont abandonné ou mis en suspens leurs études, voire ont échoué dans leur parcours universitaire. Leur parcours se traduit par une formation scolaire non sanctionnée par un diplôme final et secondairement par une *aspiration culturelle* ou *sociale*. Si le travail à la radio peut prolonger ces trajectoires, c'est que le lieu professionnel que constitue France Culture permet la mise en œuvre d'un capital culturel non entériné scolairement. Quelles que soient les raisons de la renonciation, lassitude ou découverte de ses véritables centres d'intérêts, contrainte financière ou refus de l'avenir professoral, ces études abandonnées, parfois décrites en termes d'aspirations déçues, expriment une trajectoire d'aspiration. La distinction entre refuser et être refusé, ou entre choix et manque d'investissement penche ici en faveur de la prise de position volontariste dans la bouche des producteurs interrogés : celle, par exemple, de refuser, dans les années 70, de préparer l'agrégation pour des raisons idéologiques.

L'opposition au professorat et l'ouverture professionnelle de l'activité

Les prises de position des producteurs se caractérisent par un rejet de l'enseignement et plus largement de la forme pédagogique. Et c'est sans doute concernant ce rejet de l'enseignement que l'homogénéité des discours et des expériences est la plus remarquable. En premier lieu, une majorité des producteurs rencontrés se sont, à un moment, *opposés à une carrière professorale* : « ma mère voulait que je sois professeur, ce qui m'emmerdait profondément » ; « je n'avais pas envie d'enseigner » ; « on se dit pas oui ça serait bien, on se dit que ça serait une chance formidable, quand on a comme avenir d'être prof à Trifouillie-les-Oies, de faire ça [travailler à la radio] » ; « j'ai commencé par enseigner puis j'en ai eu assez au bout d'un moment » ; « j'ai toujours su que je n'étais pas fait pour le professorat, ou je n'en avais pas envie, l'un ne va pas sans l'autre ».

Le milieu enseignant et la carrière professorale sont rejetés *a priori* ou à partir d'expériences. Ainsi, c'est relativement aux carrières d'enseignants que la carrière dans un média comme France Culture peut se comprendre. Le milieu enseignant est rejeté parce qu'il est perçu comme trop fermé, « trop dans le monde de la recherche et des bouquins ». Les producteurs y dénoncent la perte de contact avec la vie réelle.

Plusieurs interprétations peuvent expliquer ce rejet : les producteurs investissent à la radio des dispositions qui s'opposent à celles requises par l'enseignement ; ou bien ce qui relève d'un choix n'est qu'une rationalisation de l'échec ; ou encore, ils effectuent une pondération entre une carrière envisagée dans l'enseignement (secondaire) et l'exercice radiophonique en faveur du second. Il faut, selon nous, user des trois interprétations : certains avaient, scolairement parlant, les instruments pour faire une carrière dans l'ensei-

(17) Nous reprenons une analyse faite par Bourdieu. Cf. BOURDIEU, 1979, pp. 409-421.

gnement supérieur ; d'autres possédaient les titres scolaires leur ouvrant les portes du métier d'enseignant dans le secondaire qu'ils ont dévalué au regard de la production radiophonique.

Sans doute, ce qui amène certains à disposer hiérarchiquement l'enseignement en dessous de la radio tient à leur activité enseignante dans le secondaire ou en classes préparatoires. Étant données les caractéristiques de leur trajectoire scolaire, il faut comprendre que le média radio offre une ouverture du *champ des possibles promotionnels*, – « je ne me suis jamais résolu à renoncer », dit un producteur –, peut-être plus grande que l'enseignement, même universitaire : « dans le meilleur des cas j'allais avoir un cursus universitaire classique ». Les métiers « d'intermédiaires culturels » peuvent ainsi s'opposer aux métiers d'enseignement comme la nouveauté s'oppose à la routine. Il s'agit alors d'une ouverture du *domaine d'activité* par la diversification des thèmes et des personnes abordées, à l'inverse d'une carrière enseignante vue comme hyperspécialisée, emmurée, immobile, répétitive, appréciation qui peut se baser sur une expérience ou seulement une représentation.

« Au bout de deux mois je me suis dit c'est pas possible, je peux pas continuer comme ça, je vais mourir d'ennui, de sottises. Corriger des rédactions en Quatrième je vois pas de choses plus sottes. (...) C'est un exercice parfaitement imbécile. » [Producteur, 44 ans]

« J'avais le sentiment que je n'étais pas destinée à rester strictement dans le milieu universitaire que je trouvais à la fois d'une grande qualité, mais en même temps un petit peu ennuyeux. » [Productrice coordinatrice, 47 ans]

« [J'ai des collègues] qui sont soit dans l'administration, soit dans les maths, soit dans des tas de secteurs de la vie socioculturelle plus ou moins en vue. D'ailleurs il y en a qui sont restés à un stade d'insertion assez banal, c'est-à-dire soit à travailler

dans un labo de recherche, soit effectivement à faire de l'enseignement et seulement de l'enseignement. J'ai jamais eu envie de m'enfermer dans un seul circuit à aucun moment. » [Productrice, 46 ans]

« Je ne pense pas qu'avec cet itinéraire-là je pouvais me contenter simplement d'un métier structuré. J'ai enseigné dans l'Éducation Nationale avant puisque je suis agrégée. J'ai enseigné et ça ne me convenait pas. J'aime beaucoup enseigner, je n'aime pas le milieu enseignant où il y avait... C'était très frustrant. Vous ne pouvez pas simplement faire ça, c'est pas possible. Tandis que là [à France Culture], tout est possible d'une certaine manière. Quelquefois, on a l'impression que rien n'est possible puisque tout est possible. » [Productrice, 45 ans]

Il convient d'ajouter à l'analyse des parcours scolaires le fait que les producteurs ont fréquemment des savoirs scolaires diversifiés. Ceux-ci peuvent trouver sur France Culture un espace professionnel thématiquement varié qui permet de mettre en œuvre ces savoirs.

L'attrait pour la production radio à France Culture tient à la fois au capital symbolique procuré par le passage à l'antenne ou par les relations contractées et à un travail *a priori* non routinier : « On est dans des projets de perpétuel renouvellement. » Les gratifications symboliques sont jugées importantes par les producteurs, celles notamment de rencontrer et de fréquenter les « intelligences du siècle », d'avoir accès aux gens les plus intéressants grâce au micro. De ce point de vue, la production est conçue comme plus épanouissante que la technique ou la réalisation. Mais l'intérêt pour la radio n'est pas si simple, il demande justification. Pour ne pas être vécu négativement, le travail à France Culture ne doit pas être perçu comme l'équivalent d'un travail dans un média. Seule la chaîne culturelle justifie leur activité dans un média. Les producteurs s'opposent au professorat mais aussi aux médias entendus comme lieux de divertissement.

Le rejet de la pédagogie et la valorisation des dispositifs « privés »

Ce positionnement idéologique et professionnel contre l'enseignement affecte la conception qu'a le producteur de l'émission. Les producteurs ont horreur de la pédagogie : « le mot pédagogie c'est laid » ; « je hais le France Culture pédant, raide, pédagogique et para-universitaire ». La qualification de pédagogique tient ici autant à l'usage d'un code trop spécifique qu'à la mise en forme de l'émission (à travers l'énonciation notamment). L'émission aussi bien que le rapport au public ne sont pas conçus sur le modèle du cours. La notion de pédagogie est rejetée parce qu'elle ramène la re-création intellectuelle à une activité de bibliographe. Ce que veut faire le producteur, c'est « aider les gens à créer, à s'interroger, à élaborer des problématiques », « ce qui est intéressant, c'est de leur donner des clés de réflexion ». En quelque sorte, le producteur n'est pas là pour faire apprendre ou transmettre, mais pour donner à réfléchir. Le producteur de France Culture *n'est pas un médiateur* et son travail un travail de médiation (c'est à la fois comme cela qu'ils se décrivent et le résultat de notre analyse). L'identité du producteur à France Culture ne se cristallise pas dans les entretiens autour des notions de vulgarisateur ou de médiateur. Nous le verrons plus loin, la professionnalisation et toutes les « différenciations » professionnelles s'articulent autour d'une conception intellectuelle. L'opposition au professorat trouve ici un second sens : le producteur n'aspire pas plus à être un médiateur qu'à être un pédagogue.

Le dispositif « privé » désigne ici aussi bien le recours à un thème privé ou impliquant subjectivement l'interviewé que la mise en place de situations d'énonciation et d'enregistrement qui se veulent « intimes » et favorables à la parole subjective. Mettre à l'aise les invités en leur offrant un café, les laisser fumer en studio, comme le fait de

les faire parler à partir de leur expérience et non *ex cathedra*, sont autant de marques de la valorisation d'un certain type de relation et de discours. Cette *radio de la parole* a une dimension sociale évidente. Il s'agit de donner la parole soit à ceux qui en sont habituellement privés, soit aux professions supérieures mais « d'un point de vue subjectif », afin de tenter de contrecarrer leur discours professoral, leur langue convenue ou de bois. Il faudrait sans doute distinguer le mouvement de publicisation du privé, dont parle D. Mehl, et la valorisation d'une parole subjective, pour ne pas confondre trop vite l'ordre du dispositif et celui des catégories sociales (privé/public) (18).

L'idéologie professionnelle qui valorise le recours aux dispositifs radiophoniques « privés » trouve un fondement dans le parcours des producteurs. Ceux-ci revendiquent d'être venus à la radio pour échapper au caractère fermé du monde professionnel dans lequel ils évoluaient précédemment ou aux perspectives que celui-ci leur offrait et afin de toucher à la « vie réelle ».

DES PROJETS PROFESSIONNELS DIVERS

Avant d'avancer dans le détail d'une différenciation interne au métier de producteur, il faut montrer les limites à l'intérieur desquelles elle opère : celles que constituent les autres groupes professionnels, techniciens et réalisateurs notamment. Ainsi, la fermeture du métier de réalisateur de dramatiques interdit aux producteurs de se porter vers une activité de producteur-réalisateur, mais ne l'exclut pas totalement pour ceux d'entre eux qui deviennent réalisateurs. Concernant l'interdit qui pèse sur l'activité de réalisation réservée aux chargés de réalisation, la frontière est plus poreuse, et le producteur de telle émission « artistique » peut prendre les ciseaux et monter lui-même, ou mixer accompagné du seul preneur de son.

(18) MEHL, 1997.

Le positionnement externe s'effectue parallèlement à la professionnalisation. Il sert en quelque sorte de condition à une différenciation interne et consiste à distinguer la radio de l'ensemble des médias. La radio, et spécifiquement France Culture, est définie intrinsèquement et professionnellement comme différente des autres supports, par les producteurs. Cette définition est avant tout négative et médiante et reflète la position dominée de la radio dans le monde des médias : « parce que c'est l'outil radio, c'est de la radio, c'est pas de l'écrit, c'est pas une enquête journalistique, parce que c'est pas un bouquin, parce que... » [productrice]. L'énonciation de la différence technique et matérielle porte ici sur une différence d'essence. Nous ne reviendrons pas ici sur le fond d'accord concernant la spécificité radiophonique de France Culture : la mise en ondes et le savoir-appréhender de la « culture » (19).

Notons que le format d'émissions contribue à la différenciation interne des producteurs. Il y a les émissions en direct peu rediffusables et peu rediffusées, la nuit ou le jour, et les émissions montées, rediffusées et rediffusables. Il y a aussi une diversité des formats d'émission, entretien, débat, émissions montées, recherches sonores, radio déambulatoire. Ils forment à la fois un cadre *a priori* et une objectivation du positionnement des producteurs.

« On peut canaliser la voix dans l'ordre du savoir, ce sont *Les Chemins de la Connaissance*. Soit à l'extrême inverse dans *Les Nuits magnétiques*. Quand vous êtes dans *Les Chemins de la Connaissance* vous faites parler l'invité, vous lui donnez la parole, tandis que quand vous êtes dans *Les Nuits magnétiques*, vous dites déjà " je ". Et puis vous savez une

Matinée des autres par exemple, c'est encore autre chose (...), c'est certainement de la mise en scène (...), c'est déjà presque de la fiction, de la fiction avec tout ce qu'il y a de plus réel et d'immédiat (sur le terrain). » [Productrice, 42 ans]

On le voit, les producteurs se positionnent avec plus ou moins de force autour de trois pôles de définitions professionnelles, l'*art*, la *production intellectuelle* ou le *journalisme*. Nous construisons ces pôles « identitaires » à partir des catégories subjectives et des indicateurs objectifs de définitions. Nous suivrons le conseil des intéressés eux-mêmes en essayant de ne pas nous perdre dans les définitions individuelles d'un métier dont c'est une caractéristique d'être ouvert aux redéfinitions. Nous le ferons à la fois parce qu'il y a des constantes, mais aussi parce que toute enquête sociologique se doit de proposer un état aussi clair que possible d'une situation ou d'une profession. Nous privilégierons la notion de « projet » parce qu'elle est dynamique et non objectiviste. Elle n'entérine pas non plus une déclaration subjective comme celle d'« identité ». Toutefois, afin que la notion d'« identité » utilisée quelque fois ne fonctionne comme un mot-valise ou écran, indiquons ce qu'elle recouvre précisément ici. Elle désigne une déclaration d'état (« nous sommes des... »), une qualification de l'activité (« mon travail n'est pas celui du journaliste ») et une dimension objective, celle de l'activité radiophonique quand elle est marquée (producteur aux ACR par ex.). Le *projet* désignera le rapport subjectif à la production radiophonique en même temps qu'une aspiration, c'est-à-dire une identité jamais tout à fait appropriée.

(19) En termes de *dispositif* d'intéressement. Cf. GLEVAREC, 1996.

Le projet artistique

Une productrice déléguée a écrit un texte de référence sur le métier de producteur (20). Ce dernier est mis à distance du journalisme et rattaché à la créa-

tion. En regard du texte « Profession : Producteur radio » nous proposons une analyse qui montre les prises de positions explicites et implicites à l'égard des autres corps professionnels, de la direction...

<p>PROFESSION : PRODUCTEUR RADIO</p> <p><i>Des menaces pèsent sur la profession de photjournaliste, nous apprend Christian Caujolle dans « Rebonds » (Libération du 10.12.92). C'est l'existence même d'une profession, à mi-chemin entre le travail d'auteur et le journalisme, qui semble en jeu.</i></p> <p><i>Le même genre de processus est en train de se produire à Radio-France. En effet, nos métiers (producteurs radio, collaborateurs d'émission, intervenants spécialisés, etc.) sont dans le plus grand flou juridique. Et pourtant, <u>sans nous, pas de radio.</u></i></p>	<p>UNE IDENTITÉ ARTISTIQUE :</p> <p>Les deux pôles de la définition/différenciation du métier de producteur sont l'auteur et le journaliste.</p> <p>Il y a une définition minimale : le producteur est celui qui <i>fait</i> la radio (à Radio France).</p> <p>Il y a une opposition implicite entre l'employeur et les producteurs. Il s'agit de renverser les représentations en rappelant que les producteurs ne sont pas que des « intermittents de la radio » en quelque sorte, mais que l'institution n'a pas d'identité et d'existence sans eux. Le métier de producteur est défini comme étant au centre de la radio.</p>
<p><u>Mais qui sommes-nous ?</u></p> <p><i>A première vue, des intermittents du spectacle, embauchés émission après émission, rémunérés au cachet, avec au mieux pour certains la garantie d'un contrat de grille de 3, 6 ou 9 mois. Cette situation permet un fonctionnement souple et dynamique des différentes chaînes de Radio-France (France-Inter, France-Culture, France-Musique, FIP, Radio-bleue, Radios locales). La <u>précarité d'emploi peut sembler inévitable et même nécessaire pour ce genre de professions qui, comme les comédiens ou les metteurs en scène, demandent un investissement intellectuel et créatif qu'une fonctionnarisation risquerait d'anéantir.</u></i></p>	<p>Constat d'une identité incertaine.</p> <p>La précarité n'est ni acceptée ni rejetée. L'appréciation du statut d'intermittent reste indécidable (« peut sembler »).</p> <p>La mise en place de l'opposition intellectuel-crétif / fonctionnaire permet de rattacher le métier de producteur au pôle créatif. Le statut d'intermittent permet l'investissement.</p>

(20) Ce texte a fait partie d'un dossier envoyé aux adhérents de la Space lors de l'Assemblée générale du 7 avril 1993, et faisait suite à l'exclusion des producteurs de l'annexe 10 du régime d'assurance chômage le 17 juin 1992 (exclusion qui fut annulée). Il prend place dans le « flou juridique » concernant le statut et l'identité des producteurs sur lequel dit s'être appuyée l'Unedic pour fonder l'exclusion. Dans ce dossier, le texte « Profession : Producteur radio » est dépersonnalisé, la signature est effacée.

<p><i>Être producteur radio, ce n'est pas être journaliste au sens strict du terme car nous ne traitons pas seulement de sujets d'actualité et nous n'appartenons pas à une rédaction. Notre métier est plus solitaire. Il s'agit de montrer le monde, de le saisir, de l'écouter, d'être selon les tempéraments reporter, documentariste, intellectuel, journaliste ou auteur. La richesse de ce métier en est la diversité. Trop vouloir le définir risquerait de le normaliser et finirait par l'anéantir. Mais l'inverse est vrai aussi : trop de flou et de laisser-aller nous marginalise au point que nos métiers sont totalement ignorés et même oubliés lors des négociations entre partenaires sociaux (CNPF et syndicats).</i></p>	<p>Distinction est faite avec le journalisme : du point de vue identitaire (« être ») et « professionnel » : le producteur est moins intégré et moins soumis au rythme journalistique. Revendication à l'universel sur le modèle de la formule : « le monde appartient à ceux qui l'écoutent ». La définition du métier est active (« montrer » avec le doigt) et passive (« montrer » ce qui est) : désigner et/ou médiatiser. Le principe qui rend compte de l'activité réside moins dans une formation que dans la personnalité de chacun (« tempérament »). Le métier permet et respecte la subjectivité. Renversement de la genèse du métier : c'est à partir de lui que s'engendrent les autres titres (« intellectuel », « journaliste », « auteur ») et non l'inverse. Le texte définit ce qui peut fonder un « professionnalisme » du métier de producteur tout en refusant la définition.</p>
<p><i>La vitalité et le renouvellement d'une chaîne impose l'intermittence de nos métiers mais la qualité des émissions dépend de notre professionnalisme. Encore faut-il que nos métiers soient véritablement reconnus comme professionnels.</i></p>	<p>Reconnaissance et considération sont liées à la professionnalisation du métier.</p>

L'identité du producteur est ici celle de créateur. Situé dans un premier temps entre le journaliste et l'auteur, le producteur est ensuite rapproché du second terme. La tension réside dans ce qui fait sa caractéristique : son ouverture à des définitions particulières, ou, plus exactement, son balancement entre une définition trop normalisée et une définition trop floue. La définition contemporaine du producteur radio le désigne comme créateur, elle s'appuie pour cela sur son travail recréateur (lors de la préparation (« choisir l'angle, c'est le b a ba du métier ») et lors du « montage » des éléments) et sur son investissement subjectif.

Nombre de leurs activités radiophoniques mettent les producteurs en situation de créateur ou d'artiste. Jean Daive, après avoir produit le *Bon Plaisir* de Christian Boltanski, devient en quelque sorte « auteur dramatique » grâce à la mise en scène dont fait l'objet son émission (au Studio Théâtre de Vitry en juin 1994). Véra Feyder, elle, voit son *Bon Plaisir* sur Cartier Bresson donner lieu à une édition phonographique. A l'occasion, elle acquiert une reconnaissance de son travail mais aussi un statut d'ami des artistes. On peut citer aussi les entretiens d'André Parinaud, les émissions *Un homme, une ville* de Jean Montalbetti, ou encore celles, plus

anciennes, de François Billetdoux. De fait, les producteurs trouvent dans les droits d'auteur qu'ils perçoivent un indice objectif (juridique) de leur qualité d'auteur et, de surcroît, une preuve qu'ils se distinguent bien des journalistes.

Une frange de la population des producteurs de France Culture travaille directement dans l'optique d'un art radiophonique. Un de ses chefs de file actuels est Yann Paranthoën, technicien et producteur, dont quelques-unes des productions ont été éditées. Il n'est pas le seul à défendre explicitement une conception artistique de la production radiophonique. René Farabet, Kaye Mortley, Alain Trutat, autant de producteurs ou réalisateurs qui travaillent ou ont travaillé dans cette optique. *L'Atelier de création radiophonique* en est le lieu par définition.

Il convient pour comprendre la définition artistique du métier de producteur de l'inscrire dans un *projet* individuel plus large. Elle va souvent de pair chez les producteurs avec une aspiration artistique et créatrice. Le projet créateur se réalise particulièrement dans l'écriture, sous toutes ses formes : roman, récit, carnet de voyage, nouvelle et essai. Très nombreux sont les producteurs interrogés qui écrivent ou projettent d'écrire, ou dont l'activité littéraire est connue : André Velter, Alain Veinstein, Michel Cazenave, Olivier Germain-Thomas, Roger Vrigny, la liste n'est pas exhaustive des producteurs réguliers de la chaîne qui ont une activité de romancier ou de poète. Cependant, étant donné que l'activité d'écriture est socialement soumise à un principe de reconnaissance par la publication (21), certains producteurs qui écrivent sans publier se regardent souvent avec les yeux de l'échec et certains s'appliquent la figure du journaliste-qui-n'a-pas-pu-être-écrivain.

D'autres trouvent tout simplement un fondement à une identité d'artiste en com-

parant leur activité à celle de l'artiste (le « peintre » par exemple) : leur situation est semblable ; il leur faut soit vivre d'un autre travail ou avoir un conjoint qui rapporte un revenu suffisant pour continuer à se consacrer à une activité vécue comme désintéressée. En fait, la définition artistique ou créatrice du métier est inscrite dans le titre même de *producteur*. Ce faisant, elle est aussi une prise de distance par rapport à la nature et au contenu du métier de journaliste tel qu'ils se le représentent, toujours « dans l'urgence », « sans réflexion ». La définition créatrice du métier a pour conséquence, enfin, de doter France Culture d'un projet artistique plutôt que journalistique. C'est dans ce cadre-là qu'il faut replacer la question du *statut* des producteurs.

Le sens du statut d'intermittent

Salariés intermittents de l'audiovisuel (22), les producteurs radio se posent, ou se posent à eux, la question récurrente du statut : le passage à la permanence, l'aménagement du statut d'intermittent... Ici, cette question est irréductible au problème de la meilleure formule salariale à adopter entre un travailleur et une institution culturelle, elle engage aussi la définition de soi des producteurs et la question des tensions entre *investissement* et (simple) *engagement*.

La préférence pour le statut d'intermittent reste la forme dominante et légitime. La plupart des producteurs que nous avons rencontrés oscillent entre les deux propositions de statuts, – ils ne savent pas choisir et donnent les avantages et désavantages de l'un et l'autre –, tout en gardant une préférence pour le statut de cachetier. Le statut d'intermittent, « qui n'en est pas un », disait une productrice du point de vue de la reconnaissance symbolique, est pour eux avant tout le garant de la liberté. Les arguments en sa faveur sont indivi-

(21) Cf. HEINICH, 1995.

(22) Les producteurs radio bénéficient du régime dérogatoire de l'assurance chômage des intermittents du spectacle et de l'audiovisuel réglé par les Annexes 8 et 10, qui fixe à 507 h le seuil de l'activité nécessaire pour toucher une allocation chômage.

duels et collectifs. Il oblige à « changer », parce qu'en quelque sorte « l'insécurité fait penser », et à « bouger » : « ça nous permet d'être tout le temps en éveil ». Il serait le garant d'une certaine qualité de l'investissement : « Il faut avoir la trouille. Il faut être menacé pour faire correctement le métier qu'on fait. » Les producteurs rejoignent la position de la direction en estimant que ce statut permet une souplesse dans la sollicitation des producteurs et leur renouvellement, et favorise une ouverture de la chaîne à de nouveaux venus. Les producteurs réticents à la transformation de leur contrat en contrat de travail à durée indéterminée s'appuient sur l'argument d'une perte d'autonomie et du contrôle de leur production. Le modèle qui sert de repoussoir est la rédaction d'un organe de presse où le rédacteur en chef a un droit de regard sur ce qui est fait et peut imposer des sujets. Dans leur position actuelle, les producteurs s'estiment libres, on leur laisse carte blanche une fois la confiance établie. Notons, à ce titre, que l'appréciation objective des relations hiérarchiques entre coordonnateurs, conseillers de programme ou directeur, et avec les producteurs délégués, aurait supposé une observation participante. Selon notre enquête, le contrôle sur la production prend sans doute deux formes : le contrôle à l'œuvre lors des négociations autour des projets d'émission et l'autocensure si souvent mentionnée par les producteurs. En fait, il faut noter que la question des relations de contrôle reste une dimension en partie camouflée et ce au profit d'une valorisation de l'autonomie dans la production. C'est sous la forme de l'*autocensure* que cette dimension est évoquée par les producteurs. Et il y a, selon eux, aggravation de cette autocensure, dont il faudrait rechercher la cause dans des *conditions intellectuelles* moins favorables aux sujets originaux.

L'appréciation subjective de l'intermittence se construit autour de la relation de travail parce qu'elle met en jeu l'individualisation du producteur et de son activité. Aux risques de la perte de liberté s'ajoutent donc ceux de perdre la notion de

produit individualisé et maîtrisé dans son intégralité. Pour certains, ce serait renoncer à la figure artistique et à la dimension de création. Cette représentation de soi ne serait-elle pas la plus forte face à une sécurité de l'emploi, et notamment pour ceux dont la situation est « assurée » ? Si les producteurs tiennent au statut de cachetier, c'est aussi qu'il laisse ouverte la concurrence pour les productions. S'ils étaient permanents, l'allocation du travail risquerait de devenir rigide et la concurrence de se figer.

Les plus favorables à une stabilisation du contrat de travail sont les producteurs présents depuis au moins dix ans, mais encore loin de la retraite, et qui n'ont pas d'autre activité stable à l'extérieur. Le statut de cachetier prend alors une valeur presque humiliante parce qu'il « supprime » de fait la sécurité et les prérogatives liées à un emploi permanent. La dévalorisation du statut d'intermittent peut se manifester dans le refus (au moins) affiché de toucher les allocations chômage des intermittents. Aussi quelques-uns sont expressément demandeurs d'un statut de permanent. Mais la continuité de l'emploi sur plusieurs années ne suffit pas à fonder la revendication. L'activité doit alors en quelque sorte se bureaucratiser (au sens weberien), ce qui suppose de renoncer à « l'individualisation » et à la position de penseur ou de créateur :

« Je ne suis pas là pour imposer mes idées, étaler ma science ou mes opinions. Mon activité professionnelle est de donner la parole à d'autres et de rendre compte du travail des autres. Il s'agit d'une activité hautement professionnelle pour laquelle la permanence ne serait pas une hérésie. »
[Producteur, 48 ans]

Revendiquer une compétence professionnelle a pour contrepartie de céder sur une allocation du travail qui met en avant la personnalisation de l'activité. Le producteur résout la tension entre une identité d'intellectuel et une identité de professionnel au profit du second terme. En fait, au moins deux autres structures de l'expé-

rience professionnelle s'emboîtent dans l'opposition intellectuel / professionnel : celle entre intellectuel et « médiateur » et celle entre amateur et professionnel. L'une est une structure de l'identité, l'autre de l'activité. Il est vrai que ces deux oppositions restent sous-tendues par celle, plus ou moins présente selon les activités annexes des producteurs, de l'activité et de la non-activité ou du chômage. Ainsi les chercheurs et professeurs sont indifférents à un statut qui est secondaire par rapport à leur profession principale.

Le projet intellectuel

L'autre pôle d'attraction, moins explicite, est le modèle intellectuel, voire scientifique. Il s'agit de doter le métier et le titre de producteur des qualités de la science, de l'objectivité, en inscrivant l'activité de production dans l'espace culturel ou intellectuel, et en abandonnant une définition journalistique en terme de vulgarisation ou de médiation (entre les « sommités » et le public des auditeurs). Les producteurs qui décrivent l'éventail des positions parlent des deux tendances extrêmes que sont la démarche créatrice et la démarche journalistique sans évoquer la position intellectuelle. Celle-ci reste plus facile à revendiquer que celle de créateur, pour laquelle la nécessité d'une reconnaissance externe se fait, semble-t-il, plus pressante, et moins que celle de journaliste qui leur est communément assignée.

Revenons sur une définition que donne Schaeffer de la notion de « médiation » dans *Genèse des Simulacres*, définition qui résumera ici l'acception la plus courante, tant pour le sens commun que, de façon implicite, pour une partie de la pensée sociologique (23) : « le rôle du médiateur consiste à faire passer le message du

milieu " autorisé " au grand public » (24). Les producteurs mettent à mal l'idée même d'être des médiateurs ou des vulgarisateurs. Il faut prendre toute la mesure de phrases comme « notre vocation est de donner à comprendre, à penser » ou « la question pour moi c'est d'ouvrir les gens à la réflexion et au questionnement », ou encore « ce métier est un travail d'idées », pour comprendre la place d'intellectuel qui « donne à penser » et veut « faire avancer les choses » (sic), qu'ils se construisent.

Un producteur, définissant, à l'occasion d'un colloque sur les rapports entre journalistes et sociologues, son activité, disait : « Ma profession n'est pas de transmettre un savoir rigoureux et scientifique, mais d'essayer d'avancer dans la compréhension du monde de façon contradictoire en essayant d'emmener le plus de gens. » Cette conception tout à fait intellectuelle du rôle du producteur est celle de catalyseur du débat et de l'espace publics. Il faut prendre acte alors de la différence qui est créée entre une définition de l'intellectuel comme « animateur » et une autre comme « producteur-auteur ». Il convient aussi de ne pas rapporter non plus la première catégorie à celle de « l'intellectuel engagé ». Cette radio, certains l'appellent « radio du concept ». Michel Cazenave, Emmanuel Hirsch (tous deux docteurs en philosophie), Antoine Spire, peuvent être « rattachés » à cette conception intellectuelle de la radio.

Le producteur peut tenir cette identité de son indépendance. Il est seul maître de ses choix d'émissions. Le micro est *son* micro. Il peut tenir sa position d'intellectuel de sa collaboration comme invité aux débats « intellectuels », aux *Rencontres de Pétrarque* ou autres colloques philosophiques d'été. Le projet ou la position d'intellectuel sont manifestes quand un

(23) Nous ne faisons donc pas référence ici à la « définition » de cette notion chez Hennion. HENNION, 1990, 1993. Le médiateur (qui peut être une personne ou un objet) est un traducteur, un nœud d'un réseau. L'intérêt de cette approche est de montrer notamment qu'on ne peut fixer des positions univoques sur la chaîne des causalités (socialisation ou naturalisation des causes), celles-ci étant elles-mêmes médiatisées. Il reste que notre analyse constitue une prise de position par rapport à cette théorie. En fait, il faut choisir entre une analyse de la place du producteur au sein d'un dispositif discursif et interactionnel, et une analyse de son travail de médiation au sein d'un système de représentations ou « d'attribution des causes ».

(24) SCHAEFFER, 1970, pp. 57-59. « Milieu autorisé » signifiant ici le Pouvoir, la Doxa, les milieux de spécialistes.

producteur est invité comme intervenant dans l'émission d'un collègue. Il est mis alors à la place d'intellectuel et « reconnu » par un collègue producteur comme spécialiste d'un sujet. Là encore, cette figure semble différer de celle du philosophe-journaliste ou du journalisme philosophique apparue dans les années 70 autour du *Nouvel Observateur* et des « nouveaux philosophes » (25). Si le producteur parle en première personne, il reste cependant en retrait d'une prise de position personnelle conséquente.

Parallèlement à cette identité spécifique d'« intellectuel », il convient de mettre en évidence le projet de ceux qui tiennent de l'extérieur une position scientifique et intellectuelle. C'est le cas des producteurs-chercheurs ou enseignants des *Lundis de l'Histoire*. Ces derniers se définissent comme des historiens et des chercheurs et non comme des producteurs ou des journalistes. Ils sont animés d'un souci de diffusion de leur discipline à un public plus large que les membres de la communauté historique ou universitaire. Sans doute, ce public n'est-il pas une cour des miracles et les producteurs le qualifient-ils à partir de quelques catégories dominantes : les étudiants, les professeurs du secondaire, les femmes au foyer et les personnes âgées. Il reste que tout se passe comme si les professeurs et chercheurs se pensaient comme des médiateurs (des « passeurs » (sic)) et les producteurs comme des « intellectuels ».

Le projet journalistique

C'est sans doute avec la profession de journaliste que la définition du métier de producteur est la plus médiante, et c'est de manière négative qu'elle l'est : « France Culture n'est pas une radio de journalistes, c'est une radio de réflexion », dit un pro-

ducteur. Première évidence : les individus qui font ce travail à France Culture et plus généralement à Radio France ne sont pas appelés « journalistes ». Les producteurs sont bien distingués nominalement des journalistes. Même les reportages, traditionnellement effectués dans les rédactions des journaux parlés par des journalistes ou des pigistes, sont réalisés par exemple à *Culture Matin* par des professionnels appelés « collaborateurs ». Dans le lent travail de professionnalisation du métier de producteur, le journalisme représente un modèle et un repère « dur ». L'association des producteurs a pris le sigle de Société qui est aussi celui de la Société des journalistes. Elle prend le journalisme comme modèle pour mieux s'en séparer : « je hais les journalistes », soutient l'un de ceux qui se définissent comme « intellectuels ». Si le producteur tient à ce titre de producteur, c'est bien parce que c'est pour lui le titre de journaliste majoré : le producteur a plus de responsabilités que le journaliste.

Il reste qu'un certain nombre de producteurs se pensent comme des journalistes. C'est le cas des producteurs qui s'occupent des sciences dures et qui se définissent fréquemment comme journaliste scientifique voire culturel. Selon eux, le titre de producteur est défendu par des gens qui veulent donner un supplément d'âme à leur activité. Mais c'est parmi les ex-journalistes de la presse ou de rédactions radiophoniques que s'exprime une certaine ironie à l'égard des collègues qui veulent à tout prix s'éloigner d'une définition journalistique et là que l'on rencontre ceux qui revendiquent une identité et une qualification journalistiques.

Étant donné la relative « dureté » du titre de journaliste, toute définition comme journaliste implique un rejet du titre de producteur, « qui ne signifie rien, n'a aucun sens » (sic) ; « le travail que nous faisons n'est pas

(25) Le philosophe journaliste apparaît dans un mouvement de transformation du système universitaire qui voit la philosophie céder la place à la culture scientifique et aux sciences de l'homme. « Dès le milieu des années 70 s'est imposé au *Nouvel Observateur*, à travers Maurice Clavel, professeur de lycée, auteur de divers ouvrages (littérature, essais politiques, philosophiques...), le personnage du philosophe-journaliste qui, ayant presque complètement abandonné la production de comptes rendus d'ouvrages récemment publiés, proposait ouvertement, dans le cadre de la rubrique de télévision, une prédication libre sur les faits de l'actualité : c'est son modèle qui a inspiré assez directement les " nouveaux philosophes " à partir de 1975-1976. » Cf. PINTO, 1994, p. 31.

un travail de producteur, mais vraiment un travail de journaliste ». C'est par l'utilisation des termes de la profession journalistique, « pigiste », « rédacteur en chef », « rédaction » ou « conférence de rédaction », que se montre l'attachement au journalisme comme profession stable, statutaire, reconnue. L'obtention de la carte de presse auprès de la Commission, qui suppose de savoir faire valoir son activité de production radio comme « interview et reportage », ou bien de l'acquérir sur la base d'un travail en presse écrite, est un autre indicateur du positionnement journalistique. La carte de presse est avant tout un référent symbolique que la profession a pris pour modèle à travers la création d'une carte professionnelle de producteur à France Culture, en fait « une espèce de badge » dit une productrice.

« Moi, je me définis souvent comme journaliste culturel. Je suis un journaliste culturel.

Vous avez une carte de presse ?

J'ai une carte de presse. (...) Je dis véritablement quel est mon travail. Mon émission c'est un travail d'enquête réelle, comme un journaliste. J'ai fait exactement le même travail quand j'étais au *Monde* et pour la radio, exactement le même. Travail d'enquête, de mise au propre et de rédaction. C'est exactement ce que je fais, c'est rigoureusement un travail de journaliste culturel. (...) Beaucoup de gens s'interrogent sur le statut du producteur et disent : « On est des créateurs, des auteurs, on n'est pas des journalistes ». Je crois qu'ils ont tort. Ils ne sont pas des créateurs, des auteurs et pas des journalistes. Ils sont des journalistes. Et comme ils ne réfléchissent pas à leur pratique journalistique, ils n'ont pas leur carte de journaliste. Il faut l'avoir, je crois que c'est important. » [Producteur, 49 ans]

En fait, la possession de la carte de presse n'empêche en rien une définition

multiforme, comme journaliste et intellectuel, ou comme journaliste et « arrangeur ». Elle est même l'occasion de révéler à nouveau une prise de distance avec le modèle journalistique. La définition comme journaliste peut s'accompagner d'un rejet de certains traits du métier, dont la carte de presse :

« Ça sert pas à grand-chose. Ça sert à éviter de faire la queue dans les musées et à entrer à l'Assemblée Nationale, dans certains pays difficiles (...) Ça me paraît être une recherche de sécurité, de privilèges, de bourgeoisie quoi. J'ai toujours été rétif à la carte de presse. Je ne voulais pas être journaliste toute ma vie, être identifié à un métier de manière permanente. » [Coordonnateur, 45 ans]

L'enjeu apparaît bien axé autour de la valorisation-dévalorisation du journalisme, mais avec une contrainte essentielle qui est que le métier de journaliste est un point d'appui solide, objectivé. Une autre contrainte apparaît, celle de la compétence propre au médium radio. Revendiquer l'identité de journaliste c'est renoncer dialectiquement à une compétence monovalente (radiophonique par ex.). Or, l'identité de « journaliste » du producteur va se construire autour d'une compétence proprement radiophonique, c'est-à-dire l'obliger à s'éloigner d'un journalisme polyvalent. Ainsi, à l'intérieur du projet journalistique distance peut être prise avec l'idée d'une compétence transposable d'un autre média.

Ce sont les « producteurs-journalistes » qui se disent le plus souvent médiateurs. Ils rejoignent en cela ce que dit Rieffel des journalistes de télévision qui pensent davantage leur rôle comme celui d'un médiateur ou d'un pédagogue que comme celui d'un interprète (26).

En résumé, nous pouvons dire que les producteurs ne se pensent pas comme « médiateurs », mais comme des « arran-

(26) « La perception de rôle semble osciller entre celle d'un médiateur et celle d'un pédagogue, au détriment du commentateur apportant son éclairage personnel dans le maquis des informations. » RIEFFEL, 1993, p. 379.

geurs » (sic). Une définition construite d'entrepreneur culturel permettrait sans doute de rassembler l'ensemble des dimensions du travail (succession de projets par ex.) et de l'engagement dans l'activité (intermittence). Ils sont toujours de seconde main, ils travaillent à partir du travail des autres. Ils conçoivent leur rôle comme intellectuel, animateur de la sphère publique ou de la réflexion.

Par ailleurs, cette analyse était « radio-centrée », elle ne considérerait pas les *espaces d'identification prioritaires* comme les nomme Goffman, d'où les producteurs peuvent tenir d'autres statuts professionnels. Le groupe de référence que peut représenter l'ensemble des producteurs les plus « actifs » ne constituent pas un groupe « modèle » pour l'ensemble des producteurs. Le titre de producteur est soumis au contrepoids plus ou moins fort des autres titres professionnels. Tantôt il s'efface devant les titres de professeur, médecin, historien, philosophe, tantôt il efface les titres de journaliste, enseignant. Enfin, il y a ceux qui se reconnaissent plusieurs identités.

Si nous ne caractérisons pas ici les différentes prises de position intellectuelle des producteurs de France Culture au sein de l'espace des professions intellectuelles et culturelles, nous voudrions avancer une analyse de la position du producteur dans l'espace médiatique, c'est-à-dire, précisément, une analyse de sa position discursive par rapport à ses interlocuteurs. Nous nous livrerons pour cela à une analyse courte mais respectueuse de citations d'entretiens.

CONCLUSION : LA POSITION DISCURSIVE

De la configuration culturelle...

Voici trois extraits d'entretien dont le point commun est de caractériser le *rapport des producteurs à l'objet qu'il produit*, passant du plus « professionnel » (l'objet produit) au plus relationnel (les interlocuteurs interviewés) :

« On ne crée pas vraiment. On va enregistrer des gens qui, eux, ont créé. On s'imagine qu'on crée. On est en deuxième main ou par un autre. Comment peut-on vraiment se réaliser quand on a des ambitions de créer et de se réaliser ? On est de plus en plus en porte-à-faux avec soi-même. C'est fragile. A la moindre alternance politique, où ils vont se retrouver ? On est en deuxième main. On ne crée pas. Il n'y a pas de perspectives de carrière. On ne gagne pas beaucoup d'argent. Je ne sais pas comment on peut se réaliser. C'est insuffisant. » [Producteur, 39 ans]

« Nous, on est là pour essayer de faire comprendre, pour essayer nous-mêmes de comprendre, ce qui n'est pas évident, et pour essayer de faire comprendre, ce qui est encore moins évident. Donner à penser. C'est quand même aussi notre vocation. » [Productrice, 45 ans]

« Malgré tout, face aux types les plus brillants, pendant le temps d'une émission, on a pouvoir sur lui. Moi, je trouve ça gratifiant. Mais j'aime bien que ce soit un pouvoir éphémère, c'est-à-dire qui se perd avec la parole qui s'envole. Et après je l'oublie et lui aussi. » [Coordonnatrice, 56 ans]

Nous ne ferons pas porter notre interprétation sur le point commun à ces trois citations que constitue la position de *porte-à-faux* ou de « subordination » des producteurs par rapport à leurs sujets et à leurs interlocuteurs, mais sur leur position de *participation distanciée*, voire de *retrait subjectif* au sein de la configuration qu'ils forment avec les intellectuels (« on est en deuxième main », « essayer nous-mêmes de comprendre », « pendant le temps d'une émission, on a pouvoir... »). Ce n'est pas là seulement le résultat d'une réflexivité propre à la situation d'entretien ou une fausse extériorité. S'ils sont en porte-à-faux, cette posture ne définit pas à elle seule toute la situation ou l'interaction professionnelle que constitue l'activité d'interviewer. La conscience explicite d'un

décalage montre qu'il y a une place tierce prise par le producteur : celle d'une sortie de la relation de domination. Cette configuration c'est aussi celle d'un dispositif qui construit (et devrait se traduire dans les émissions par) une place, ici *intellectuelle* (27), de « cheminement avec » mais de « non-dupe » vis-à-vis de l'interviewé. Cette place *discursive* est aussi une place ou un espace que peut occuper l'auditeur (28). Cette place, c'est celle d'un producteur qui ne veut pas se soumettre à son interlocuteur (savant) et, ce faisant, construit un espace intellectuel de relativisation à l'auditeur. Nous optons ainsi pour une description subjectiviste de la position des producteurs qui insiste davantage sur la position de distanciation et de jeu au sein de la configuration avec l'intellectuel que sur la position de porte-à-faux, que ressentent d'ailleurs les producteurs eux-mêmes.

... au dispositif radiophonique

L'hétéronomie désigne le fait pour un individu, un groupe ou une culture de recevoir ses règles de fonctionnement de l'extérieur, d'un autre groupe, bref d'être dominé. Aussi faut-il rappeler que l'hétéronomie n'advient pas à France Culture et aux médias uniquement par le bas, la demande, le public et l'audimat, comme l'établissent le plus souvent les analyses sociologiques, mais aussi par le haut, la science et le principe universitaire ou intellectuel. France Culture se sert au moins autant des universitaires qu'ils se servent d'elle. Aussi, l'hétéronomie advient-elle autant aux champs scientifiques par les médias qu'elle advient aux médias par les universitaires, « qui ne connaissent rien aux règles de la radio et de la mise en

forme radiophonique » et ramènent la radio à une simple tribune et les producteurs à des médiateurs. Schématiquement, les intellectuels sont accusés de deux types de fautes : soit, comme le dit une chargée de réalisation, « d'être des intervenants qui ont écrit un livre remarquable, mais qui ne sont pas capables d'en parler » ; soit de proférer une langue de bois (ce sont par exemple les professeurs plus guindés et protocolaires que ne le sont et le producteur qui les interroge, et le ton même (actuel ou ambitionné) de la chaîne, et qui peuvent, dans le même temps, reprocher aux producteurs et à la chaîne d'être compassés). Face à ce qu'on peut appeler une domination du scientifique, les producteurs revendiquent une professionnalité et une autonomie.

Rappelons que notre analyse ne vise pas ici à déclarer « intellectuel », « créateur » ou « journaliste » tel ou tel producteur, mais bien à rendre compte de projets professionnels. A ce titre, l'évolution de l'organisation et de la grille de France Culture peut-elle avoir des conséquences sur de telles définitions de soi ? (29) L'avenir dira si le mouvement de professionnalisation se traduira par une généralisation de la compétence à la mise en ondes ou par un accroissement de l'autonomie du producteur dans la mise en œuvre d'un projet propre.

Revenons sur la définition très incertaine du mot « médiateur ». Utilisé par les producteurs, il renvoie à un ensemble de significations professionnelles et idéologiques. Le « médiateur » aide à faire passer une information d'un champ dans un autre (ce qui suppose que ce passage ne se fait pas sans ce travail pour qui n'appartient pas au premier cercle). A cette définition s'ajoute une nébuleuse de sens qui associe ce travail

(27) Par différence et complément avec la place sonore, interlocutoire construite à l'auditeur. GLEVAREC, 1997.

(28) Cette place discursive serait sans doute descriptible en termes linguistiques d'énoncés polyphoniques. DUCROT, 1984, pp. 171-233.

(29) La nouvelle grille de France Culture qui prend place le 25 octobre 1997, sous la direction de Patrice Gelinet, marque la prise en main de la chaîne par les professionnels. Tant sur le plan de l'organisation de la direction que sur celui de la grille. Des professionnels de radio accèdent à des postes, soit de direction, soit de chargés de tel ou tel aspect de la grille. Sur la grille, des émissions anciennement aux mains de producteurs détenant leur identité professionnelle de l'extérieur, scientifiques et professeurs par exemple, sont « pris en charge » par un producteur responsable de l'émission.

à un projet social, de démocratisation, de service de l'auditeur. Nous avons dit que le producteur ne se pense pas tout à fait comme un intermédiaire ou un traducteur. Il n'est en tout cas pas un médiateur au sens premier. Il l'est peut-être au second degré, en tant qu'il a une technique ou des compétences professionnelles qui amènent à un résultat proche, mais alors il a effectué ou il pense avoir effectué une *intervention intellectuelle* (et non seulement une compréhension).

« Je lis de façon très particulière. C'est-à-dire que ma lecture consiste à repérer les mots clés, des mots qui reviennent, page 30, page 75, page 121, et cetera. Et à partir de ces mots clés, j'essaie de reconstruire la démarche autrement. Si bien que quand l'émission se fait, je suis à la fois très lié au livre, s'il y a un livre, mais en même temps j'essaie de faire en sorte qu'il apparaisse autrement. Parce que finalement, les auteurs sont très dedans, dans ce qu'ils font. Ils n'ont pas toujours le sens du livre, au sens mallarméen du terme. Ils spatialisent pas suffisamment. Ce sont des universitaires qui sont des chercheurs au C.N.R.S., tous ne sont pas vraiment des écrivains. Les livres sont parfois compacts. Et quand je vois la richesse de ces livres, je me dis : "ça on pourrait peut-être redistribuer complètement autrement les chapitres, sortir telle et telle expression pour la recadrer autrement. Donner un autre titre." Au fond, j'aime bien halluciner le livre autrement, à ma manière. (...) Parfois je suis de très près le conducteur et parfois, au contraire, je m'en sépare quand je sens qu'il y a quelque chose qui fait un petit peu événement et que tout à coup la personne livre quelque chose d'elle-même, ou va un peu plus loin même que ce qui constituait son travail. » [coordonnateur, 56 ans]

Aussi, c'est davantage une activité de création d'un nouveau produit à partir de matériaux intellectuels ou sonores initiaux, ou une activité d'animation de l'espace public qui définit le mieux ce dans quoi se

reconnaît le producteur de France Culture. Il parle de *son* micro, il estime travailler avec une relative indépendance quant au choix de ses sujets et à la manière de les traiter, et enfin il revendique une certaine distanciation au sein de la configuration intellectuelle. Le projet intellectuel consiste ici, par exemple, à vouloir « donner du sens », c'est-à-dire de manière polysémique, à « donner le sens » (celui de l'œuvre de l'auteur) et à « faire sens » (aider à la compréhension des faits ou alimenter une réflexion publique) à l'aune d'une ambition citoyenne plus large. Il ne s'agit pas d'un intellectuel détenteur d'une compétence scientifique spécifique et investissant l'espace public. Il ne s'agit pas non plus du philosophe-journaliste dans la mesure où le producteur ne se définit ni par une formation philosophique systématique, ni par une activité professorale parallèle (hormis le cas particulier vu plus haut des producteurs-universitaires), et que d'autre part son intervention dans le média se fait davantage du côté du meneur de jeu que du magistère ou de l'éditorial. Et la dernière phrase de la citation ci-dessus est là pour rappeler que cette intervention intellectuelle du producteur est inséparable du projet de provoquer l'engagement du locuteur hors du dispositif simple de relation (i.e. de médiation) d'une pensée ou plus simplement d'un bien culturel quel qu'il soit.

En conclusion de cet article sur les producteurs de radio à France Culture, nous voudrions apporter les résultats de notre travail au problème toujours d'actualité que constitue la relation entre professionnels des médias et intellectuels, en montrant, par exemple, les limites de la soumission des producteurs à une introduction des seuls spécialistes dans l'espace public. Au sein d'une « configuration culturelle » qui a vu le resserrement des espaces journalistiques et intellectuels et l'émergence des positions intermédiaires (30), il faut prendre acte

(30) Cf. RIEFFEL, 1992.

du fait, on l'a vu, que certains producteurs se pensent intellectuels et créateurs et refusent ce qui apparaît comme une emprise du scientifique (31) ; d'autre part, les professionnels soulignent la spécificité de leur métier et de leur média, spécificité qui en interdit l'utilisation comme haut-parleur (32).

L'enquête de terrain montre qu'il n'est pas possible de considérer les professionnels des médias, ni comme des médiateurs, ni comme des miroirs d'une « parole » recueillie dans les autres champs sociaux. Il n'est pas possible, même après un premier mouvement qui voit dans les contraintes d'audimat et la circularité du champ de production les limitations à l'autonomie journalistique, de refuser dans un second temps cette même autonomie des journalistes au nom de leur soumission aux choix et aux discours des acteurs des champs scientifiques (33). Ils ne sont pas et ne seront sans doute jamais de simples enregistreurs et retransmetteurs des choix faits par les scientifiques eux-mêmes. Pro-

ducteurs, et sans doute journalistes, ne sont pas dans une telle posture, l'enquête de terrain à France Culture le montre pour les premiers, qui revendiquent des critères explicites de mise en forme et rejettent ceux de l'intellectuel ou du professeur. On ne peut faire porter à la contrainte de l'audimat le traitement qui est fait par les professionnels des médias des choses intellectuelles et des intellectuels. Et France Culture, sur laquelle la contrainte de l'audimat a peu de prise, est un bon exemple du dispositif (rajouter qu'il s'agit d'un dispositif *minimal* est sans doute judicieux du point de vue de l'argumentation intellectuelle mais sociologiquement trop commode) en direction d'un auditeur que met en place un média (ses professionnels). C'est dire si, dans l'histoire, l'audimat a « bon dos ». La dénonciation *ou* l'analyse de l'audimat fait disparaître tout le *dispositif d'intéressement*, triangulaire, au fondement de l'interaction et du travail journalistiques en direction d'un récepteur.

(31) Concernant les journalistes, il n'y a pas que l'emprise du professorat ou de la science, mais aussi l'emprise de l'entreprise ou des institutions, à travers notamment les services de communication déployés depuis 10-20 ans, qui pèsent sur l'univers journalistique. Cf. CHARON, 1993, pp. 169-177.

(32) Pour le média radiophonique, au moins public, c'est bien un moment d'une configuration historique qui se donne à voir en cette fin de xx^e siècle. Tandis qu'à la Libération, la radio nationale trouve, dans les auteurs de talent, un soutien à sa renaissance, – Henri Barraud décrit le rapport de ces derniers à la radio dans les termes de la méfiance –, aux débuts des années soixante, l'entretien littéraire s'épanouit dans une formule proche du spectacle et du « plaisir ». Entre-temps, nous dit Pascale Fauchard, la radio trouve sa place dans l'horizon littéraire, elle se risque à faire œuvre littéraire, devient mécène. Tandis que la radio construit son dispositif d'entretien, met en place ses règles, les hommes de lettres acquièrent l'usage stratégique du média. Cf. FAUCHARD, 1987, p. 156 ; ECK, p. 11.

(33) Cf. Pierre BOURDIEU, *Sur la télévision*, suivi de *L'Emprise du journalisme*, Paris, Liber, 1996.

RÉFÉRENCES

- BOLTANSKI Luc (1982), *Les cadres, La formation d'un groupe social*, Paris, Minuit.
- BOLTANSKI Luc et BOURDIEU Pierre (1975), « Le titre et le poste, Rapports entre le système de production et le système de reproduction », *Actes de la recherche en sciences sociales*, n° 2, pp. 95-107.
- BOURDIEU Pierre (1979), *La distinction, Critique sociale du jugement*, Paris, Minuit.
- (1996), *Sur la télévision*, suivi de *L'Emprise du journalisme*, Paris, Liber.
- BOURDON Jérôme (1992), « Une identité professionnelle à éclipses », *Politix*, n° 19, pp. 56-66.
- CANTOR Muriel G. (1971), *The Hollywood TV Producer, His Work and his Audience*, New York/London, Basic Books.
- CHALVON-DEMERSAY Sabine et PASQUIER Dominique (1990), *Drôles de stars, La télévision des animateurs*, Paris, Aubier.
- CHARON Jean-Marie (1993), *Cartes de presse, Enquête sur les journalistes*, Paris, Stock.
- DUCROT Oswald (1984), *Le dire et le dit*, Paris, Minuit.
- ECK Hélène, *Radio, Culture et Démocratie dans la France de l'immédiat après-guerre (1944-1950)*.
- FAUCHARD Pascale (1987), *L'évolution des émissions littéraires à la radio d'État*, Maîtrise d'Histoire.
- GLEVAREC Hervé (1996), « Antenne et hors-antenne à France Culture, Introduction de l'Auditeur et Formes d'engagement dans la parole », *Réseaux*, n° 77, mai-juin, pp. 145-169.
- (1997), *Une sociologie des Professionnels de la Radio, La Production et le Travail à France Culture*, Thèse de troisième cycle en Sociologie, EHESS, Paris.
- GRANOVETTER Mark (1974), « Economic Action and Social Structure, The Problem of Embeddedness », in *Getting a Job, A study of Contacts and Careers*, The Chicago University Press, pp. 211-240.
- HEINICH Nathalie (1995), « Façons d'« être » écrivain, L'identité professionnelle en régime de singularité », *Revue française de sociologie*, juil.-sept., 36-3, pp. 499-524.
- HENNION Antoine (1993), *La Passion musicale, Une sociologie de la médiation*, Paris, Métailié.
- (1990), « De l'étude des médias à l'analyse de la médiation : esquisse d'une problématique », *Médiapouvoirs*, n° 20, oct.-nov.-déc., pp. 39-52.
- (1991), *Histoire et médias, Journalisme et journalistes français 1950-1990*, Paris, Albin Michel.
- HUGHES Everett C. (1996), *Le regard sociologique*, Paris, Éditions de l'E.H.E.S.S.
- MEADEL Cécile (1984), « Ethnographie de l'antenne, Le travail des gens de radio », *Réseaux*, n° 9, déc., pp. 77-98.
- MEHL Dominique (1997), « La médiation de l'espace privé », *Sociologie du travail*, n° 2, pp. 171-187.
- MENGER Pierre-Michel (1991), « Rationalité et incertitude de la vie d'artiste », *L'année sociologique*, 39, pp. 111-151.
- « Être artiste par intermittence, La flexibilité du travail et le risque professionnel dans les arts du spectacle », *Travail et Emploi*, n° 60, pp. 4-22.
- PINTO Louis (1981), « Les affinités éluclives, Les amis du *Nouvel Observateur* comme « groupe ouvert », *Actes de la Recherche en sciences sociales*, n° 36-37, pp. 105-124.
- (1994) « Le journalisme philosophique », *Actes de la Recherche en Sciences Sociales*, n° 101-102, mars, pp. 25-38.

RANNOU Janine et VARI Stéphane, sous la dir. de Pierre-Michel MENGER (1996), *Les itinéraires d'emploi des cadres, techniciens et ouvriers intermittents de l'audiovisuel et des spectacles*, Département des études et de la prospective, ministère de la Culture.

RIEFFEL Rémy (1984), *L'élite des journalistes*, Paris, PUF.

– (1992), « Journalistes et intellectuels : Une nouvelle configuration culturelle », *Réseaux*, n° 51, pp. 11-24.

– (1993), « Pour une approche sociologique des journalistes de télévision », *Sociologie du travail*, n° 4, pp. 373-387.

RUELLAN Denis (1993), *Le professionnalisme du flou, Identité et savoir-faire des journalistes français*, Grenoble, PUG.

– (1997), « Groupe professionnel et marché du travail du journalisme », *Réseaux*, n° 81, pp. 135-151.

SCHAEFFER Pierre (1970), *Machines à communiquer*, tome I, *Genèse des Simulacres*, Paris, Seuil.