

# Médias, métiers et formation

Patrick Pépin

*directeur général de l'ESJ*

Le métier de journaliste est aujourd'hui "sur un marché" instable. Les médias évoluent. Les technologies professionnelles ne cessent de progresser. Une grande partie de la profession — la plus exposée, celle des médias généralistes — est remise en cause par les citoyens. Bref, il est difficile aujourd'hui de parler de journaliste au singulier. Il existe certes une profession, mais peuplée d'une centaine de métiers différents. Alors même que la révolution du multimédia nous promet l'émergence de nouvelles pratiques professionnelles. Ce texte n'a qu'un objet et un seul : celui de faire un arrêt sur images, de poser un diagnostic sur une situation en mutation.

## **Un marché du travail en pleine recomposition**

Pour s'interroger sur le métier de journaliste, la profession n'a pas encore posé les lunettes chaussées en 1944. Or, depuis un peu plus de dix ans maintenant, les règles d'approche des questions d'emploi ont considérablement changé.

D'une part, l'on constate que le nombre de journalistes est sans cesse croissant : nous étions un peu plus de 16 000 à l'aube des années 80, nous sommes aujourd'hui 28 000. Cette augmentation devrait augurer d'un marché en pleine expansion. En fait, jamais

la précarisation des jeunes professionnels n'a été aussi importante. Une précarisation qui se lit à la lumière des CDD répétés auxquels sont confrontés, pour des périodes de quatre à cinq ans, les diplômés des écoles de journalisme, qui ont pour beaucoup des niveaux d'études supérieures à bac + 5, voire + 6.

D'autre part, les demandes des employeurs sont plus floues. Un directeur d'école de journalisme est confronté en permanence à la "fabrication de moutons à cinq pattes". Tantôt l'on reproche aux jeunes impétrants d'être trop diplômés et pourtant d'être incultes. Tantôt on leur demande d'être très opérationnels et multicompétents. Tantôt on leur demande d'exceller dans le "visuel" et d'être des "plumes". D'avoir le goût de la proximité et celui des écrans électroniques. Difficile d'être tout à la fois, en début de vie professionnelle. Les vieux routiers savent bien qu'il faut au bas mot cinq à dix ans pour faire un bon journaliste.

Enfin, et là est probablement la question la plus importante, les gisements d'emploi se sont déplacés des médias généralistes vers les médias thématiques, professionnels ou spécialisés. Il est clair que le tronc commun du métier est le même pour tous. Il n'en reste pas moins que chaque média a ses spécificités. La presse à centre d'intérêt a sa logique et ses besoins, qui ne sont certes pas ceux des "régionaux" par exemple.

« Les gisements d'emploi se sont déplacés des médias généralistes vers les médias thématiques, professionnels ou spécialisés »

Ces trois données (précarisation de l'emploi, spécialisation des tâches, modification des gisements d'emploi) sont trois constantes avec lesquelles il va falloir compter dans les années qui viennent.

## **Le niveau des formations des journalistes à la hausse**

Les plus récentes enquêtes prouvent que le niveau de formation des journalistes n'a cessé de progresser. Les bacs + 4 et + 5 sont devenus la norme et ce, quel que soit le support. En même temps, les écoles de journalisme se sont multipliées. Elles sont aujourd'hui au nombre de huit, reconnues par la commission paritaire de l'emploi. D'autres centres plus récents frappent à la porte de la "reconnaissance". Malgré cette évolution positive, le nombre de diplômés des centres de journalisme est resté

constant en pourcentage parmi les journalistes en activité. Ils étaient 20% dans les années 70, ils sont toujours 20% aujourd'hui, contre 50% aux États-Unis.

Le contenu des formations a lui aussi évolué. La technique occupe une place grandissante dans le cursus au détriment, semble-t-il, des enseignements généraux. Il faut rappeler que la plupart des étudiants qui accèdent aux écoles ont déjà derrière eux un beau parcours universitaire. Reste qu'un jeune diplômé des années 90 est plus "performant" professionnellement qu'un de ses prédécesseurs des années 60/70. Pourtant, il lui faudra accomplir — avant de rentrer pour de bon dans le métier — un vrai parcours initiatique composé de piges multiples, de CDD dont la durée totale ne cesse de s'allonger.

### **Une profession attachée au pluralisme du recrutement**

S'il y a bien un point sur lequel les éditeurs (au sens large du terme) et les syndicats de journalistes sont d'accord, c'est sur la liberté d'accès à la profession. Il faut, disent-ils, que le recrutement soit le plus ouvert possible. Personne ne conteste la qualité de la formation donnée aux jeunes dans les centres. Tout le monde s'accorde à dire qu'une partie des difficultés de la profession relève d'un manque de formation qualifiante pour les journalistes et, en même temps — et cela est paradoxal pour une profession qui soutient ses écoles —, les efforts de formation sont faibles. Une faiblesse d'autant plus coupable que les rédactions n'ont plus, comme par le passé, le temps de former convenablement "sur le tas" les jeunes débutants qui commencent leur vie dans le métier sans aucune formation spécifique. Depuis dix ans maintenant, on remarque pourtant la naissance d'universités internes dans les grands groupes de presse. Radio France a créé, en 1986, le Studio-Atelier de Melun, le groupe Prisma a démarré en 1994 son Académie, Hachette a contruit son Université, etc. Les médias de taille plus modeste font appel au système de l'alternance pour former les débutants. Preuves, s'il en était besoin, que les questions de formation sont au cœur des stratégies de développement des médias. De toute façon, si la profession veut, comme elle l'affirme, rester ouverte, il lui faut combiner plusieurs systèmes d'apprentissage : la formation initiale, la formation continue, l'alternance, etc.

## **Une profession "biologiquement" liée aux questions de formation**

Peu de professions participent d'aussi près aux questions de formation que celles des métiers de la presse. Par le biais de la taxe d'apprentissage versée aux écoles de journalisme, les médias financent entre 20 et 80 % du coût de la scolarité des étudiants. Mieux, les écoles ont toutes facilités pour obtenir une participation très substantielle des professionnels à l'enseignement. Toujours mieux, la profession participe étroitement à la gestion des établissements, à la confection des programmes. Elle accueille en stage des étudiants dans des conditions de rémunération plus qu'honorables. Et malgré cet investissement concret, précis, malgré cet engagement aux côtés des centres de formation, il est rare qu'au moment de recruter, priorité soit donnée aux étudiants des écoles. Le recrutement reste subjectif, encore empreint de "coups de cœur".

« Il est rare qu'au moment de recruter, priorité soit donnée aux étudiants des écoles »

## **Une profession qui s'"embourgeoise"**

De tous temps, les journalistes sont venus des milieux aisés et cultivés. Cependant, après 1944, la profession s'était ouverte à d'autres milieux sociaux. Incomparable avantage que celui d'avoir une presse en éveil aux préoccupations sociales, des médias capables de comprendre et de dialoguer avec toutes les composantes de la société. Las, depuis un peu plus de quinze ans, c'est le retour à la case départ. Globalement, les jeunes professionnels sont les enfants des cadres supérieurs et des professions libérales, parmi lesquels se glissent des enfants d'enseignants. Plus simplement encore, nombre de jeunes journalistes viennent des mêmes lieux de formation : classes préparatoires, instituts d'études politiques, facs de droit et d'histoire. Cette homogénéité sociale, ces formations communes — donc ces réflexes communs — s'aggravent d'autant plus que ce métier est devenu logiquement un "métier à la mode" et, de fait, un "job" honorable. L'homogénéité sociale et culturelle constitue très probablement un frein à l'émergence du social, du vécu dans les médias et creuse, à n'en pas douter, le fossé qui sépare aujourd'hui les journalistes des citoyens.

## Une profession sans statut

Bien sûr, la presse a une existence légale. Bien entendu, le statut du journaliste continue de progresser tant dans les textes que dans la pratique. Et pourtant, il n'en reste pas moins que c'est son appartenance à une ou plusieurs entreprises qui définit la situation d'un professionnel. De fait, ce n'est pas le rôle ou la mission sociale qui définit le journaliste, mais tout simplement "le fait du prince", de l'éditeur qui embauche ou refuse le recrutement. Ne peut être journaliste que celui qui a trouvé un employeur. Un journaliste sans média derrière lui est un homme

nu. De quoi comprendre la schizophrénie qui habite une profession qui se vit toujours avec deux patrons : celui du média et le citoyen à qui, logiquement, l'homme de métier doit des comptes. Faut-il dire que, faute de statut clairement défini, le journaliste est prisonnier de deux logiques parfois contradictoires : celle du marché et celle de la citoyenneté ?

## Une profession en quête d'identité

L'identité d'un métier se constitue autour d'un certain nombre de points forts. Il n'y a pas, à ma connaissance, de profession à lourde responsabilité sociale qui ne dispose des attributs suivants : définition de la mission (enseigner, défendre, juger, soigner, etc.), formation obligatoire, qualifiante et diplômante pour la mission à accomplir, pouvoir interne de "police" pour le respect de règles communes. À bien observer les journalistes et les pratiques professionnelles, il est clair qu'aucun de ces éléments ne fait partie du paysage. La mission n'est jamais clairement définie, la formation spécifique est l'exception et le respect de la déontologie professionnelle est affaire, dans la plupart des cas, de conscience individuelle. Difficile, à ce compte-là, d'avoir une profession qui sache vraiment qui elle est, ce qu'elle représente. En France, la question se complique du fait de l'ambiguïté qui a présidé à la naissance de ce métier. Politique ou homme de lettres pendant longtemps, le journaliste informateur dans la démocratie est une notion nouvelle qui a du mal à faire son chemin, tant elle est marquée par les conceptions antérieures.

Les sondages passent et se suivent, moroses dans leur contenu. Les Français n'auraient plus confiance dans leurs médias. Crise, voilà le mot qui revient le plus souvent. En l'occurrence, c'est de mutation qu'il faudrait parler. Mutation technologique, qui bouleverse les façons de travailler. Mutation sociale, qui donne peu de visibilité à l'actualité. Mutation du marché, qui fait une large place aux médias qui "regardent les lecteurs au fond de leurs centres d'intérêt", au détriment des médias citoyens. C'est dans ce contexte compliqué que naît ou renaît l'identité des journalistes. Des journalistes dont la tâche quotidienne est rendue difficile par le développement des services de communication qui, par l'abondance de leur production et par les événements qu'ils créent, tendent à se substituer aux professionnels dans l'ordonnement des priorités de l'actualité. L'émergence de ce que l'on appelle la société de l'information, qui tend à multiplier le nombre d'émetteurs, brouille un peu plus l'horizon.

Reste une conviction, celle de l'auteur de ces lignes : jamais la société n'a tant eu besoin de journalistes. Soit parce qu'ils ont un savoir-faire unique pour construire l'information, soit parce qu'ils sont ceux qui donnent du sens à une actualité mouvante. C'est entre ces deux écueils — celle d'une logique technicienne et celle d'une logique citoyenne — qu'il va falloir naviguer, dans les années qui viennent, pour définir une profession aujourd'hui "mal dans sa peau" ■