

La nouvelle responsabilité sociale des médias et des journalistes

(Synthèse des travaux du groupe de réflexion NORSEM en 1995-1996)

Thierry Watine

Directeur du Centre de recherche de l'École supérieure de journalisme de Lille

Michel Beauchamp

Professeur au département d'information et de communication de l'Université Laval à Québec

Initiative du Centre de recherche de l'École supérieure de journalisme de Lille, le groupe de réflexion NORSEM (nouvelle responsabilité sociale des médias et des journalistes) s'est attaché au cours de l'année 1995-1996 à définir les enjeux et les limites du rôle social des entreprises de presse – mais plus encore des professionnels de l'information – dans le contexte de la fin des années 90. Concrètement, l'objectif du groupe était de réfléchir aux nouvelles approches journalistiques ayant en commun l'idée centrale que la logique citoyenne de l'information (tournée en priorité vers les besoins et les attentes du public) doit l'emporter sur la seule logique aujourd'hui dominante du marché (axée sur les cotes d'écoute et la stricte réalité comptable des tirages, des taux de pénétration ou autres indices de prise en main).

Autour de cette problématique de départ, plusieurs sous-questions de fond ont alimenté le fil conducteur des débats du groupe NORSEM : l'information doit-elle aujourd'hui fatalement être rentable ou d'abord au service du public ? un journaliste peut-il avoir une "mission sociale" sans perdre son âme ni trahir l'esprit de son métier ? quelles sont les limites et les dangers de l'engagement d'un professionnel de l'information au sein de la cité ? le journalisme dit "civique" ou "citoyen" (*public journalism* aux États-Unis) constitue-t-il un nouveau modèle digne d'intérêt ? jusqu'à quel point ce modèle entre-t-il en contradiction avec le paradigme traditionnel d'un quatrième pouvoir qui, au nom d'une certaine éthique, prétend rester "au-dessus de la mêlée" ?

À partir du regard croisé de journalistes en activité dans les principaux secteurs médiatiques (presse écrite, radio, télévision), de sociologues et

de chercheurs en communication, les travaux du groupe NORSOM se sont amorcés à partir de quatre constats majeurs :

1. les dérives et manquements de plus en plus fréquents de la presse, manifestement encouragés par la course à la rentabilité et l'information-spectacle ;

2. le fossé grandissant entre les citoyens et les médias, phénomène régulièrement attesté par les enquêtes et sondages sur le sujet ;

3. l'augmentation progressive (et aujourd'hui unanimement reconnue par les principaux « *le fossé est grandissant entre les médias et les citoyens* » intéressés) des contraintes pesant sur les professionnels de l'information ;

4. la déception croissante de nombreux jeunes journalistes vis-à-vis d'un métier qui correspond de moins en moins à leur idéal, leurs attentes ou leur souci de faire œuvre utile au sein de leur environnement.

Composé d'une trentaine de membres issus à la fois de la profession et du monde de la recherche (*voir annexe 1*), le groupe de réflexion NORSOM s'est réuni à quatre reprises au cours de l'année 1995-1996 avant de rendre publics les principaux résultats de ses travaux à l'occasion d'un colloque intitulé "Le journaliste acteur de société", le 3 juin 1996 à l'École supérieure de journalisme de Lille (*voir annexe 2*).

La présente synthèse, constituée pour l'essentiel des témoignages des participants du groupe¹, est articulée autour de quatre volets distincts : le blues des journalistes, l'alourdissement des contraintes de la production journalistique, l'émergence d'un souci de réforme accompagné de nouvelles pratiques et les limites de l'engagement social des journalistes.

Le blues des journalistes

Phénomène aux causes multiples et manifestations variées, le malaise de la profession paraît d'autant plus grave qu'il touche aujourd'hui les jeunes journalistes à peine entrés dans le métier, quand ce n'est pas la future relève qui se prépare sur les bancs des écoles et des centres de formation. Directeur général de l'École supérieure de journalisme de Lille, Patrick Pépin n'hésite pas à affirmer que « *la légendaire crise du journalisme de 40 ans s'efface peu à peu au profit d'une crise qui survient souvent aujourd'hui dès la trentaine chez les jeunes professionnels* ». Lesquels questionnent de plus en plus les pratiques, l'utilité et la morale du métier qu'ils ont choisi d'exercer.

Initiateur d'un mensuel national à vocation citoyenne dont l'objectif déclaré est d'offrir une alternative concrète au « *sentiment d'impuissance généralisé* » qui, d'après lui, caractérise notre époque², Philippe Merlant considère pour sa part que l'amertume actuelle des professionnels de l'information résulte de quatre causes fondamentales : le mythe selon lequel les choix personnels des individus n'ont que très peu d'impact sur l'avenir collectif ; la conviction que la

décomposition du lien social est inéluctable compte tenu de la montée des exclusions et des replis identitaires ; le renoncement ou le découragement face à la complexité croissante du monde ; la montée en puissance du cynisme, « *comme si tout avait déjà été dit, fait, pensé* ». Et Philippe Merlant d'en arriver à un constat un peu désabusé : « *Ceux qui veulent prendre des initiatives ou essayer de faire bouger les choses se font rapidement rappeler que les horizons sont de toute façon "limités" et les marges de manœuvre à peu près nulles.* »

« la rationalisation de la production médiatique affecte la qualité de vie de la plupart des journalistes »

D'une façon générale, l'analyse du discours des journalistes en matière de "moral" montre que leurs principaux motifs d'inquiétude ou de mécontentement du moment relèvent à la fois de facteurs endogènes et exogènes qui, pour être nombreux et variés, n'en sont pas moins souvent liés à la situation économique difficile de la plupart des entreprises de presse. Paradoxalement, celles qui résistent le mieux, voire qui affichent des résultats parfois spectaculaires en dépit d'une conjoncture déprimée, ne sont pas nécessairement celles qui offrent les meilleures conditions de travail ni les perspectives de promotion les plus enthousiasmantes. Recette devenue nécessaire ou méthode de gestion érigée en système, la rationalisation croissante de la production médiatique dont l'objectif premier est d'accroître la rentabilité des entreprises de presse affecte de plein front la qualité de vie professionnelle de la plupart des journalistes, tous secteurs d'activité confondus.

Les plus jeunes d'entre eux sont, par la force des choses, les premières victimes de la précarisation croissante des métiers de l'information. Les diplômés des écoles et des centres de formation (qui représentent moins de 10% de l'ensemble des quelque 2 000 postulants à qui la Commission d'identité professionnelle accorde une carte de presse chaque année) sont par exemple aujourd'hui beaucoup moins sûrs qu'hier de trouver un CDI (contrat à durée indéterminée) en entrant sur le marché du travail. La grande majorité d'entre eux commencent leur carrière par un ou plusieurs CDD (contrat à durée déterminée), quand ils ne sont pas contraints à rester pigistes pendant plusieurs années avant de pouvoir intégrer une entreprise à temps plein. Selon Pierre Bourdieu, cette insécurité de l'emploi qui caractérise désormais l'univers médiatique met les jeunes journalistes « *devant l'alternative de disparaître très vite ou de faire leur trou en essayant de faire des "coups", c'est-à-dire bien souvent en acceptant de transgresser les normes de la déontologie journalistique ou de se résigner à la soumission désenchantée ou au "fayotage" cynique ou désespéré* ». ³

Autre motif d'insatisfaction pour la relève : alors que le niveau de recrutement s'est régulièrement élevé (les candidats qui réussissent le concours d'entrée à l'ESJ ont aujourd'hui, en moyenne, entre 4 et 5 années d'études supérieures derrière eux... contre 2 à 3 il y a une quinzaine d'années seulement), les conditions d'exercice du métier ne se sont pas améliorées pour les nouveaux venus dans la profession. Professeur de communication à l'IUP d'Info-Com de

Roubaix et chercheur au sein du groupe GERICO⁺, Bernard Delforce relève ce paradoxe : « On assiste à une sorte de hiatus croissant qui n'existait sans doute pas avant à ce degré-là, à savoir que le niveau monte de plus en plus pour ce qui est des diplômes exigés et qu'en revanche, le travail est de plus en plus routinier. »

Les journalistes ne sont par ailleurs pas moins mécontents de l'homogénéisation progressive des contenus de presse qui, climat concurrentiel aidant, ont tendance à se ressembler de plus en plus. Idée largement développée par Patrick Champagne dans son analyse du microcosme journalistique, la tendance est aujourd'hui au mimétisme, à la copie d'une chaîne à l'autre, voire d'un média à l'autre, avec les dangers de conformité et de redondance qui en découlent. Les plus petits et les moins renommés sont ainsi souvent contraints de s'aligner sur les manières de faire, de choisir et de mettre en valeur de quelques "ténors" qui finissent par dicter l'agenda à l'ensemble du milieu. Et le sociologue d'insister plus particulièrement sur les effets de domination de la télévision sur les autres médias du champ, en matière de contenus d'une part mais aussi de méthodes et de formats de production de l'information : « Depuis une vingtaine d'années, on a assisté à la domination de plus en plus affirmée de la télévision sur la presse écrite. Domination à la fois économique et domination au niveau des effets. À cet égard, il serait intéressant d'étudier le processus des reprises des informations entre les différents médias. »

Source d'amertume encore, la fin de la suprématie des rédactions au sein de la plupart des entreprises de presse. Les journalistes ont dû s'effacer progressivement devant les services de vente et les régies publicitaires, à tel point que les principaux dirigeants des médias proviennent désormais très souvent des grandes écoles de commerce... sans avoir jamais connu la moindre expérience concrète en terme de pratique du journalisme. Pour Nicolas Rousseaux, journaliste *free-lance* à Paris, ce changement de légitimité s'explique par le fait que « les journalistes sont incapables de prendre en main le destin économique des médias, faute d'accepter les outils d'études, les questions d'argent et le management... en somme le marché ! ». En d'autres mots, la profession paye aujourd'hui durement en terme d'autonomie son incapacité à s'adapter et répondre au cours des trente dernières années aux questions liées aux salaires, à la productivité, à la concurrence, à la communication interne, etc. Plus flexibles, plus créatives, d'autres "compétences" s'en sont chargés au sein même des organisations de presse, qui contrôlent désormais la destinée de la plupart des médias sans le concours des journalistes.

Sauf exception, le développement des NTIC (nouvelles technologies de l'information et de la communication) n'a, quant à lui, pas encore suscité un grand enthousiasme au sein du milieu journalistique. Contrairement à d'autres corps de métiers qui ont d'ores et déjà franchi le pas (avocats, médecins, scientifiques, spécialistes de la VPC, etc.), les professionnels de l'information continuent de faire preuve de la plus grande circonspection face aux promesses

« les journalistes ont dû s'effacer devant les services de vente et les régies publicitaires »

des nouveaux outils qu'on leur impose. Journaliste de locale à *La Voix du Nord*, Christian Furling questionne par exemple le système informatique de son entreprise qui, contraignant les journalistes à remplir des "cartons" préformatés et à s'en tenir à un nombre de pages prédéterminé, entraîne selon lui une forme de « déprofessionnalisation » du journaliste. Il n'est ainsi pas rare, affirme Christian Furling, « d'assister à un phénomène de remplissage ». Le raccordement progressif de l'ensemble des médias aux autoroutes de l'information (avec, en corollaire obligé,

**« les citoyens ont perdu
la confiance qu'ils accordaient
jadis aux médias »**

l'introduction dans la pratique quotidienne du métier des techniques offertes par l'Internet : e-mail, web, forums, transfert de fichiers, etc.) permettra-t-il de lever une partie des résistances du milieu journalistique face aux NTIC ? Rien, pour le moment, ne permet de l'affirmer tant que la démonstration ne sera pas faite que ces nouvelles méthodes améliorent le confort professionnel quotidien des producteurs de l'information.

Au-delà de ces premiers facteurs explicatifs, le malaise actuel de la profession est également lié à la perte de crédibilité des médias au sein de l'opinion depuis une douzaine d'années. Sondages, enquêtes et autres coups de sondes réguliers auprès du public indiquent sans ambiguïté que les citoyens lecteurs-auditeurs-télespectateurs ont perdu une bonne partie de la confiance qu'ils accordaient jadis aux médias⁵. Pour Nathalie Dollé, journaliste à France 3, ce sont essentiellement les dérives de la télévision qui exacerbent les critiques les plus vives et alimentent le mouvement de rejet : « *Les abus, les dérapages, les légèretés ont parfois été tels - l'actualité toute récente en atteste pleinement - que la télévision dans son ensemble et, partant, tous ceux qui la font, sont porteurs d'une image ternie, voire noircie.* »

Non moins sévère, Nicolas Rousseaux considère que l'isolement actuel de la profession et sa piètre image au sein du public résulte de quatre facteurs distincts. Les journalistes font tout d'abord preuve d'après lui de beaucoup trop d'intellectualisme, tenant notamment pour acquis que l'analyse mais plus encore le commentaire sont une fin en soi. Avant même que les faits soient vérifiés sur le terrain, explique-t-il, « *l'information est déjà passée par le filtre des schémas préconçus d'explication et d'interprétation, du recours aux experts ou du modèle de pensée "Sciences Po Paris"* ». Cette tendance au parisianisme, deuxième fléau relevé, est symbolisée par la connivence du microcosme médiatique et de ses cercles d'amitié avec les pouvoirs politiques, financiers et culturels : « *Tout se joue dans un triangle d'or de quatre kilomètres carrés, des petits-déjeuners dans les grands hôtels de la rive droite aux conférences de presse de la rive gauche.* » Par ailleurs convaincu qu'à force de fréquenter les puissants de ce monde, les journalistes en oublient les réflexes de base du métier (impertinence, remise en question, obstination, etc.), Nicolas Rousseaux dénonce sans détour la frilosité du milieu : « *On ne tire que sur des ambulances, on trouve refuge dans l'éditorialisation pour masquer le déficit d'enquête.* » Et de conclure sa charge en insistant sur la paranoïa croissante de la

profession dont les acteurs auraient de plus en plus tendance à se renfermer sur eux-mêmes : « D'un naturel solitaire, mal rémunéré, en danger de chômage, artiste frustré, le journaliste fait de plus en plus passer sa carrière personnelle avant l'aventure collective de son média et il ne sait plus très bien pourquoi ni pour qui il écrit. »

Mais si tous ne se reconnaissent pas nécessairement dans un tableau aussi sombre, rares sont ceux qui parmi les acteurs journalistiques contestent que le fossé qui s'est progressivement creusé entre les médias et les citoyens est dû en grande partie à une méconnaissance des attentes et des besoins du public. Pour Philippe Merlant, les certitudes et les *a priori* – en d'autres mots, le "cela-va-de-soi journalistique" – ont conduit de nombreux journalistes à écrire pour des destinataires qui ne correspondent en rien à l'audience réelle : « C'est toujours un lecteur abstrait que l'on définit à partir de sondages, d'études marketing, etc. Du coup, on dresse un profil type qui est un personnage qui n'existe finalement jamais. Mais pourtant, on a précisé ce qu'il est, ses besoins, ses goûts, ses habitudes. Et au bout du compte, on n'a même plus besoin d'aller le rencontrer! »

Partageant ce point de vue du médiateur aujourd'hui coupé de sa cible, Bernard Delforce suggère que le malaise des journalistes repose peut-être sur l'absence d'évaluation, de jugement, de retour... bref, de ce que les Anglo-Saxons qualifient de *feedback* : « Les journalistes peuvent croire profondément à ce qu'ils font et à leur utilité ; néanmoins, rien au quotidien ne vient le leur confirmer. Est-ce là un début d'explication de la crise individuelle du journaliste qui se situe dans un contexte professionnel dépourvu de sanctions sérieuses et dont les conditions d'exercice sont de plus en plus difficiles ? » À fonctionner en aveugles, les professionnels de l'information généraliste ont pris le risque de ne plus tout à fait travailler pour le pays réel, qui leur fait aujourd'hui durement payer cette négligence par une désaffection massive et un discrédit qui paraît aujourd'hui difficilement réversible. *A contrario*, le succès spectaculaire de la presse spécialisée depuis quelques années, qui s'appuie sur une connaissance précise de ses cibles, plaide pour l'hypothèse de bon sens qu'il n'est de journalisme prospère sans une connivence forte entre le messenger et son interlocuteur.

« *le malaise des journalistes repose peut-être sur l'absence d'évaluation* »

L'alourdissement des contraintes de la production journalistique

Inhérentes à l'activité journalistique⁶, les contraintes liées à l'exercice quotidien des métiers de l'information constituent une question d'autant plus sensible qu'elles entrent en contradiction avec l'idéologie même de la profession, d'abord et avant tout fondée sur l'indépendance. Pour Patrick Champagne, il est toutefois important de s'interroger sur la légitimité ou non de ces contraintes : « Lorsqu'on parle des contraintes qui pèsent sur les journalistes, on parle en réalité des contraintes jugées illégitimes par les journalistes eux-mêmes. Il existe bien évidemment,

dans le journalisme comme dans toute profession, des contraintes légitimes, c'est-à-dire celles qui sont au principe de chaque excellence professionnelle particulière. Ce qui fait problème, c'est lorsque se multiplient les contraintes jugées illégitimes qui vont à l'encontre de l'activité professionnelle. »

De l'avis unanime des principaux intéressés, les contraintes de la production journalistique sont aujourd'hui plus lourdes et plus nombreuses qu'hier. Affectant davantage les professionnels des *news* (qui travaillent "à chaud" sur l'actualité quotidienne) que ceux de la presse dite "magazine" (dont les délais et les formats de production offrent davantage de possibilités)⁷, les contraintes journalistiques peuvent selon nous être analysées et hiérarchisées à travers les prismes respectifs de la productivité, de la complexité et de la conformité.

De plus en plus soumis à la logique d'une information-marchandise dont la vocation première est d'être d'abord rentable, nombre de journalistes dénoncent aujourd'hui la dérive commerciale de la plupart des médias et ses conséquences néfastes sur la qualité de l'information. Journaliste à Armentières, Christian Furling s'étonne ainsi que le projet d'entreprise de *La Voix du Nord* mette à ce point l'accent sur des objectifs d'abord statistiques (tirage, chiffre d'affaires, etc.) sans fournir de moyens concrets supplémentaires aux équipes en place ni offrir de véritables garanties sociales : « *On peut y lire la volonté de productivité de la direction, c'est-à-dire de ne vouloir fabriquer qu'un produit à moindre coût.* » Pour Jean-Michel Lobry, directeur de NEP TV, filiale de *La Voix du Nord*, cette évolution était pourtant à la fois nécessaire et inévitable. Selon lui, les entreprises de presse ont en effet trop longtemps oublié qu'elles étaient aussi, et peut-être surtout, des entreprises : « *Pendant des années, tout allait bien, on ne perdait pas d'argent. Mais on s'est peu à peu rendu compte, comme pour l'ensemble de l'activité économique, qu'il fallait resserrer les boulons, qu'on ne pouvait pas ne pas réagir face au fait qu'il y avait de moins en moins de lecteurs.* »

Conséquence majeure du productivisme croissant de la presse : la plupart des professionnels de l'information ont le sentiment de ne plus pouvoir travailler autrement que dans l'urgence, sinon la précipitation. « *Le temps journalistique, explique Patrick Pépin, s'est aujourd'hui accéléré avec la création des médias all news : ce temps est à la fois rythmé par les conditions mêmes de la production journalistique et les conditions de fabrication du produit d'information.* »

Journaliste de télévision, Gilles Balbastre⁸ estime que la situation s'est régulièrement détériorée au cours des dernières années, aussi bien en matière de délais de production que d'espace dédié aux contenus journalistiques : « *En cinq ou six ans d'expérience, entre 1990 et 1995, on a vu le changement en ce qui concerne le temps. À un moment donné, on mettait jusqu'à deux jours pour faire nos reportages, lesquels pouvaient faire jusqu'à 2 minutes 30, voire 2 minutes 45. Aujourd'hui, on est passé à des reportages d'1 minute 30. Bref, il faut courir tout le temps !* » Le diagnostic est à peu près le même pour la presse écrite. L'informatisation des rédactions et la standardisation des opérations de mise en page a le plus souvent conduit à une réduction significative du format moyen des articles rédigés par les journalistes.

Ces derniers, s'ils ne contestent pas la nécessité de rationaliser les tâches rédactionnelles, estiment avoir perdu en partie la liberté de choisir par eux-mêmes le volume – et donc l'importance – à accorder aux sujets traités⁹.

Plus généralement, l'analyse des contraintes journalistiques directement liées aux impératifs de rentabilité des entreprises de presse met en lumière la contradiction entre les deux grands principes de légitimité aujourd'hui en œuvre dans le champ médiatique : le premier, de nature intellectuelle, qui renvoie à la qualité intrinsèque des contenus de presse; l'autre, d'inspiration économique, qui s'intéresse d'abord à l'impact quantitatif des produits diffusés. Pour Patrick Champagne, cette contradiction est d'autant plus difficile à gérer que, le plus souvent, « *faire à la fois "plus vite" et "plus court"* » *les produits les plus "sérieux" sont en même temps les moins populaires, donc les moins lus ou les moins vus. Et inversement.* » Comment la profession peut-elle réagir face à ce paradoxe ? Comment chaque journaliste, individuellement, doit-il se situer dans ce débat ? Il est clair que le poids psychologique réel des contraintes qui obligent désormais les professionnels de l'information à faire à la fois "plus vite" et "plus court" dépend largement de la variable idéologique de chacun d'entre eux, c'est-à-dire de leur propension personnelle à tendre davantage vers le pôle "marchand" ou vers le pôle "citoyen" du champ médiatique.

Autre contrainte constitutive du journalisme, aujourd'hui objet de toutes les polémiques et à l'origine depuis une douzaine d'années d'interminables débats sur la nécessité d'un regain d'éthique au sein de la profession : le difficile rapport des informateurs à la vérité, couramment labelisé sous le terme d'objectivité. Les récentes dérives et autres "affaires" médiatiques qui n'ont pas manqué de défrayer la chronique au cours de la dernière décennie constituent sans doute un signal d'alerte important au moment même où les nouvelles technologies de l'information et de la communication laissent désormais entrevoir des possibilités jusqu'ici inconnues en terme de transformation, déformation et manipulation des textes, des sons et des images. Toutes les inventions, tous les maquillages, tous les bidonnages sont aujourd'hui possibles et, de surcroît, à la portée du premier venu !¹⁰

Quand bien même la totalité des professionnels de l'information seraient-ils vertueux et compétents (ou à tout le moins scrupuleux), la distinction entre ce qui mérite d'être dit ou non, nuancé ou amplifié, attesté ou dénoncé, demeure malgré toutes les précautions opératoires d'usage un exercice fondamentalement aléatoire. Aujourd'hui d'autant plus périlleux que les opportunités de recul par rapport à l'actualité sont, pour bon nombre de journalistes happés par la spirale de l'événementiel quotidien, à peu près nulles. Le questionnement d'Olivier Lepoutre, rédacteur en chef de l'hebdomadaire régional *La Croix*, illustre bien le problème ici posé : « *L'obligation propre à l'exercice de toute liberté est celle du choix des événements dont on va rendre compte. S'agit-il d'événements ou non ? Cela vaut-il une information ou non ? Faut-il transmettre ou non ? On assiste souvent à des*

événements créés de toutes pièces. Certaines entreprises sont d'ailleurs spécialisées dans la création événementielle. La difficulté est donc celle du discernement entre le vrai et le faux. Par exemple, face à un invité qu'il interviewe en direct, un journaliste de télévision n'est pas forcément armé pour contrecarrer des propos tenus. Or, le travail du journaliste est d'être sur le vrai et non de laisser passer du faux. »

Au-delà de la division manichéenne qu'elle suggère entre la vérité et le mensonge, l'enquête fiable et le reportage caricatural, l'entrevue en profondeur et

« la contrainte d'objectivité pose le problème du traitement journalistique de la complexité »

la petite phrase, la contrainte d'objectivité qui pèse par définition sur les professionnels de l'information pose plus sûrement le problème du traitement journalistique de la complexité. Car aussi bien intentionné soit-il, jusqu'où un journaliste peut-il avoir la prétention – pourtant louable – d'appréhender et de restituer des événements, des situations, des contextes qui ne sont *a priori* pas immédiatement saisissables par le bon sens commun?

Fulminant à cet égard contre les entrevues journalistiques faites selon lui de découpages « hâtifs et paresseux », de textes « vaseux et débrillés », de réductions et de réinterprétations « erronées », « entrelardées » de phrases de leur propre cru ayant pour résultat de diluer ou de dénaturer la pensée, Edgar Morin¹¹ considère que les journalistes sont le plus souvent incapables de relier, contextualiser et globaliser. Affirmant que les choses les plus simples sont en réalité le fruit d'une « formidable complexité », il propose une approche des phénomènes d'abord fondée sur la reconnaissance de l'incertitude : « Nous devons envisager le probable, le possible, l'improbable, l'incertain, l'invisible ; le changement commence toujours de façon invisible J'insiste sur la nécessité d'une vision binoculaire : un oeil considère les développements techno-économiques continus, l'autre considère le "bruit et la fureur" des guerres, crises et perturbations de toutes sortes. La connaissance ne pouvant être encyclopédique, nous devons chercher les nœuds stratégiques qui permettent de contrôler de vastes territoires sans les occuper en détail. Nous naviguons dans un océan d'incertitudes à travers des archipels de certitudes. Nous sommes dans une aventure inconnue. »

Se fondant pour sa part sur l'exemple de l'affaire du sang contaminé en France où les médias ont davantage focalisé leur attention sur les coupables présumés (le docteur Garetta en tête) plutôt que sur les défaillances en cascades des centres de décision du monde de la santé, Michel Crozier estime que la presse hexagonale « ne fait pas le travail de la complexité des rapports humains parce qu'elle croit que ce n'est pas possible ». Or selon lui, l'un des enjeux fondamentaux de l'époque tourne justement autour de la capacité à « faire comprendre la complexité du monde », sous peine par exemple de faire porter les dysfonctionnements et les responsabilités d'un système de décision global sur les seules épaules de quelques boucs émissaires facilement identifiables. Dans le scandale français du sang, au début des années 90, les "fusibles" Garetta, Dufoix, Hervé puis Fabius ont confisqué l'agenda des médias, empêchant l'appréhension – et donc la

compréhension – des causes profondes du drame. Faute de réforme majeure de leur stratégie en matière de traitement de la complexité, les journalistes ne risquent-ils pas de se retrouver dans les mêmes impasses avec les dossiers de la "vache folle", de l'amiante, de l'immigration, de la fracture sociale, etc. ?

Peut-être plus sourde mais non moins perverse, la contrainte posée aux professionnels de l'information par le conformisme éditorial de la presse, lui même alimenté par l'accroissement des effets de reprises entre médias pourtant concurrents, pénalise d'abord ceux et celles qui cherchent à proposer de nouvelles approches journalistiques, de nouveaux modes de traitement, voire de nouveaux supports. Ayant pu vérifier personnellement à quel point les projets de presse non orthodoxes tels que le sien sont *a priori* disqualifiés par la grande presse, Philippe Merlant garde un souvenir amer de certaines de ses rencontres avec de grands responsables médiatiques français : « *Même si globalement, il a été davantage question d'encouragements et d'enthousiasme que de moquerie ou d'ironie, les réactions les plus négatives sont venues de la profession. Exemples : "Votre projet est très intéressant, mais s'il n'existe pas encore aujourd'hui, c'est qu'il est impossible à réaliser. Sinon, nous l'aurions fait !" Ou encore : "Nous savons bien comment faire des journaux et nous connaissons depuis longtemps ce qu'aime le lecteur."* » Et Philippe Merlant de se faire rappeler que ne faisant pas partie des "grands noms", il éprouverait les pires difficultés à convaincre des investisseurs potentiels...¹²

Confrontée par nature à la proximité de ses principales sources et en même temps refroidie par une conjoncture économique morose, la presse régionale, déjà traditionnellement prudente, n'est pas prête de se délivrer de ses réflexes conservateurs. Lesquels, affirment ses détracteurs les plus virulents¹³, participent au règne de la pensée unique et du *statu quo* social. Bien que passionné par sa tâche de journaliste en locale, Christian Furling admet que la presse de proximité est « *parfois obligée de se plier au maintien de bonnes et courtoises relations avec les élus, les officiels et la population, en évitant notamment les critiques franches et en n'oubliant surtout pas de mentionner une information chère à tel ou tel acteur important de l'aire géographique concernée* ».

Contrairement à l'idée reçue, la presse nationale n'est pas forcément mieux lotie en matière d'audace éditoriale. Bien que moins exposée à ses sources (en principe plus nombreuses et surtout plus dispersées), les médias nationaux ont de plus en plus de mal à trouver un juste équilibre entre journalisme de représentation (pôle de la conformité) et journalisme d'investigation (pôle de la transgression). Oui, affirme Antoine Fouchet du quotidien *La Croix-L'Événement*, « *il existe un conformisme qui tend à privilégier la réalité émergée et institutionnelle, voire à l'ériger en source d'information unique* ». Et de souligner ainsi le déclin du sacro-saint principe selon lequel la bonne information est celle que le journaliste va chercher, non celle qu'il reçoit.

« la presse régionale n'est pas prête de se délivrer de ses réflexes conservateurs »

Concurremment tenu de toucher un public (à qui il doit plaire pour être lu, vu ou entendu) et de répondre aux exigences de sa hiérarchie (à qui il ne doit pas trop déplaire), le journaliste ne peut toutefois être réduit à un rôle d'acteur victime d'une double réalité qui l'obligerait à "surfer" entre des exigences à la fois contradictoires et complémentaires. En effet, la somme des contraintes qui modèlent son activité quotidienne peut paradoxalement servir sa légitimité et faire office de parade argumentative face au procès dont les médias font aujourd'hui l'objet. Pour Bernard Delforce, les contraintes journalistiques peuvent ainsi constituer « *une réponse aux accusations couramment formulées à l'endroit de la profession - "on est victime et on n'y peut rien" - et partant, la portée de la responsabilité en est diminuée* ».

Autre bémol : le discours des journalistes sur leurs propres pratiques quotidiennes montre que les contraintes inhérentes au métier ne sont pas uniquement vécues comme une série d'obstacles démotivants ou de pressions génératrices d'un mal de vivre inexorable. De l'avis même des principaux intéressés, certaines de ces contraintes sont plus ou moins acceptées, voire recherchées. Parce que, explique Patrick Champagne, « *l'information exceptionnelle, les situations d'urgence, les événements imprévus et extraordinaires qui conduisent à un traitement souvent contestable de l'information (on travaille vite, on publie vite, sans vérifier) sont aussi des moments privilégiés pour nombre de journalistes* ». Qui peuvent ainsi échapper à la répétition des tâches, à l'actualité routinière, bref au confort démobilisant à la longue d'une "partition" bien souvent écrite à l'avance.

Émergence d'un souci de réforme et nouvelles pratiques

Le profil des nouveaux médias aujourd'hui en émergence et la spécificité des nouvelles approches en cours montrent que la principale réponse au malaise actuel de la presse est avant tout qualitative. Aussi banal soit-il, le constat s'impose avec force : le public, somme complexe d'individus-citoyens aux attentes sociales et aux besoins quotidiens aussi divers que pressants, doit être ramené au cœur du projet des entreprises de presse et de la préoccupation première des journalistes.

Pour Michel Crozier, le défi est d'autant plus difficile que la société est aujourd'hui secouée par une véritable explosion de la communication qui parasite les échanges entre les individus et brouille les données : « *Nous sommes pris dans cette explosion qui est quantitative. Or je crois que la réponse au quantitatif, c'est plus de qualitatif. Sinon, on en arrive à une cacophonie et personne ne comprend plus rien.* » D'où la nécessité pour les journalistes de faire preuve selon lui de davantage de professionnalisme, mais plus encore d'assumer une nouvelle responsabilité sociale. Laquelle suppose un véritable esprit de réforme chez les acteurs eux-mêmes avant que celui-ci ne gagne peut-être les organisations auxquelles ils appartiennent.

Priorité parmi les priorités : les médias doivent se remettre à l'écoute des gens ordinaires... ce qu'ils semblent aujourd'hui bien souvent incapables de faire. Expert en matière de communication politique et ayant notamment étudié la couverture des mouvements sociaux de décembre 1995 en France, Jean Mouchon, directeur du groupe PRIAM à l'E.N.S. de Fontenay-St-Cloud, se demande jusqu'à quel point le manque d'écoute des médias ne masque pas en réalité des intérêts sociaux catégoriels, lesquels n'ont pas pour habitude de partager la parole.

Illustration selon lui parfaite de ce phénomène,

l'émission politique "La France en direct" de France 2 au moment des grèves de fin 95 : « Puisque le duplex le permet, vous avez les gens ordinaires non pas installés dans le studio à Paris, mais "ailleurs". Si

on regarde la répartition au niveau parisien, on se rend compte qu'il y a l'homme politique, l'expert. Il y a donc des systèmes de pensée clos. On a ainsi tout un dispositif de stratification sociale. On place telle personne avec telle autre. C'est scandaleux et typiquement français ! » Et Gilles Balbastre de s'indigner à son tour, relevant que les grévistes présents lors de cette même émission auront eu le droit à la parole une quinzaine de minutes tout au plus, sur un programme total de deux heures. L'explication tombe, plus idéologique que scientifique : « 80 à 90% des journalistes sont grosso modo juppéistes, rocardiens ou giscard-fabiusiens. Ils sont convaincus que la société fonctionne sur le libre marché et que c'est comme ça ! »

Dénonçant un mal selon lui typiquement hexagonal, Michel Crozier estime que la société française, contrairement à l'Amérique du Nord ou à la plupart des autres pays européens, a conservé des « traits hiérarchiques » forts qui ne correspondent plus à la réalité que vivent les gens dans leur quotidien. Ce décalage, explique-t-il, est essentiellement dû à un système demeuré pyramidal pour des activités aussi valorisées en France que la politique, l'administration publique, l'État. Résultat : l'acte de décision, théoriquement démocratique, est survalorisé, laissant les citoyens sur le sentiment trop fréquent de ne pas être écoutés par ses élites. Et de plaider pour un renversement des habitudes : « Nous souffrons en France du fait qu'on a une société à la fois hiérarchique et fragmentée avec un réel problème de dialogue : on ne se parle pas facilement. Soixante-huit a été un moment formidable parce que pendant une petite période, les barrières se sont brisées et les gens se sont parlé [...] La seule règle finalement, c'est de s'intéresser à ce que les gens vous disent. Il n'y a pas de technique d'écoute. Il y a l'intérêt. Si ça vous intéresse, les gens parleront. Si les gens parlent, ça devient intéressant. Et l'on a ainsi un cercle vertueux. »

Pour la plupart sensibles à ce discours, les journalistes traduisent ce plaidoyer par la nécessité préalable d'un retour sur le terrain, seul moyen susceptible de (re)créer les occasions d'un dialogue constructif avec les citoyens et de peut-être comprendre leurs véritables attentes. « Ne pas aller sur le terrain, affirme Laëtitia Moreau, journaliste au magazine *la Rue*, c'est accepter de reproduire les clichés fréquemment véhiculés par la presse qui décrivent la société comme étant

« la principale réponse au malaise actuel de la presse est avant tout qualitative »

composée de deux mondes qui s'opposeraient. Quand on va sur le terrain, on se rend compte que les choses sont beaucoup plus complexes... » Mais pour elle, la bonne volonté ne suffit pas. Le travail de terrain efficace suppose aussi des connaissances sociologiques, sous peine de ne pas pouvoir entendre ce qui est essentiel ou d'amplifier ce qui n'a pas besoin de l'être.

Responsable d'antenne à Radio France Urgences Lille, Yves Renard déplore les clichés et les amalgames qui entourent la question des problèmes sociaux.

« le travail de terrain efficace suppose aussi des connaissances sociologiques »

Selon lui, seul un travail de contacts répétés permet par exemple de saisir la grande diversité du monde associatif et la réalité de l'engagement de ceux et celles qui cherchent à réduire les effets de la fracture sociale : « *Cet hiver, nous avons fait le tour des "Restos du coeur" par téléphone. Ce type de démarche permet de découvrir des tas de réalités nouvelles et passionnantes. Quand on dit "les Restos du coeur", on croit avoir tout dit. Eh bien pas du tout, parce que les initiatives des uns et des autres – en dépit du label commun – sont souvent très différentes. Cela nous permet aussi de découvrir les quartiers en question. Quand on demande aux membres des "Restos du coeur" de nous présenter leur secteur de leur propre point d'observation, on constate que les gens ont beaucoup à dire et que les réalités des uns et de autres sont extrêmement diverses* »

Réformer les médias, c'est aussi questionner leur rôle traditionnel. Soucieux de ne pas rester passifs face à la "misère du monde" et au désarroi grandissant d'un grand nombre de gens victimes de solitude, de rejet, de violence... ou plus simplement de problèmes matériels quotidiens parfois insurmontables, de plus en plus de professionnels de l'information acceptent désormais l'idée que les médias ne peuvent plus se contenter de "rapporter" le monde : ils doivent faire ni plus ni moins partie intégrante de la solution en jouant un rôle beaucoup plus actif – et constructif – au sein de leurs territoires de couverture. Évoquant les nombreuses études ayant contribué à l'élaboration du modèle dit de *l'agenda-setting*¹⁴, Michel Beauchamp, professeur au département d'information et de communication de l'Université Laval à Québec, estime à cet égard que « *toute entreprise de presse peut, entre autres choses, jouer un rôle clé comme acteur social dans l'arène politique* ».

Cette approche radicalement nouvelle de l'information, et plus précisément de la mission même des journalistes au cœur des communautés qu'ils desservent, a été identifiée à la fin des années 80 aux États-Unis sous le label de "journalisme public" (*public journalism* en anglais)¹⁵. Ayant pour objectif, en aval, de stimuler la vie publique en proposant aux citoyens des réponses concrètes à leurs problèmes quotidiens et, en amont, de faire renaître chez les journalistes le sentiment d'une plus grande utilité sociale, le journalisme public offre selon Jay Rosen, l'un de ses principaux promoteurs, « *une raison d'espérer : voilà tout ce que les gens attendent de la presse... et ce n'est pas une exigence déraisonnable* ».

L'émergence de ce concept, qui obtient un très vif succès outre atlantique depuis plusieurs années, entre en résonance étroite avec la vague – plus

récente – de débats en France sur le journalisme "citoyen" et de thématiques autour de l'idée selon laquelle les médias auraient une responsabilité nouvelle en matière de "lien social"¹⁶, de réengagement des citoyens dans la vie collective et de contribution directe à la résolution des problèmes quotidiens. Sur ce dernier point, Nicolas Rousseaux cautionne sans hésitation la démarche du journalisme public : « C'est aussi notre rôle de ne pas nous contenter de poser des questions, mais d'essayer de trouver des solutions. Ou en tout cas, d'orienter et d'essayer de faire le tri dans les solutions qui existent [...] L'une des causes de la dé crédibilité qui est la nôtre aujourd'hui vient justement de notre frilosité à nous engager. »¹⁷

La réforme des médias passe aussi par des changements d'attitude et de modes opératoires au sein même des rédactions. Nombre de journalistes souffrent ainsi d'isolement dans leurs structures et dans leurs tâches, coupés à la fois de leurs collègues (le dialogue entre les services est souvent inexistant) et cantonnés dans les mêmes thèmes de couverture depuis parfois des années. Rédacteur en chef de l'hebdomadaire régional *Autrement dit*, Philippe Allienne pense que la technique du travail « à double voix » peut éviter au journaliste de se sentir trop vite enfermé dans ses routines ou ses dadas : « Il faut essayer de travailler de façon plus horizontale. Au journal, nous avons par exemple réalisé un dossier sur la manière dont les cafés-musique ont évolué au cours des dernières années. Ce travail a pu être réalisé conjointement par la journaliste chargée de la rubrique culturelle et par moi en tant que journaliste économique. »

Décloisonner le travail : tel était l'objectif également suivi par Nicolas Rousseaux lorsqu'il était directeur d'un mensuel économique dont l'organigramme avait été revu sur un mode "matriciel". Chaque chef de service devait en effet assumer les responsabilités de son propre secteur tout en travaillant aussi pour d'autres rubriques que les siennes, en tant que simple journaliste-reporter. Ce qui permettait, estime Nicolas Rousseaux, de contraindre chaque

chef de service à garder un contact avec la réalité, c'est-à-dire « de ne pas se laisser piéger par son rôle de chef. » Et de préciser : « Toutes les conférences de rédaction devenaient des conférences d'échanges puisque en même temps que de devoir alimenter son propre service, il fallait également nourrir d'autres services. En ce sens, c'est un moyen formidable pour retrouver de l'écoute, du dialogue et de la créativité dans nos rédactions. Je crois que la responsabilité sociale peut aussi commencer par là. »

Même si le phénomène est encore relativement récent en France (l'expérience américaine du journalisme public n'a traversé l'Atlantique qu'en 1995), un nombre de plus en plus important de médias et de professionnels de l'information en exercice dans l'Hexagone privilégient désormais explicitement une approche citoyenne de l'information en utilisant des méthodes et en proposant des contenus susceptibles d'établir une relation plus authentique, plus utile et plus respectueuse avec le public.

Des journaux de la presse nationale (*La Croix*, *Aujourd'hui*, etc.), de la presse

« nombre de journalistes souffrent d'isolement dans leurs structures et dans leurs tâches »

régionale (*L'Est Républicain, Ouest-France, La Voix du Nord*, etc.), des chaînes de télévision (France 3 avec par exemple son émission "Saga-Cités"), des stations de radio (Radio France avec ses antennes décentralisées Radio Urgences), certains journaux de rue (notamment le magazine *la Rue*), des supports complètement nouveaux (comme le mensuel national *Tempo*), etc., montrent qu'une partie de la profession est en train de se mobiliser pour recréer un nouveau ciment social et contribuer à apporter des remèdes à la morosité ambiante et à l'isolement du public. Derrière le schéma classique de la société de consommation médiatique, d'abord inspiré par les lois du marché et le règne de l'audimat, se profilent aujourd'hui les contours d'un nouveau paradigme qui risque, à terme, de bouleverser la pratique quotidienne du journalisme : l'utilité sociale avant la seule efficacité commerciale.

« *L'utilité sociale avant la seule efficacité commerciale* »

Les limites de l'engagement social des journalistes

Aussi légitime soit-il, le souci aujourd'hui partagé par certains professionnels de l'information de pouvoir revendiquer un engagement social marqué au sein de leur milieu cadre mal avec le "devoir de réserve" dont se réclament encore de très nombreux journalistes. À l'instar du débat soulevé aux États-Unis par le journalisme public entre les "réformistes" et les "classiques", l'esquisse d'une nouvelle responsabilité des médias au sein de la société française n'a sans doute pas fini de susciter des réactions mitigées, sinon hostiles.

Rappelant ainsi que la mission première du journaliste est d'abord "d'informer", Christian Furling considère que les médias assument déjà une importante mission sociale en dénonçant les dérives, en couvrant les initiatives fructueuses, en donnant la parole aux gens dans les limites de la déontologie, en éclairant le contexte de cette parole. Se refusant – dans le cadre de son travail – à organiser lui-même les débats, à participer à des associations d'entraide, à créer des événements, il estime que le journaliste n'a pas à se substituer aux acteurs sociaux : « *C'est la vieille règle qui consiste à ne pas être juge et partie. Elle n'est pas une coquetterie intellectuelle. Elle s'impose parce que si elle est bafouée, la sanction est la méfiance du public à l'égard des faits rapportés. Quand cette méfiance est là, elle signifie que le citoyen ne peut plus croire en certaines valeurs. À terme, elle comporte le risque du désespoir et d'une menace pour la démocratie. Elle met également en péril l'entreprise de presse elle-même [...] Pour moi, le plus important est que le journaliste fasse tout pour défendre ses capacités d'informer et d'être critique avant de songer à endosser de nouvelles missions.* »

Considérant pour sa part que le journalisme produit, qu'il le veuille ou non, des effets sociaux, Philippe Allienne regrette que le discours professionnel dominant cherche selon lui à nier cette réalité en se réfugiant derrière le seul "devoir d'informer" : « *Il y a une espèce de pudeur de l'engagement. Par exemple, dans*

la formule magazine de Libération, on sentait que les journalistes avaient envie de dire énormément de choses, mais par peur de prendre des engagements clairs, ils se dispersaient dans des circonvolutions de style et ce, au détriment du sens. »

Autre frein à l'engagement social des médias : à prétendre donner à leurs publics « *de nouvelles raisons d'espérer* » (selon l'expression de Jay Rosen), les journalistes ne risquent-ils pas, faute de moyens, de temps ou de pouvoir d'influence sur le cours des événements, de les décevoir en créant de vaines attentes ? Confrontés aux limites objectives de leur pouvoir réel face à des situations dont ils maîtrisent rarement le cours, les professionnels de l'information sont contraints à un devoir de modestie. Ou, à tout le moins, de réalisme. Laëtitia Moreau admet ainsi que son magazine ne propose pas de recettes miracles à l'exclusion : « *Les limites des entreprises d'insertion - et ce n'est pas propre à La Rue - se trouvent dans le manque de débouchés en matière d'emploi. On a souvent d'énormes difficultés pour relancer quelqu'un dans la vie active. Mais c'est là que le magazine peut intervenir comme complément, c'est-à-dire se battre au niveau des idées en expliquant notamment toutes les limites du concept d'insertion, des politiques publiques, du rôle des associations, etc.* »

Même raisonnement chez Yves Renard qui estime qu'en dépit de l'engagement quasi militant de ses animateurs, Radio Urgences Lille n'a pas la prétention de changer la vie au sein de la métropole lilloise. Mais selon lui, vu la gravité des problèmes et notamment la détresse de nombreuses personnes exclues du système, l'heure n'est plus à la tergiversation. Des médias comme le sien, croit-il, peuvent faire bouger les choses : « *Radio Urgences Lille offre un programme essentiellement pratique : il n'y a pas beaucoup de théorie ! La station ne prétend bien sûr pas régler les problèmes sociaux, mais en tout cas, nous voulons être des "médiateurs", c'est-à-dire donner la parole à ceux qui ont des idées, à ceux qui prennent des initiatives et à ceux qui ont des embryons de réponses. Les problèmes, tout le monde les connaît. Il est donc inutile de gloser : il faut agir !* »

À vouloir aller trop loin (ou trop vite ?), certains journalistes se font toutefois rappeler à l'ordre par leur propre public. Lequel n'est pas unanimement prêt à suivre les initiatives audacieuses ou même les simples nouveautés qu'on lui propose. Philippe Allienne se souvient ainsi qu'un "supplément citoyenneté" publié par son journal, où la parole était notamment offerte à des "étrangers", avait suscité des réactions très contrastées. À côté de ceux qui avaient applaudi à l'initiative, certains lecteurs s'étaient déclarés ni plus ni moins scandalisés par le fait qu'*Autrement dit* ouvre ses colonnes à des Maghrébins, donc des musulmans, donc des islamistes, etc. : « *On a parfois des gens qui menacent d'annuler leur abonnement. Cela vient souvent des lecteurs plus âgés qui ont des habitudes davantage liées à une presse plus traditionnelle.* » Tradition encore écornée (et mêmes réactions de rejet) quand le journal avait joint un jour un préservatif à un numéro consacré au sida...

Dernier écueil de taille à vaincre pour les tenants d'une réforme du journalisme vers une plus grande solidarité avec les citoyens et une approche

plus constructive de l'actualité : le regard parfois mi-sceptique mi-amusé de certains de leurs pairs qui voient dans cette double aspiration une dérive à la fois démagogique mais surtout naïve du métier d'informer. Reconnaisant que le « piège de l'angélisme » fait partie des risques personnels qu'elle doit assumer, Nathalie Dollé considère néanmoins que le danger de dilution du lien social et de marginalisation de groupes régulièrement ignorés par les médias est en soi beaucoup plus grave... qu'un éventuel excès de bons sentiments.

Conclusion

Collectif parce qu'il concerne la profession dans son ensemble et en même temps individuel puisqu'il interpelle chaque journaliste en particulier, le débat sur la responsabilité sociale des médias ne peut être réduit à un simple choix entre la vertu et l'efficacité, la solidarité et le parti-pris de la distance, le choix du sens et la prétention au "dire vrai". Résultat d'une double contrainte constitutive du métier qui place le journaliste dans la situation souvent intenable de devoir travailler en même temps pour des publics et une entreprise dont les intérêts ne sont pas nécessairement convergents, le malaise exprimé aujourd'hui par une bonne partie de la profession paraît d'autant plus profond qu'il s'inscrit dans un contexte plus large de dysfonctionnement social où les écarts entre les inclus et les exclus du système n'ont sans doute jamais été aussi grands.

Quelles qu'en soient les manifestations (multiples compte tenu de la diversité et de la position des acteurs dans le champ) et le degré de gravité qu'on lui accorde (le secteur dit des *news* étant manifestement plus touché que celui de l'information "différée"), la crise du journalisme ne peut être isolée d'une crise plus globale où l'explosion de la communication va de pair avec la décomposition du "liant" social. En clair, le volume des messages en circulation n'a jamais été aussi important et les occasions de dialogue aussi faibles. Ou difficiles à mettre en œuvre.

Face à ce désarroi régulièrement mesuré par les sondages d'opinion et les enquêtes qualitatives, le milieu journalistique constitué à la fois des acteurs de terrain et de leurs hiérarchies semble vouloir faire front commun – avec des motivations différentes – pour regagner la confiance du public. Davantage préoccupés par les interrogations de plus en plus fréquentes sur leur compétence, leur probité et leur utilité sociale que par la seule réalité statistique des tirages ou de l'audimat, de nombreux journalistes estiment qu'il est aujourd'hui de leur responsabilité de jouer une part beaucoup plus active au sein de leur environnement. Quitte à transgresser l'idéologie encore dominante de l'objectivité et à refuser la fatalité d'une couverture médiatique obsédée par les trains qui déraillent, certains d'entre eux n'hésitent plus à tenir un discours militant sur les vertus d'un traitement plus "positif" de l'actualité et la nécessité d'apporter des "réponses concrètes" aux problèmes existentiels des citoyens.

« certains journalistes se font
rappeler à l'ordre
par leur propre public »

Acteurs de société qui préfèrent les solutions au seul exposé des problèmes, l'écoute en profondeur aux sondages, la thèse de la complexité du monde à celle d'une réalité binaire des choses, la signification des événements plutôt que leur caractère spectaculaire ou dérangeant, les partisans d'une approche citoyenne de l'information devront la pérennité éventuelle de leur nouvelle conception du journalisme à la capacité qu'ils auront ou non de transformer la somme de leurs démarches individuelles en une véritable logique d'action collective.

La profession, qui doute depuis plusieurs années et de son rôle et des moyens de le tenir, est peut-être en train de se découvrir une nouvelle vocation. Aux États-Unis, les "journalistes publics" ont sans doute posé les premiers jalons ; leur mouvement ne peut en tout cas plus être réduit à un simple épiphénomène.

Sauf à persévérer dans des recettes qui semblent pour la plupart avoir fait leur temps et auxquelles le public n'a manifestement plus envie de souscrire, de plus en plus de journalistes sont aujourd'hui convaincus d'avoir à repenser la finalité de leur métier. Telle est peut-être, ici comme ailleurs, la première étape nécessaire de leur nouvelle responsabilité sociale ■

Notes

1. Seuls Pierre Bourdieu et Edgar Morin, bien que cités à plusieurs reprises dans le texte, n'ont pas participé aux rencontres du groupe de réflexion NORSOM.
2. Le projet éditorial du magazine *Tempo* comporte quatre priorités : 1. valoriser les individus et les groupes qui refusent la fatalité, la résignation et qui tentent de maîtriser leur vie tant personnelle que collective ; 2. devenir un véritable lieu de débats et d'échanges afin de promouvoir les valeurs de citoyenneté et de solidarité ; 3. rendre aux journalistes une nouvelle capacité critique ; 4. restaurer les facultés de découverte et d'émerveillement des gens en valorisant leurs capacités de création, de résistance et de partage.
3. Extrait de la conférence inaugurale prononcée par Pierre Bourdieu le 4 juin 1994 à l'occasion du colloque fondateur du Centre de recherche de l'École supérieure de journalisme de Lille.
4. Le groupe GERICO (groupe d'études et de recherches en information et communication), partenaire du Centre de recherche de l'École supérieure de journalisme de Lille, est animé par des professeurs/chercheurs de l'IUP d'Information-Communication de Roubaix (Lille III).
5. On lira par exemple avec intérêt les résultats des sondages *La Croix/Télérama* (janvier 1996) et de *La Vie/CSA* (août 1996).
6. Patrick Pépin, directeur de l'ESJ-Lille, définit le journalisme comme « une somme paradoxale de méthodes de travail, d'une morale et de contraintes ». C'est selon lui l'acceptation de ces dernières qui contribue à définir, aux yeux du milieu, le « bon professionnel ».
7. En Amérique du Nord, les Québécois distinguent plutôt pour leur part les "nouvelles" (actualité immédiate) des "affaires publiques" (dossiers, enquêtes, analyses, commentaires, etc.).
8. Gilles Balbastre a participé à la rédaction d'un ouvrage des plus éloquents sur la détérioration des conditions de travail des journalistes : *Journalistes au quotidien, outils pour une socioanalyse des pratiques journalistiques*, éditions Le Mascaret, Bordeaux, 1995.
9. A *La Voix du Nord*, le nouveau système de P.A.O Hermès limite – sauf exception – la longueur des textes à un maximum de 6 000 signes pour les entretiens et de 4 500 signes pour les autres articles.
10. Le "Vrai journal" présenté tous les dimanches sur Canal + par le journaliste-animateur-prestigideur Karl Zéro offre un aperçu pour le moins éloquent de ce que la technique numérique et le multimédia autorisent aujourd'hui en matière de mise en scène de l'actualité.
- 11 Dans son ouvrage *Une année Sisyphe (voir bibliographie)*, Edgar Morin dénonce à plusieurs reprises avec véhémence la médiocrité du travail journalistique... tout en continuant, paradoxalement, à accorder un nombre impressionnant d'entretiens aux médias français et étrangers.

12. En dépit d'embûches multiples et de résistances nombreuses, Philippe Merlant lancera en janvier 1997 le numéro zéro du mensuel citoyen *Tempo* sur la base de 10 000 exemplaires distribués sur l'ensemble du territoire national.
13. Dans un article impitoyable publié dans le numéro de novembre 1996 du *Monde Diplomatique*, Philippe Descamps dénonce la « misère du journalisme de province », qualifié de « presse docile dans une France féodale ».
14. Pour une synthèse de la théorie de l'*agenda-setting* (littéralement « établissement de l'ordre du jour »), on pourra se reporter aux travaux de Jean Charron, chercheur au département d'information et de communication de l'Université Laval à Québec (voir bibliographie).
15. Pour une synthèse en français du concept de journalisme public, on se reportera au premier numéro des *Cahiers du journalisme* (juin 1996), pp. 142-159 (article signé par Michel Beauchamp et Thierry Watine).
16. Le présent numéro des *Cahiers du journalisme* (décembre 1996) est précisément constitué en partie des actes du colloque organisé en juin 1996 par le Centre de recherche de l'École supérieure de journalisme de Lille et intitulé : "Le journaliste acteur de société"...
17. Depuis quelque temps, de nombreux journaux (c'est le cas de *La Voix du Nord* depuis le mois de novembre 1996) ont tenté de revitaliser leur "Courrier du lecteur" en le rendant plus interactif, notamment avec de nouveaux espaces "questions-réponses" destinés à offrir au public des avis d'experts sur des problèmes précis de la vie quotidienne. En Espagne, le quotidien *El País* a été encore plus loin en mettant en place un standard téléphonique disponible 24 heures sur 24 par l'intermédiaire duquel les lecteurs peuvent commenter l'actualité, questionner les journalistes ou poser des questions pratiques.

Bibliographie

- ACCARDO Alain (sous la direction de), ABOU Georges, BALBASTRE Gilles, MARINE Dominique, *Journalistes au quotidien, outils pour une socioanalyse des pratiques journalistiques*, éditions Le Mascaret, Bordeaux
- BEAUCHAMP Michel, WATINE Thierry (juin 1996), "Le journalisme public aux États-Unis : émergence d'un nouveau concept", *Les Cahiers du journalisme*, n°1, pp. 142-159
- BOURDIEU Pierre (juin 1996), "Journalisme et éthique", *Les Cahiers du journalisme*, n°1, pp. 10-17
- CHARRON Jean (1995), "Les médias et les sources : les limites du modèle de l'agenda-setting", *Hermès*, n°17-18, pp.73-92
- CROZIER Michel (1995), *La crise de l'intelligence. Essai sur l'impuissance des élites à se réformer*, Interéditions, Paris
- MORIN Edgar (1995), *Une année sisyphé*, éditions du Seuil, Paris
- NORSOM I (6 octobre 1995), *Compte rendu de la 1ère rencontre du groupe de réflexion NORSOM sur la nouvelle responsabilité sociale des médias*, Centre de recherche de l'École supérieure de journalisme de Lille
- NORSOM II (16 janvier 1996), *Compte rendu de la 2e rencontre du groupe de réflexion NORSOM sur la nouvelle responsabilité sociale des médias*, Centre de recherche de l'École supérieure de journalisme de Lille
- NORSOM III (14 mars 1996), *Compte rendu de la 3e rencontre du groupe de réflexion NORSOM sur la nouvelle responsabilité sociale des médias*, Centre de recherche de l'École supérieure de journalisme de Lille
- NORSOM IV (15 mai 1996), *Compte rendu de la 4e rencontre du groupe de réflexion NORSOM sur la nouvelle responsabilité sociale des médias*, Centre de recherche de l'École supérieure de journalisme de Lille

Annexes

1. Liste des participants au groupe de réflexion NORSOM sur la nouvelle responsabilité sociale des médias et des journalistes :

Philippe Allienne (rédacteur en chef à *Autrement dit*), Gilles Balbastre (journaliste à *France Télévision*), Michel Beauchamp (professeur au département d'information et de communication de l'Université Laval à Québec), Béatrice Casanova (journaliste à *France Télévision*), Patrick Champagne (sociologue), Pascal

Chasson (étudiant-chercheur), Jean Colin (rédacteur en chef à *France 3 Lille*), Michel Crozier (sociologue), Christophe Deleu (étudiant-chercheur), Bernard Delforce (professeur à l'IUP d'Info-Com de Roubaix), Nathalie Dollé (journaliste à *France Télévision*), Hélène Fanchini (journaliste à *La Voix du Nord*), Marie-Claire Dufresne (journaliste au journal *Vers L'Avenir*), Antoine Fouchet (journaliste à *La Croix-L'Événement*), Christian Furling (journaliste à *La Voix du Nord*), Olivier de Gant (journaliste à *Radio Classique*), Jean-François Garsmeur (journaliste responsable de l'Agence *Trans Euro Press*), Richard Herlin (bibliothécaire à l'École supérieure de journalisme de Lille), Valérie Leignel (étudiante-chercheuse), Olivier Lepoutre (rédacteur en chef à *La Croix*), Jean-Michel Lobry (directeur de *NEP-TV Lille*), Lydie Marchais (journaliste à *Radio Classique*), Laurence Mayerfeld (journaliste à *France 3 Lille*), Philippe Merlant (rédacteur en chef du magazine *Tempo*), Jean Mouchon (directeur du groupe PRIAM à l'ENS de Fontenay-St-Cloud), Patrick Pépin (directeur général de l'École supérieure de journalisme de Lille), Claude Redmann (sociologue), Yves Renard (journaliste responsable d'antenne à *Radio Urgences Lille*), Nicolas Rousseaux (journaliste *free-lance*), Thierry Watine (directeur du Centre de recherche de l'École supérieure de journalisme de Lille), Fabien Wille (chercheur).

2. Programme du colloque intitulé "Le journaliste acteur de société" (3 juin 1996, École supérieure de journalisme de Lille) :

Introduction :

* Patrick Pépin (École supérieure de journalisme de Lille)

Débat n°1 : "La responsabilité sociale des journalistes"

* Patrick Champagne : Le traitement médiatique des malaises sociaux

* Gérard Lignac : Agir contre le chômage

* Jules Clauwaert : Journaliste témoin, journaliste acteur

* Thierry Watine : Une profession en quête d'utilité sociale

Débat n°2 : "La fonction sociale des médias : quelques modèles étrangers"

* Arthur Charity : Le journalisme public aux États-Unis

* Michel Beauchamp : Le modèle des médias communautaires au Québec

* Mihai Coman : La fonction sociale des journalistes en Roumanie

Débat n°3 : "Nouveaux médias, nouvelles pratiques"

* Philippe Merlant : Le projet de mensuel citoyen *Tempo*

* Nathalie Dollé : Le magazine télévisé "Saga-cités"

* Yves Renard : *Radio-Urgences Lille*

* Laëtitia Moreau : Le magazine *la Rue*

Conclusion :

* Bernard Delforce : La responsabilité sociale des journalistes : donner du sens

Mot de la fin :

* Jean-Louis Prévost (*La Voix du Nord*)