

# Les rapports intervieweur-interviewé en magazine d'information télévisée : question de confiance ?

Nathalie Dollé

Journaliste au magazine "Saga-Cités"  
diffusé sur France 3

*« Si on y songe un instant, l'interview n'est qu'une conversation médiatisée. Ce qu'il faut retenir avant tout, cependant, c'est qu'il doit s'agir d'une conversation organisée, c'est-à-dire conçue, préparée et réalisée en un genre radiophonique ou télévisuel », écrit Jacques Larue-Langlois.<sup>1</sup> L'interview représente le tournage de questions-réponses entre un journaliste et un participant au reportage qui a accepté le principe d'interrogation. L'entrevue est une discussion beaucoup plus longue dans la diffusion, avec un journaliste éventuellement présent à l'écran et peu de séquences images. L'entrevue dans cette conception se fait souvent en plateau, rarement dans le cadre d'un reportage. L'intervieweur est le poseur de questions. Journaliste, spécialiste ou non, il possède une somme de techniques, de savoir-faire et d'expérience pour recueillir des informations dans le but de les diffuser. L'interviewé est la personne, spécialiste ou non, rodée ou pas, qui répond volontairement aux questions. L'interview est une des composantes importantes de tous les sujets-magazines : « Certains domaines de l'activité humaine ne s'expriment pas à travers des faits dramatiques et sensationnels : le concubinage, la culture des bonsaïs ou les mots-croisés... Dans ce cas tout devient possible car on échappe au tourbillon de l'actualité et à ses contraintes, à la concurrence infernale et à l'urgence castratrice. Il fait bon alors trouver l'oiseau rare qui réglera les yeux ou les oreilles du téléspectateur ou de l'auditeur, de sa faconde et de son authenticité 2... »*

Le magazine d'information télévisée se caractérise par la périodicité de sa diffusion, hebdomadaire ou mensuelle. Il est composé de reportages réalisés par des journalistes, qui commencent à prendre le statut de réalisateur dans certaines émissions, et éventuellement de plateau.

Le présentateur, le plus souvent producteur en même temps, y lance les sujets, un débat, ou donne la parole au journaliste qui a fait le reportage. « Cette appellation [de magazine] permet de regrouper les émissions de reportages, d'actualité, d'affaires publiques, d'économie, de sciences, d'arts et spectacles, de même que celles que l'on consacre aux commentaires et à l'analyse de l'actualité et les quelques rares dossiers journalistiques fouillés dont semblent si avares les médias électroniques » (Jacques Larue-Langlois, 1989). Le magazine d'information est considéré comme un genre riche, qui doit permettre d'approfondir des sujets qui passent trop rapidement aux informations dites courtes, celles des journaux télévisés. Le magazine induit plus de temps d'antenne et normalement plus de temps pour la conception et la réalisation des reportages. « [Dans le magazine] l'événement est communiqué au public une fois accompli. Collecte, traitement et diffusion de l'information sont bien distincts. La cohérence du reportage est celle que lui donne le reporter autant que celle de l'événement. La mise en forme – après – est aussi importante que la préparation et l'enregistrement, mais dépend d'eux<sup>3</sup>. »

**« la cohérence du reportage est celle que lui donne le reporter autant que celle de l'événement »**

Ce travail est fondé sur une série de douze entretiens dirigés<sup>4</sup> avec des journalistes de magazines d'information télévisée<sup>5</sup>. Les journalistes-reporters de magazine semblent être plutôt jeunes, ceux qui ont répondu à mes questions avaient environ trente ans. A un certain âge, certains prennent des responsabilités hiérarchiques qui n'envoient plus sur le terrain, d'autres passent aux documentaires ou disparaissent avec le titre, dans un changement de grille. Ils sont pigistes ou en contrat à durée déterminée dans la majorité des cas, ce qui signifie une position le plus souvent précaire. On ne peut pas l'ignorer pour commenter leurs réponses. Les entretiens, une quarantaine de questions en tout, ont duré de deux à trois heures. Les participants à cette enquête ont été sollicités au hasard des rencontres, sans contrainte d'âge, de sexe ou d'expérience.<sup>6</sup> Je n'ai pas distingué le statut de journaliste reporter d'images, qui filme ses propres reportages. Chaque journaliste a répondu aux questions selon sa pratique régulière dans un magazine particulier. Il faut tenir compte du fait que je me suis toujours présentée d'abord comme journaliste de télévision et de magazine moi-même. Les conversations ont donc toutes été empreintes d'une sorte de connivence professionnelle. Selon une technique peut-être plus journalistique que de chercheur, il m'est souvent arrivé de jouer un peu la provocation ou l'incompréhension pour aider mon interlocuteur à approfondir sa réflexion. Il ne faudra jamais oublier que j'ai utilisé l'interview pour un travail sur l'interview. Spontanément, le tutoiement s'est imposé, règle entre les membres de la profession, nous étions quasiment à chaque fois dans la même catégorie d'âge. Mes interlocuteurs se sont tous très facilement prêtés au jeu, et s'ils apparaissaient d'emblée comme sûrs et certains de leur pratique, c'est au fil de l'entretien que les failles, les incertitudes, les interrogations, les paradoxes voire les contradictions se sont révélés. Il est évident que mes questions ont beaucoup

surpris et auraient pu être très souvent l'occasion d'un vrai débat. Les journalistes interrogés m'ont véritablement semblé avides de prendre la parole sur leur façon de travailler, un grand nombre d'entre eux n'avaient jamais eu ou pris l'occasion d'y réfléchir en groupe. C'est la raison pour laquelle j'ai souvent dû préciser mes questions, pour les aider à structurer leur pensée d'abord, leurs réponses ensuite. Les journalistes de magazine de télé, par leur statut incertain, selon celui de leurs émissions, par le manque de transparence interne dans leur façon de travailler ou

« *cette enquête m'a paru révélatrice d'un grand malaise* » par la rude concurrence, ont rarement l'occasion d'échanger honnêtement et sereinement leurs doutes, ou simplement même leurs pratiques. On parle en général dans ces rédactions beaucoup plus du résultat que de la démarche.

Cette enquête m'a paru révélatrice d'un grand malaise. Plusieurs de mes interlocuteurs m'ont dit par la suite avoir plus longuement réfléchi sur tel ou tel aspect, souvent les questions qui les avaient mis en difficulté.

Je définis, dans un premier temps, la place et le rôle de l'interview dans le type de reportage-magazine. L'interview est composée d'une préparation, d'une conduite et d'un après. A chacune de ces phases seront étudiées les relations entre intervieweur et interviewé, dans leur implication mutuelle, dans leur niveau d'échange et de confiance.

### Place et rôle de l'interview

« *L'interview constitue un mode privilégié de transmission de l'information. Elle permet de diffuser les propos de la personne mise en situation par l'actualité, lui offrant l'occasion de raconter elle-même son histoire. On mène une interview pour obtenir de l'information, bien-sûr, mais d'abord et avant tout pour procurer à l'auditeur ou au téléspectateur une information de première source. Celui qui a quelque chose à dire vient le dire lui-même. On évite ainsi une bonne part des risques de distorsions inhérents à la fonction de transmetteur* » (Larue-Langlois, 1989). Dix journalistes sur douze accordent à l'interview une place fondamentale ou importante dans leurs sujets. Pour six d'entre eux, elle occupe au moins la moitié du sujet : « *Les interviews représentent 70% du sujet, c'est normal, nous donnons la parole aux gens et ne faisons nous-mêmes que très peu ou pas de commentaire.* » Pour les quatre autres réponses exprimées, l'interview atteint au moins le tiers du reportage. Les chiffres exprimés reflètent davantage l'impression des journalistes que la part réelle de l'interview dans leur reportage, qui n'a pas été chronométrée. Rappelons encore que l'interview en *on* ou en *off* (la personne parle mais n'est pas visible) n'inclut pas les séquences dites "d'ambiance" où des gens peuvent être filmés en train de parler, mais sans s'adresser directement au journaliste. L'interview est donc un élément essentiel du reportage. Son utilisation paraît pourtant très codifiée dans la durée. La majorité des journalistes interrogés estiment la longueur des interviews à moins d'une minute, en arguant du rythme et de l'intérêt, avec

souvent la certitude non exprimée que la concision est un atout : « *Les interviews font de vingt à trente secondes, la règle tacite, c'est que quarante-cinq secondes d'un coup, c'est pas possible* », « *Il faut qu'une interview soit saignante, tranchante, et finalement on a ces caractéristiques quand on fait court* ».

Les interviews en magazine d'information télévisée sont donc impératives, personne ne pense un reportage sans interview. Mais elles sont montées en pointillés. « *Les infos objectives sont données par le commentaire, on en fait pas mal. L'interview apporte le témoignage individuel et l'émotion.* » Sept journalistes mettent en avant l'apport émotionnel, personnel, individuel, anecdotique de l'interview : « *C'est du spectacle, il faut de l'émotion, que les gens s'expriment avec leurs tripes. J'en ai marre des généralités.* » Trois en revanche donnent à l'interview un rôle prioritairement informatif : « *Pas de question sur leur vécu ou sur leur état d'esprit, mais sur leur métier, leur connaissance d'un mécanisme. Les faits m'intéressent, ni l'émotion, ni le personnel.* » Deux lui octroient un rôle et une fonction beaucoup plus souples : « *L'interview, c'est à la fois pour le vécu et pour l'info, indissociables pour moi. Pas uniquement le "profondément humain" ; ce qui m'importe d'abord, c'est le message.* »

L'interview peut donc remplir des fonctions différentes, selon le type de magazine dans lequel elle est insérée. Une analyse plus fine des réponses montre que les émissions à thème économique ou scientifique recherchent avant tout l'interview informative, celle d'expert. Les magazines de société recherchent davantage l'histoire de personnes particulières. L'utilisation de la parole recueillie étant différente, les méthodes d'interview risquent de l'être également.

Les critères de choix des interviewés semblent aussi très variés, en fonction du type de magazine : « *Mon interlocuteur est choisi pour ce qu'il a à dire et ce qu'il est* », « *Pour ce qu'il dit et ce qu'il représente* ». Il reste cependant clair que l'interviewé est là avant tout pour "dire" et "s'exprimer". Sa fonction représentative est largement minorée, l'individu prime sur sa catégorie sociale ou professionnelle par exemple : « *J'interviewe les gens pour ce qu'ils disent et comment ils le disent, donc je peux, j'ai déjà monté des interviews de gens qui étaient à la limite du bégaiement* », « *Faut que le mec fasse avancer le raisonnement et soit capable d'expliquer les choses très simplement, c'est le plus difficile* ». Il faut également tenir compte de la notion de "profil", dans laquelle le journaliste cherche un individu certes, mais qui correspond à un certain nombre de critères, pertinents par rapport au sujet et à l'angle choisis : « *Pour cette émission, la structure des sujets est caractéristique. Environ six séquences pour vingt-six minutes. A un personnage par séquence, le profil est clairement défini à l'avance, et très simple. A moi de trouver ensuite le mec qui correspond à ma grille. Je dois en fait remplir les cases, et dès que tu trouves le bon client, tu fonces...* » Pour la démonstration, il est nécessaire d'interroger tel type de personne qui a vécu telle expérience et qui devrait tenir tel type de discours : « *Je choisis mes interviewés en fonction des informations que je dois donner. Et je m'engage pour eux au niveau du contenu, de leur façon de parler et de la structuration de leurs propos, mais aussi au niveau de la représentativité du profil.* » Les gens interviewés

devront d'abord avoir quelque chose à exprimer, mais aussi se fondre généralement dans le discours attendu dans le reportage. Comme si l'interview était une illustration.

Il ressort donc que l'interview apporte tantôt du vécu, tantôt de l'information par le biais d'un personnage qui, dans le fond, représente plus que lui-même. On retrouve l'analyse de Jacques Larue-Langlois pour qui « *cette présence, au micro ou à l'écran, des "acteurs" de la nouvelle suffit à conférer à l'interview un rôle-clé dans le travail du journaliste en audiovisuel. L'interview, en introduisant une voix nouvelle (et en télévision, un visage nouveau), constitue en outre un élément spectaculaire qui mise sur l'aspect divertissement des médias électroniques (...). A la télé la voix se double (...) d'une nouvelle image, brisant la monotonie* ».

Quelles relations existe-t-il entre le journaliste et cette personne ? Echange ? Interrogatoire ? Complicité ? Professionnalisme froid ? Quel niveau d'engagement pour quel résultat prévu ?

### Premières démarches

La préparation de l'interview se caractérise par des contraintes de rapidité et d'efficacité. La pratique la plus répandue reflète un rapport temps-résultat qu'on n'imagine pas nécessairement en magazine et que l'on attribuerait plutôt aux reportages d'actualité. La très grande majorité des journalistes décident très vite d'interviewer ou non la personne qu'ils ont au téléphone, ce qui sous-entend d'ailleurs que les gens ne possédant pas le téléphone ont peu de chance d'être sollicités. Par quelques questions-clés, avec un peu d'intuition, les intervieweurs

saisissent en quelques minutes l'intérêt pour leur reportage de filmer tel ou tel interlocuteur et l'interpelle immédiatement : « *On dit tout de suite de quoi il retourne, pas la peine de passer des heures à ce qu'un type te raconte une histoire si tu découvres ensuite qu'il ne veut surtout pas être filmé* », « *Je précise d'entrée de jeu que je cherche quelqu'un à interviewer. Je*

**« je précise d'entrée de jeu que je cherche quelqu'un à interviewer ; je n'ai pas le temps de tourner autour du pot »**

*n'ai pas le temps de tourner autour du pot* », « *Le téléphone, c'est la première barrière, on sent la façon de parler, la pêche* ». Parfois, le mot interview n'est pas prononcé, comme s'il coulait de source qu'on interroge, devant la caméra, quelqu'un qui a accepté le principe de participer au reportage. Le journaliste joue sur sa technique pour gagner la confiance : « *Il ne faut jamais induire une réponse négative, donc l'interview est toujours implicite, comme s'il n'y avait aucun problème envisageable* », « *Je ne pose même pas directement la question, j'en arrive très vite au planning* ». Une catégorie d'interviewés est même dispensée de ce contact téléphonique direct, les personnalités, à qui on demande une interview comme une faveur, quand leur discours sur le sujet est connu ou sans surprise : « *Les interviews de très grosses pointures se demandent bien sûr sans avoir à parler au mec.* » Seuls deux journalistes de la même émission se donnent du temps avant de décider qui va être

interviewé devant la caméra : « Je ne décide jamais d'interviewer quelqu'un après une conversation téléphonique, ni même à la première rencontre, à moins d'un vrai coup de foudre. J'attends en plus d'avoir vu tout le monde. » L'attitude la plus répandue consiste donc à trouver rapidement la bonne personne, le bon profil, et une conversation téléphonique limitée dans le temps suffit le plus souvent. Les journalistes se font au moins confiance, dans leurs techniques de dépistage comme dans leur intuition.

Dans plus de la moitié des cas, les personnes sollicitées n'ont pas le temps de réfléchir, c'est oui ou non, tout de suite. Toujours la question du temps et des moyens. Aux interviewés potentiels de se lancer très vite dans l'aventure, en s'en remettant aux soins du journaliste : « Quand je vois qu'ils hésitent à accepter, je ne leur laisse pas le temps de réfléchir, j'essaie de convaincre tout de suite. Les gens qui réfléchissent sont les ennemis des journalistes », « Je ne peux pas laisser de place à l'hésitation, les gens doivent répondre immédiatement ».

Un journaliste affirme laisser un délai court, par principe et par politesse : « Avant d'accepter une interview, quelqu'un peut réfléchir un jour ou deux, mais pas plus. » Il semble donc acquis que la personne jointe au téléphone accepte assez vite ou même spontanément le principe d'être interrogée devant une caméra. A savoir maintenant si elle mesure bien la portée d'une décision qu'elle n'a en général pas mûrie. Quatre journalistes laissent aux gens un laps de temps avant de s'engager, pour être certains de l'adhésion complète de la personne. Pas par philanthropie donc, mais par souci d'efficacité professionnelle : « J'ai besoin que les gens qui acceptent de participer le fassent en connaissance de cause », « Je peux laisser un temps de réflexion, mais je précise aussi que s'ils disent oui, ils doivent vraiment être partant, sans réticence ». La pratique majoritaire fait donc que les gens interviewés sont par la même occasion les plus rapides à accepter, les moins réticents, les plus intéressés ou les moins réfléchis.

Cela la peine de convaincre quelqu'un d'accepter une interview, la large majorité des journalistes interrogés en est persuadée. Les journalistes ont besoin d'un sonore, ils sont donc et avant tout demandeurs : « J'insiste systématiquement, même si je comprends les réticences du type. J'insiste parce qu'il me faut cette interview pour mon sujet. Je peux même m'engager à ne pas aborder certains thèmes, et, après, on voit une fois qu'on est sur place. » Chacun possède manifestement des arguments variés, variables : « Il y a deux ou trois ans, je fonctionnais beaucoup sur le registre de la conviction, aujourd'hui, c'est plutôt le deal qui marche : "vous pourrez passer votre message ou je vais de toute façon parler de vous, alors autant que vous soyez présent". » Les arguments sont acquis au fil de l'expérience : la bonne image du magazine : « L'émission est connue et a bonne cote, les gens et les histoires sont en général valorisés, donc on est bien accueilli » ; la flatterie : « Le sujet sera déséquilibré si vous ne parlez pas, je gonfle un peu, je les rends absolument indispensables », « Si les gens ne veulent pas être interviewés, toute la gamme de flagornerie, de rouerie, de flatterie, de mensonges éhontés peut y passer » ; le moindre dérangement : « Le temps rapide que nous passerons, et la légèreté de l'équipe ». L'intérêt est d'abord celui du

reportage ou du journaliste même si l'intérêt de l'interrogé lui-même peut aussi être invoqué : « *Je ne dirai pas d'emblée par exemple que ça peut leur faire de la pub, j'en sais rien à vrai dire, mais si c'est le type qui le dit, j'approuve.* » Deux fois l'argument de la confiance est cité, comme si le journaliste savait ce qui est bon, après une simple conversation téléphonique ; comme s'il était légitime que l'interviewé s'en remette naturellement au solliciteur. Mais l'argument est reçu, il est donc efficace.

Deux réponses paraissent plus désabusées ou définitives : « *On n'a pas besoin de*

**« si les gens ne veulent pas être interviewés, toute la gamme de flagornerie, de rouerie, de flatterie, de mensonges éhontés peut y passer »**

*convaincre, chacun y trouve son compte* », « *Cela ne fait plus peur à personne la télé, les gens sont toujours flattés d'être sollicités* ». Trois journalistes ont décidé, par expérience, de ne plus tenter de convaincre les gens d'accepter une interview filmée. Pour ne pas forcer la main : « *J'essaie finalement de moins en moins, c'est tellement compliqué de passer à la télé. Si le fait d'essayer de faire passer une idée n'est pas suffisant, je n'ai plus vraiment d'autre argument* » ; pour ne pas être en position de quémendeur et donc établir des relations équilibrées : « *Je ne suis pas une mendicante et je veux qu'ils y trouvent aussi leur intérêt* » ; par la possibilité de pouvoir trouver quelqu'un d'autre : « *C'est le luxe de notre émission, pouvoir revenir sans rien. En tout cas, on n'a pas la pression de devoir à tout prix ramener quelque chose, même si c'est n'importe quoi* ». L'impérieux besoin d'une interview semble pousser à toujours trouver des arguments en sa faveur, les meilleurs sont simplement ceux qui fonctionnent : « *On ne convainc jamais que ceux qui veulent bien l'être.* »

Les discussions ont lieu au téléphone, plus de la moitié des journalistes de magazine participant à cette enquête ne rencontrent pas les gens avant de les interviewer devant la caméra : « *En fait, je travaille comme en news. Je téléphone, on débarque et on tourne.* » Deux effectuent un repérage sur place, mais le tournage est déjà programmé : « *Il faut négocier au coup par coup le repérage, surtout en province. Je pars alors quelques jours avant l'équipe, mais c'est un faux repérage, c'est seulement une rencontre préalable avec des gens déjà choisis par téléphone. Tu sais que tu ne peux pas tout annuler.* » Deux autres passent pas mal de temps avec leurs futurs interviewés : « *Je discute toujours plusieurs heures avec eux, pour être certaine de ce qu'ils ont à dire et qu'on se comprend bien.* » Une fois le principe de l'interview filmée acquis, la phase intermédiaire de rencontre semble donc le plus souvent éliminée. Il apparaît majoritairement qu'il n'est pas nécessaire de faire ample connaissance avant l'interview. Pierre Ganz recommande pourtant le repérage, mais peut-être ne pense-t-il qu'à une reconnaissance géographique des lieux : « *Tout sujet magazine exige un repérage in situ. Le repérage permet [...] avant l'enregistrement de prévoir une scénarisation du reportage : décider par exemple où emmener le témoin pour qu'il raconte en situation. [...] Le produit fini a un aspect de récit plus agréable et plus convaincant.* »

Les raisons objectives et subjectives qui influent sur la décision d'accepter ou pas une interview sont en général inconnues des journalistes, la majorité d'entre eux ne s'interrogent pas sur la motivation des interviewés : « *Ce n'est pas mon*

problème », « C'est plus mon métier ». Deux décèlent des motivations avant tout publicitaires ou de notoriété : « La possibilité de faire passer un message, pas grand chose à perdre et peut-être pas mal à gagner en termes d'image, de la publicité. » Trois y mettent des intentions plus personnelles, plus affectives : « C'est en général pour défendre des idées, ou parce qu'ils m'aiment plutôt bien. C'est bien là le côté pervers. On joue sur l'affectif pour avoir des choses, nous comme eux », « Le plus souvent, je pense que nos interviewés n'acceptent la caméra que comme conclusion à un long processus de prise de contact, de mise en confiance, d'échange et d'écoute. On s'intéresse à eux, je crois que ça justifie tout le reste ». La motivation pour parler devant une caméra n'est donc majoritairement pas prise en compte par les journalistes comme étant déterminante dans l'acceptation ou le refus d'être interviewé, ni même pertinente pour construire l'interview. On peut imaginer qu'un journaliste qui sait pourquoi une personne accepte de parler devant une caméra possède une information utile. Mais on peut l'imaginer seulement, puisque les autres s'en passent tout à fait.

Dans le cadre contraignant du temps imparti, et dans la majorité des cas, il faut encore noter que la préparation de l'interview ne fait l'objet ni d'un travail de réflexion, ni d'une conception élaborée. Sept journalistes notent quelques idées directrices, mais ne sortent pas leur calepin pendant le tournage : « J'ai noté les thèmes principaux à la louche, comme aide-mémoire », « Je continue ma préparation pendant qu'on installe la lumière par exemple, mais j'ai peu de questions à poser et peu de thèmes ». Trois journalistes reconnaissent ne pas préparer, de façon générale, par écrit leur interview : « Je fais mes interviews en général au feeling », « Si l'interviewé est quelqu'un qui doit me donner de l'émotion, je ne prépare rien, c'est évident. Comme un radeau sur la mer, je l'oriente dans tel sens, puis dans tel autre », « Je n'écris rien, mais j'ai des trous parfois juste avant, je me demande de quoi on va parler ». Deux journalistes du même magazine rédigent très précisément les questions et leur ordre : « Je travaille les interviews de façon très écrite, le cahier est là comme témoin pendant le tournage, tout est vraiment pensé avant, [...] je m'y accroche quand j'ai besoin de réfléchir un peu. »

**« il est acquis que la règle  
reste le vouvoiement à l'antenne »**

Faut-il vouvoyer ou tutoyer ? La question du tutoiement ou du vouvoiement renvoie immédiatement aux conventions journalistiques, au degré d'intimité entre deux personnes et à la façon de l'assumer. Il est acquis, pour l'ensemble du groupe, que la règle reste le vouvoiement à l'antenne : « Je vouvoie systématiquement, même les enfants à partir de 13 ans, c'est une forme de respect. Le tutoiement m'est insupportable. Je ne sais pas vraiment pourquoi, mais ça me choque toujours », « Vouvoiement systématique devant la caméra. Il m'est arrivé de l'oublier une ou deux fois, c'était une faiblesse. Pourquoi ? Difficile de répondre... » La plupart des intervieweurs admettent pourtant pouvoir assez facilement tutoyer les gens hors caméra tout en pratiquant le vouvoiement pendant le tournage : « Quand ça ne tourne pas, tu fais ce que tu veux. » Un seul journaliste s'oppose viscéralement à cette pratique : « Je vouvoie systématiquement. Une seule raison, le tutoiement est trop

personnel, c'est gênant, ça fait "vieux potes", et le téléspectateur se sent voyeur. Cela me fait chier que tout le monde se tutoie. Même si on me dit "tu", je continue à dire "vous". Si tu as des rapports privilégiés avec ton interviewé tant mieux, mais c'est dangereux. La télé c'est comme une scène, et le spectateur n'a pas à savoir ce qui se passe en coulisses. Il n'a pas à savoir et il s'en fout. » La large majorité des autres se remet donc à vouvoyer quand la caméra tourne, pour respecter la règle, en reconnaissant parfois la difficulté de l'exercice, mais sans être dupe : « Moi, je n'aime pas la connivence du "tu". Cela dit, il y a tellement de sujets où on sait très bien que les gens se tutoient hors caméra, parce qu'ils sont copains dans la vie. Quelle hypocrisie que le "vous" dans ces cas-là. » Le journaliste maîtrise les choses en jouant avec le "tu" ou avec le "vous" selon la phase du reportage et son propre désir. Les raisons du vouvoiement se résument au manque de temps passé ensemble : « On n'a pas le temps de faire connaissance et donc on vouvoie même hors caméra. Je n'ai pas de position de principe la-dessus » ; à la volonté de recul : « Le vouvoiement implique une certaine distance. Je suis un acteur, pas un complice », « Je ne suis pas là pour faire sentir qu'il y a des gens sympa et d'autres non » ; à la tactique défensive de prise de distance pour ne pas tomber dans la connivence : « Il faut en plus lutter contre le poids des tutoiements des services de presse ou des jeunes cadres qui font aussi du marketing avec nous. Alors je rétablis la distance en vouvoyant » ; au parasitage que représenterait toute entorse à une règle largement connue du public : « La plupart des gens ne sont pas gênés quand tu te mets à les vouvoyer parce que la caméra tourne. Cela accentue la pression, mais ils trouvent le procédé normal. Ils connaissent le fonctionnement de la télé », « C'est lié à l'objectivité, si on entend un "tu", c'est peut-être un peu académique de dire ça, mais on va tout de suite penser copinage, et ça a pour effet de détourner l'attention » ; à l'inintérêt supposé pour le public

**« le vouvoiement implique une certaine distance ; je suis un acteur, pas un complice »**

des rapports qui existent entre le journaliste et l'interviewé : « Moi, je crois que nous sommes journalistes, pas auteurs, et que si tu tutoies, tu mets en avant ton rapport avec l'interviewé. Ce n'est pas notre métier. On exclut en plus le téléspectateur de la boucle. Il faut en plus se méfier du faire-valoir journalistique que représente cette apparente complicité. Cela a quelque chose à voir avec le nombrilisme », « Le tutoiement est une vanité journalistique. S'il faut exister au repérage, il ne faut plus donner l'impression d'être là au tournage. Je trouve terrible la dérive du journaliste trop impliqué. Ce qui est important, c'est les gens, pas lui ». La difficulté de mélanger dans le même sujet des "tu" et des "vous" est un argument supplémentaire pour le vouvoiement : « Il faut que tout le monde soit traité de la même façon. » Cette attitude généralisée correspond aux conseils de Pierre Ganz : « Une interview n'est pas un dialogue privé. Elle a des millions de témoins. [...] Il faut éviter les allusions à ce qui s'est dit hors interview, pour que l'auditeur ou le téléspectateur n'ait pas l'impression d'être tenu à l'écart, considéré comme quantité négligeable. Même si l'interviewé est son meilleur ami, le journaliste, sauf à le préciser au public, ne le tutoiera pas. » Les deux seules journalistes qui pratiquent le tutoiement pendant le tournage reconnaissent plusieurs conditions particulières : le long

temps de repérage, la spontanéité de leur interlocuteur : « Je ne tutoie que s'ils le font, c'est-à-dire très souvent. Normal, on passe beaucoup de temps à préparer les sujets. Les gens prennent toujours l'initiative. C'est en plus un faux problème dans la mesure où la réponse m'intéresse toujours plus que la question » ; la difficulté de repasser au "vous" qui casserait une relation qui a mis du temps à s'établir : « Il serait inconcevable de tutoyer pendant le repérage et vouvoyer pendant le tournage » ; les codes de la micro-société dans laquelle ils travaillent : « C'est vrai que tu peux toujours être perçu par le spectateur comme complice ou

démagogue, mais il ne faut pas oublier que tu ne filmes pas seulement quelqu'un et ses propos, tu rends compte aussi des relations entre un journaliste et un interviewé. **« il serait inconcevable de tutoyer pendant le repérage et vouvoyer pendant le tournage »**

Il faut alors respecter les modes de communication du groupe avec lequel tu travailles » ; le désir de ne pas essayer de nier la préparation : « Je peux même maintenant dans l'interview dire ou faire apparaître qu'on a travaillé et préparé les choses ensemble. Je n'ai plus envie du tout d'occulter la phase de rencontre préalable ». Ces journalistes rompent avec la convention tacite du médiateur neutre et invisible, en assumant une relation particulière avec leurs interviewés qui ont un espace de liberté plus grand en décidant du mode de communication avec le journaliste, sur le ton du "vous" ou du "tu". L'interviewé a donc plus de responsabilité et s'engage davantage. Le mélange du "vous" et du "tu" dans le même sujet ne semble pas résolu dans le principe. Cette façon de travailler paraît plus souple que la traditionnelle, et laisse finalement plus de place à la personnalité et au sens des rapports de chacun.

Même si on considère que le tutoiement est révélateur de bonnes relations humaines, la grande majorité des journalistes reprend, quand la caméra tourne, un "vous" qui les révèle comme étant éloigné de la personne à laquelle ils s'adressent. Malgré les difficultés, la règle doit donc être respectée. Il paraît évident que le public interviewé s'attend à ce mode de fonctionnement et s'y prête. La confiance, au moins professionnelle, est donc présente parce que des codes connus balisent la relation. Personne ne se sent en danger quand les rapports restent convenus.

## La conduite de l'interview

Tous pensent que les interviewés doivent être placés dans les meilleures conditions pour répondre aux questions, qu'elles soient bienveillantes ou non : « On fait un sujet avec quelqu'un, pas contre. » Quelqu'un "en confiance" s'exprimera toujours mieux. La qualité de l'expression est primordiale si le but est bien de transmettre une parole : « C'est toujours mieux quand les gens se sentent à l'aise, alors je fais tout pour. Pas par gentillesse, par efficacité, ils seront meilleurs. Parce que le stress, ça ne donne rien. » Il serait donc professionnellement recommandé de mettre les gens dans la situation la plus confortable pour qu'ils répondent le mieux possible. Les "trucs" pour décontracter les personnes interrogées sont

multiples : « Je parle beaucoup juste avant l'interview, mais souvent d'autre chose », « Je donne pas mal d'informations techniques, les gens en sont très avides, et ils connaissent de mieux en mieux le fonctionnement de la télé, les coupures, le montage... », « J'essaie de les faire marrer, de les décontracter, j'ai toujours une petite histoire marrante ». Pierre Sormany<sup>7</sup> va dans le même sens, quand il expose qu'en cas de blocage de l'interviewé, « le langage du corps devient alors important pour recréer l'intimité. Pour ruser avec le stress, la personne responsable de la caméra pourra arrêter de tourner, prétextant quelque difficulté technique... Votre invité recommencera à respirer... Vous reprendrez la conversation, détendu, hors caméra : quelques remarques anecdotiques, des allusions générales, puis des questions précises... Entre temps, la caméra aura recommencé à tourner sans même que votre invité ne s'en soit rendu compte ».

Chacun a appris au fil du temps des astuces finalement assez personnalisées. Chacun a trouvé ou emprunté quelque chose qui lui correspond et qui le marque comme individu précis pour un interviewé qui ignore le recours systématique à ces petites phrases, à ces petites histoires. Il n'est pas étonnant qu'elles fonctionnent et restaurent ou inventent un peu de confiance. Même si ces "trucs" sont encore de la technique professionnelle, leur apparente personnalisation les rend efficaces. Dans ce souci de convivialité, dix journalistes présentent systématiquement l'équipe de tournage. Il ne faut pas oublier que l'interview en télévision s'enregistre presque en public, en tout cas en présence d'une équipe de plusieurs personnes, qui n'est pas invisible et qui peut influencer sur l'ambiance générale. Les mêmes journalistes prennent des repas avec l'équipe de tournage et leurs interviewés. La moitié par efficacité ou par obligation professionnelle : « Rarement en ce qui me concerne pour le plaisir. On paie toujours. C'est le règlement de l'émission. Je n'ai personnellement pas envie de défendre ce principe, mais je me retranche derrière lui », « On peut être invité ou inviter à déjeuner. C'est parfois utile, c'est parfois impossible de refuser. La télé, c'est une institution et tu la représentes. La tradition d'accueil, c'est encore très vivant ». L'autre moitié peut partager un repas avec son interviewé pour le plaisir : « Si les gens sont sympas, on passe de bons moments ensemble, on dîne, les limites ne sont effectivement pas toujours claires, mais bon. »

Deux journalistes ne partagent pas les repas, pas le temps, pas l'envie. Les journalistes, dans leur large majorité, prennent donc leur repas pendant le tournage, avec leurs interviewés et mêlent l'utile à l'agréable. Un moment de convivialité et de partage, c'est important. La moitié des journalistes de l'enquête admettent également l'idée d'élargir la discussion à un autre thème que le sujet qui les amène, sans toutefois avoir le temps de se laisser aller : « Je peux parler du fond de mon sujet avec eux. Je passe donc du temps. J'aime bien parler un peu avec les gens, et souvent eux-mêmes sont curieux de savoir ce que les autres m'ont dit sur le sujet, ce que j'en pense... C'est pourquoi je ne fais au maximum que deux interviews par demi-journée. Certains en font beaucoup plus. » Deux journalistes y sont farouchement opposés : « Un interviewé n'est ni un copain ni un collègue, on n'a pas à se raconter notre vie... » Deux journalistes affirment l'intérêt professionnel de pouvoir dévier : « Je discute de beaucoup de sujets différents, et j'écoute tout ce qu'on veut me dire, ou

*presque, c'est très important de se connaître avant de travailler ensemble* », « *Les relations humaines, c'est une des bases du métier* ». La large majorité paraît donc intéressée de dépasser le cadre du sujet précis pour lequel elle rencontre quelqu'un. Ce n'est en général pas possible, les relations restent donc le plus souvent dans un cadre strictement professionnel. Les intervieweurs et les interviewés se contentent de conversations directement rentables, sans autre échange. Les journalistes semblent avoir envie d'aller un peu plus loin, de vraiment rencontrer quelqu'un. Mais c'est hors sujet.

Toujours par cordialité, pour mettre à l'aise, par curiosité même, la moitié des journalistes disent pouvoir écouter d'éventuelles suggestions, sur le lieu où va se dérouler l'interview par exemple : « *J'écoute leurs idées, et j'ai parfois de bonnes surprises, mais les gens s'expriment très peu finalement.* » Encore faut-il que l'interviewé sache qu'il peut faire des propositions. Quatre autres estiment ne pas avoir assez de temps de tournage pour se mettre à discuter de ce sujet : « *L'interview se fait en situation dans un décor représentatif de la personne. Je n'ai pas le temps de discuter de ces détails techniques avec elle. Là jouent pour nous les automatismes.* » Deux journalistes, par principe, estiment que choisir les lieux d'interview fait partie de leurs prérogatives : « *Les lieux d'interview dépendent des gens. Parfois très posé, parfois à la volée sur le terrain, en tout cas c'est moi qui décide.* » Les journalistes dans cet aspect particulier peuvent donc avoir un véritable échange, pas vraiment primordial mais au moins symbolique avec leurs interlocuteurs.

**« les intervieweurs et les interviewés se contentent de conversations directement rentables, sans autre échange »**

L'interview est un dialogue codifié qui passe par le filtre du montage. L'interviewé donne des mots que le journaliste utilise ou pas. Huit journalistes sur douze estiment faire des interviews longues par rapport au rendu antenne : « *Je peux faire de longues interviews pour obtenir ce que je veux, il n'est pas rare du tout que je fasse une cassette de trente minutes pour avoir trente secondes* », la longueur est expliquée par la nécessité de se "couvrir" ou encore pour être agréable : « *J'ai tendance à beaucoup filmer, parfois pour faire plaisir aux gens, ou qu'ils puissent s'exprimer sur quelque chose qui leur tient à cœur, même si ça ne m'intéresse pas directement. Je sais que je n'utiliserai pas ces passages, mais je les laisse parler* ». La vidéo permet facilement ces longueurs. Le danger de frustration de l'interviewé, après avoir parlé si longtemps pour une sélection si sévère et une diffusion si courte, est connu et assumé par les journalistes : « *Le problème, c'est que plus tu passes du temps avec quelqu'un, plus il est frustré des coupes à l'antenne.* » Quatre autres estiment en revanche faire des interviews courtes, par manque de temps de tournage ou de montage, par maîtrise de leur sujet ou par respect de l'emploi du temps d'un interviewé pressé : « *Avec les gens importants, les interviews sont toujours rapides, ils n'ont pas beaucoup de temps à t'accorder.* » Chaque attitude correspond à l'idée des relations qui doivent exister entre l'intervieweur et l'interviewé. La majorité qui a le sentiment de réaliser de longues interviews le

fait aussi pour que l'entretien soit plus sympathique, pour que les gens aient l'impression qu'on passe effectivement du temps avec eux. Quand les interviews sont courtes, les arguments développés sont les contraintes de part et d'autre, de temps le plus souvent. Les journalistes essaient donc de s'adapter le plus possible à leurs interviewés pour obtenir dans les meilleures conditions ce dont ils ont besoin.

**« dix fois sur douze, les journalistes ne préparent pas l'interview de façon très précise avec la personne qui se prête à l'exercice »**

précise avec la personne qui se prête à l'exercice. Parfois le thème est abordé, parfois l'ensemble du sujet, jamais les questions précises, dans un objectif de spontanéité et de fraîcheur : « La meilleure méthode pour moi, c'est de commencer "brut de décoffrage", sans avoir discuté du sujet au préalable. Si on parle avant, on perd souvent la fraîcheur », « Si je suis dans le registre du "ressenti", j'essaie de ne pas leur parler vraiment avant que la caméra tourne. Souvent, ce qui est dit la première fois est bien meilleur. J'ai moi-même envie d'être surpris. Je ne veux pas savoir à l'avance ce que je vais entendre. Donc je préfère aborder les choses de façon abrupte. On ne perd pas de temps en préparation, on tente très vite le tournage ». L'interviewé accepte donc de répondre devant la caméra sans connaître dans le détail ce qu'on va lui demander. L'approximation lui suffit. Une restriction, les "habitués de la télévision" réclament en préalable plus de discussion ou plus de détails : « Parfois, j'envoie les questions à l'avance, par fax, si on me les demande », « J'ai constaté qu'il y a de plus en plus de gens, surtout ceux qui connaissent les médias, qui veulent rapidement savoir, et même avant d'aller plus loin dans la discussion, de quoi on va parler exactement, quel sera l'angle, même si le mot n'est pas employé, quelles questions on va poser. Je généralise et j'élude le plus possible ».

Une fois le principe acquis, la rencontre avec la personne et les détails concernant les questions ne semblent donc guère avoir d'importance. Ou les interviewés maîtrisent assez bien la technique d'interview, ou ils ont une sorte de confiance dans un journaliste inconnu mais professionnel, ils s'en remettent alors à lui pour que les choses se déroulent bien.

Dans ce même souci de décontraction, la majorité des journalistes acceptent d'aborder la globalité du sujet, sa construction, le noms des autres interviewés, mais ils ne le font pas spontanément : « Je peux discuter de la construction du sujet, ça dépend avec qui. Les choses ne sont pas complètement compartimentées », « On peut discuter de la structure du sujet, mais c'est vraiment pour se dédouaner. Le rédacteur en chef peut tout couper, tout inverser, supprimer des séquences entières et le nôtre ne s'en prive pas. C'est aussi ce que je dis aux gens qui veulent savoir ». Ils en parlent avec plus ou moins de précision ou d'honnêteté en fonction de leur estimation des enjeux : « Si dans l'intérêt du reportage, il ne faut pas que le type sache, je noie un peu », « Il m'est arrivé de mentir par omission, car si j'avais dit que j'allais interviewer telle autre personne, la première ne m'aurait pas répondu. Avec les cons, j'ai pas de scrupule. Sinon je peux les replacer dans la structure, sans trop entrer dans les détails, sinon tu les incites

à une discussion qui est de trop. Par courtoisie et pour une histoire de confiance, je parle un peu du sujet, mais je n'explique pas les tenants et les aboutissants. Les gens ont besoin de savoir où tu vas, c'est tout. D'avoir l'impression que tu maîtrises ». Deux journalistes refusent de parler avec leurs interlocuteurs du sujet : « Je ne parle jamais ni de mes doutes, ni de la structure du sujet. Je suis celle qui sait. Je n'ai pas le temps, mais même si je l'avais, je n'en parlerais pas. Je ne veux pas me mettre en position de faiblesse et risquer de me faire mener par le bout du nez. » Un seul en revanche le fait spontanément : « Je discute beaucoup avec les gens de mes doutes, de la construction du sujet. Je n'ai pas l'impression pour autant de perdre ma crédibilité professionnelle. Au contraire, je mets en avant mon honnêteté. » Il semble nécessaire de répondre à la demande des interviewés quant à la nature du sujet traité. Les journalistes gardent néanmoins pour eux leurs doutes et affichent la responsabilité du reportage. En parler, d'accord pour le principe, mais sans donner l'impression qu'on hésite ou que la personne peut intervenir d'une façon ou d'une autre sur le contenu. La connaissance que peut avoir un personnage du reportage dans lequel il intervient semble donc ne pouvoir être que de circonstance et floue, mais tactique.

Quand elles vont dans le sens de la personne qui se trouve en face d'eux, cinq journalistes disent pouvoir donner leurs opinions, comme une stratégie de rapprochement : « Je me sers de ma personnalité quand je suis en phase avec mes interlocuteurs. Ils savent ce que je pense. Quand je suis en désaccord, ils ne le savent pas. Je me retranche derrière le professionnel. » Cinq autres évitent de s'exprimer pour ne pas prendre de risque : « L'interviewé ne connaît a priori pas mon avis sur la question. On peut en discuter, mais après et seulement si on a le temps. » Selon le principe de recul obligatoire :

« Les gens que j'interviewe ne connaissent mon opinion sur le sujet que de façon rarissime. Je veux maintenir la distance. » Deux journalistes expriment parfois de fausses opinions, toujours dans le même esprit de détente ou même

**« je ne parle jamais  
ni de mes doutes, ni de la structure  
du sujet ; je suis celle qui sait »**

dans ce cas-là de connivence : « Quand les thèmes sont un tant soit peu polémiques, je ne peux pas prendre parti. Les gens pourraient utiliser l'opinion que je leur ai révélée pour justifier leur position. Donc les gens ne connaissent pas mon opinion sur le sujet. J'essaie au maximum d'être neutre, voire hypocrite, si je pense que ça peut m'aider. » L'expression ou non d'une opinion est majoritairement considérée comme faisant partie d'une méthode de travail. S'engager ou pas relève d'une stratégie professionnelle, dans le but de ne pas heurter la personne à interviewer ou de se placer de son côté.

Tout le monde réfute la notion de stratégie dans la conduite d'interview, pour lui préférer celle d'expérience : « Il y a une logique de questions, mais pas à proprement parler de "stratégie" », « Je n'ai pas de modèle de construction d'interview ». Il semble en tout cas important de ne pas figer le dialogue dans un exercice formel : « L'interview doit être prise et menée comme une conversation. On peut revenir en arrière, hésiter, se tromper, reprendre, il y a peu de contrainte finalement », « J'essaie

que ça ressemble à une conversation ». Chacun semble pourtant avoir mis au point une façon d'interroger les gens devant la caméra qui évolue au fil du temps : « Mes questions sont devenues très fermées. Elles contiennent même souvent déjà des éléments de réponse, très orientés » ; en fonction de l'interlocuteur, du ton et parfois du feeling : « La construction de l'interview dépend de ce que je recherche et de ma forme, qui est un élément important. Je peux rater une interview si mon esprit manque de vivacité ou que je n'ai pas cette "curiosité sincère". Dans ces cas-là je tâtonne. Sinon, je joue la conversation. Ce qui est intéressant, c'est ce qu'on me raconte », « J'essaie d'accrocher le regard, de faire oublier la télé. En même temps, ça n'est jamais complètement possible. J'essaie d'orienter les gens, sans court-circuiter ce qu'ils ont à dire. Faut être modeste, mais on ne peut pas se gommer complètement. Je mène l'interview comme je la sens, sans respecter de stratégie en entonnoir qu'on apprend à l'école. Cela ne marche jamais ».

Une astuce revient plusieurs fois, éviter le stress du "ça tourne" : « Je préfère commencer l'interview sans formaliser le début. Cela marche plutôt bien comme méthode, l'interviewé se rend doucement compte que ça tourne, on commence à parler du sujet gentiment, de façon globale. » Dans un premier temps, Pierre Sormany recommande d'être très théorique : « Il est bon que la première question aille droit au but, place immédiatement l'entretien au cœur du sujet que vous entendez couvrir. Evitez les entrées en matière trop générales ; il peut être difficile de ramener ensuite votre interlocuteur au niveau très concret où vous souhaitez situer les propos. » Très vite pourtant, il amende ses conseils : « En même temps, rappelez-vous que le stress est plus fort au départ et que, par conséquent, la formulation de la première réponse est rarement utilisable telle quelle. Aussi est-il préférable, pour une entrevue qui se veut décontractée, de choisir une

**« chaque journaliste s'est construit une méthode dans un cadre qui essaie de ne pas être trop formel »** première question qui ne soit pas trop difficile, qui permette à votre invité de s'exprimer librement, avec aisance. » Dans cette logique, six journalistes posent une première question qui n'est pas importante, comme pour s'échauffer : « Je commence souvent avec une question qui n'a pas grand-chose à voir avec le sujet, juste pour entrer dans la conversation », « Sans parler de stratégie, je ne commence pas mes interviews par l'essentiel, il faut un peu de temps pour que tout le monde trouve ses marques ». La fin est reconnue par trois journalistes comme pleine d'enjeux; ou pour terminer par un bon point, ou pour aborder l'aspect important de l'interview : « Je peux dire à la fin "vous avez envie de dire autre chose ?" Même si souvent les gens disent non, je crois que c'est une conclusion gentille, diplomatique et démagogue. Cela laisse une bonne impression en tout cas », « vient en dernier la question la plus ennuyeuse pour le mec, celle qui pourrait mettre l'interview en péril. »

De façon globale, les interviews paraissent donc menées de manière empirique par chaque personnalité, mais le plus souvent dans un sens de décontraction et de non-traumatisme pour l'interviewé. Chaque journaliste s'est construit une méthode, dans un cadre qui essaie de ne pas être trop formel. Toute la démarche de questionnement paraît être au service de la mise en confiance,

pour que le dialogue soit plus aisé. C'est le sens de la conclusion d'Yvan Charon : « *L'inexpérience et la maladresse dans l'expression de certains acteurs sociaux, trop longtemps silencieux ou muselés, ne doivent pas décourager le questionneur ; mais au contraire le stimuler. La plus belle interview n'est-elle pas celle qui fait parler un muet ?* »

Tout le monde est d'accord sur la nécessité de guider l'interviewé, dans la forme au moins : « *Je sais ce que je veux que les gens me disent. Le "bon client", c'est celui qui te dit ce que tu veux en vingt secondes, avec le sourire et une chute marrante, mais ils ne sont pas nombreux à faire cela.* » Répondre à une interview n'est donc pas considéré comme naturel, c'est au mieux un exercice, au pire une épreuve : « *Nos sujets se font sur le même canevas, je ne peux pas mettre une interview de huit secondes et une de 1 minute. Il y a donc une espèce de standardisation obligatoire des formats. Faut trouver les gens qui peuvent le faire. Ou s'arranger pour qu'ils le fassent* ». Pourtant, les journalistes eux-mêmes ne semblent pas tous très à l'aise dans cet exercice de reprise, de recadrage : « *Je peux faire reprendre dans l'interview, souvent pour faire plus court, mais ça me gêne beaucoup et je ne le fais que lorsque je suis sûr que c'est super et inutilisable dans cette forme. Je reprends aussi quand le mec digresse ou introduit des choses qui me paraissent personnelles. Par souci d'efficacité, je dois expliquer dans ce cas-là, sinon le mec ne comprend pas* », « *Je n'aime pas avoir à faire redire quelque chose à quelqu'un, ce n'est pas bon pour la force et l'intérêt de mon sujet, ce n'est pas bon pour le mec non plus* ». Le degré et la méthode d'invention varient ensuite. Plus de la moitié des journalistes contourne les difficultés et tâche d'intervenir de la façon la moins voyante possible : « *La règle absolue est de banaliser, de valoriser et de rassurer les gens qui ont souvent peur de mal s'exprimer. Je leur dis souvent, c'est bien, c'est clair. Mais si vous voulez, on pourrait le refaire en commençant l'histoire par cet aspect par exemple. Je parle aussi souvent de l'attitude générale : "n'essayez pas de vous brider, continuez à parler avec vos mains".* » Le succès n'est jamais garanti non plus : « *Quand j'essaie de faire redire, ça ne marche pas, même si la plupart des journalistes le font. Parfois j'essaie de retrouver quelque chose, en tournant autour du pot, remarque, en général ça foire* », « *Pas d'intervention directe pour faire plus court ou plus clair, on s'arrange autrement. Pourtant on t'apprend à l'école à demander ce genre de choses, mais pour paralyser quelqu'un, on ne fait pas mieux. Alors je change de décor, j'attends un moment plus propice et puis on recommence, sans formaliser le début* ». Une autre partie des journalistes va droit au but en donnant des consignes précises : « *Si je sens que le mec peut me formuler quelque chose en plus court, je n'hésite pas une seconde. Même en magazine, on n'a pas de temps à perdre avec des choses sans intérêt ou qui cassent le rythme. Si c'est passionnant en trois minutes, ça peut tout à fait l'être en quarante-cinq secondes. Je peux donc dire "faites plus court, ou ne bredouillez pas ou évitez cette digression, ou refaites le, en supprimant les hésitations"* », « *Non, ce n'est pas de la direction d'acteur, c'est de la réalisation. C'est directif, mais uniquement formel. Il faut aider les gens à dire ce qu'ils ont à dire dans les meilleures conditions pour être écouté et compris* ». Quatre journalistes peuvent aussi faire des pauses : « *Il m'est régulièrement arrivé d'interrompre carrément le tournage en cas de blocage évident, de boire un coup ensemble et de recommencer dans la foulée.* » Deux journalistes

peuvent directement faire allusion pendant l'interview filmée aux discussions préliminaires avec leur interviewé : « Pour faire redire quelque chose, je n'y vais pas directement en rappelant "tu m'as dit l'autre fois que", mais l'idée est là. Maintenant je peux dire "quand on a préparé l'émission ensemble". »

Trois intervieweurs soulignent l'adaptation de leur comportement à la nature de leurs interviewés, habitués ou pas de l'exercice : « On ne peut pas faire reprendre tout le monde, c'est seulement possible avec des gens qui ont des facilités dans le discours

**« L'interview est perçue comme un moment difficile pour lequel il faut trouver la mesure entre la parole vraie et les contraintes de diffusion »**

et qui ont l'habitude de jouer avec les structures et les mots. Ce n'est pas possible avec la plupart des gens du commun », « Des personnes entraînées te disent "vous voulez une réponse en combien de secondes ?" Ils sont des pros en communication ». Les intervieweurs font, pour cinq d'entre eux, une différence entre le

registre du "sentiment" où l'on intervient moins : « Je dis souvent "dites-moi ce que vous pensez avec vos mots et votre rythme, on verra après". Etre devant une caméra, c'est dur, faut être indulgent. La caméra intimide, les gens sont souvent perturbés », et celui de "l'information" où on aurait moins de scrupules : « Quand on manie des idées, je peux demander d'être plus clair par exemple, dans la mesure où nous savons tous les deux où nous allons et que l'important est de mettre en avant, en accord toujours tous les deux, quelque chose de précis ». L'intervention du journaliste doit cependant être mesurée pour ne pas apparaître comme une suggestion appuyée de réponse : « Si tu donnes l'impression de savoir où tu vas, de tenter de faire dire quelque chose, on te traite très vite de manipulateur. Mais c'est ça la réussite en fait : très bien connaître le sujet et le mec en face de toi, l'assumer et même le revendiquer pour que la communication soit la meilleure. » Pierre Ganz rapporte que « certains journalistes, pour obtenir le meilleur témoignage, n'hésitent pas à ordonner "dites-moi". Et soufflent la formulation correcte. On gagne en clarté et en brièveté ce qu'on perd en spontanéité, mais c'est parfois la seule façon de ne pas revenir bredouille à la rédaction. Il est même quelquefois nécessaire de rédiger avec l'interlocuteur ce qu'il a à dire, notamment s'il maîtrise mal le français. Attention alors à ce que le ton ne soit pas celui de la lecture, mais bien du dialogue ». Personne dans l'enquête n'a fait allusion à cette pratique.

L'interview est perçue comme un moment difficile pour lequel il faut trouver la mesure entre la parole vraie et les contraintes de diffusion. Il fait partie intégrante du travail de journaliste que d'essayer de respecter le fond en poussant la personne qui parle à respecter de son côté une forme souvent prédéterminée. L'intervention, en fonction du type de sujet et du type de personne interviewée, sera le plus souvent douce et peu perceptible. En cas de réponses très informatives donc très pointues, ou avec des gens rodés à la télévision, les directives ne se cacheront plus. Le premier danger à éviter est alors de frustrer les interviewés en égratignant leur sensibilité par trop de consignes et en les enfermant dans un carcan technique qui peut apparaître comme très contraignant. Le second danger concerne la dérive de manipulation, quand le

journaliste sait exactement ce qu'il veut et comment il veut l'entendre, sans accorder le respect nécessaire à la personne qui est là avant tout pour s'exprimer. Tout le monde a constaté la bonne volonté des interviewés à se prêter à l'exercice. Le journaliste sait, il est professionnel, on lui fait donc confiance. C'est peut-être plus tard, au rendu antenne que déception, frustration ou colère apparaissent.

Peut-on bien interviewer quelqu'un qu'on n'aime vraiment pas ? Huit journalistes trouvent cette question incongrue, et n'atteignent pas ce degré d'intimité avec leurs interlocuteurs : « *J'ai pas le temps d'aimer ou pas quelqu'un* », « *je ne suis pas payé pour aimer ou pas.* » Les quatre autres peuvent le faire, par principe, pour la qualité du sujet, mais sans enthousiasme : « *On est parfois obligé*

**« la grande majorité des journalistes ne reconnaît pas la notion d'objectivité »**

*d'interviewer des gens qu'on n'aime pas, c'est notre métier, il faut aussi montrer les côtés négatifs. Je dois donc parfois être vraiment hypocrite. Il faut reprendre notre position d'observateur. Je suis très mal à l'aise. On juge bien sûr, et ils ne s'en doutent pas, ou ils s'en foutent* », « *Si on est professionnel, on peut interroger quelqu'un qu'on n'aime pas. Heureusement* ». Les journalistes ne semblent guère à l'écoute de leurs sentiments. Ils ne sont pas là pour entretenir des contacts aussi personnels. Le métier prend le dessus. Pourtant, comme le remarque Pierre Ganz, « *Être journaliste et être reporter, c'est accepter de ne pas avoir l'objectivité d'une machine, mais aussi utiliser sa subjectivité, sa personnalité pour comprendre et transmettre un événement. Cela en gardant la tête froide et en ayant conscience qu'on est un témoin professionnel et non un simple passant. [...] Un reporter n'est pas une machine à enregistrer des images et des sons. Son propre regard est subjectif, mais il est aussi une source. Il ne faut pas systématiquement étouffer ses impressions. [...] Le reporter a le droit d'avoir un avis* ». Comme Pierre Ganz, la grande majorité des journalistes ne reconnaît pas la notion d'objectivité : « *Cela n'existe pas* », « *Je n'y crois pas* », « *C'est une histoire d'éthique personnelle* », « *C'est bidon* », « *J'aimerais l'atteindre. Et encore, même pas. Je voudrais dire que c'est dépassé mais qu'on est obligé de faire avec cette idée. Mais si l'objectivité, c'est mélanger le blanc et le noir pour avoir un résultat gris, c'est faux* ». Les journalistes se sont forgé un comportement qu'ils qualifient d'honnête et de sincère, en remplacement d'une idée mal définie et inexplicable. Mais trois seulement essaient de l'expliquer : « *Nous avons l'habitude dans notre émission de parler plutôt de "subjectivité honnête". Le regard existe toujours et heureusement. Je préfère être honnête et engagée que neutre et sans saveur* », « *La subjectivité est un constat parce que le journaliste qui pose des questions pose aussi son regard sur la personne et sur son sujet. Cela dit, pour être efficace, il ne faut surtout pas être objectif. Se prétendre objectif serait gommer la réalité, si riche, si diverse, si variée. Mais il faut être honnête* ».

Les journalistes de magazine assument un regard qui leur appartient. S'ils sont finalement très peu à tenter de lui donner une forme, une large majorité refuse en tout cas la mythique objectivité et est prête à assumer cette position dans le cadre étroit de l'interview. La neutralité n'est pas une attitude

d'intervieweur. Yvan Charon va encore plus loin : « Une question agressive est plus génératrice de réponses qu'une question complaisante. » Si l'objectif est de faire parler, de provoquer une réaction, il faut un minimum de technique pour déclencher le verbe. Le journaliste, dans un sens ou dans l'autre, doit être actif : « La confrontation directe peut être une tactique qui marche », « Je peux jouer des rôles différents : actif, soutien, provoc, je cherche d'instinct le plus efficace », « Je ne me positionne jamais en attaquante, ce serait plutôt de la participation active. Je peux faire dans la provoc, mais toujours dans la complicité », « Ce qui marche bien aussi, c'est la provoc. La naïveté en revanche, c'est pas crédible ». Trois journalistes insistent sur la nécessité de s'engager dans les propos, pas nécessairement au niveau des idées, mais surtout dans la relation avec la personne interviewée : « J'ai l'impression d'avoir de moins en moins de distance, et d'être de plus en plus moi, avec ma personnalité pendant l'interview. Ce qui est filmé, c'est un moment partagé. Donc il faut échanger. Et l'assumer », « J'emploie un langage beaucoup plus émotionnel qu'analytique », « Il y a une barrière à franchir en osant le "je". Progressivement, j'y suis arrivé. Cela change tout dans une interview. Pourtant on évite de monter les questions qui pourraient paraître trop personnelles. Je crois que personne n'est dupe, mais tout le monde fait comme si », « Si on veut que quelqu'un nous dise quelque chose d'intime, de vraiment intérieur, qu'il donne, il faut qu'on s'engage avec lui, dans une véritable dynamique d'empathie. Il faut qu'il se sente en confiance, presque aimé. Donc il est nécessaire d'avoir un engagement personnel fort. Tu ne peux pas en faire l'économie. Et croire qu'on va te donner plein de choses si toi tu restes neutre, ça ne tient pas debout. Peut-être qu'un vrai journaliste, pur et dur ne te dirait pas ça ». La neutralité n'est donc pas une technique efficace d'interview, chacun s'engage, à des degrés variés. Ces engagements relèvent

**« la neutralité n'est donc pas une technique efficace d'interview : chacun s'engage à des degrés variés »**

d'avantage du domaine de la technique de questionnement que des sentiments personnels. Dans ce sens, six intervieweurs pensent réussir à ne pas mélanger les rôles de journaliste, copain, flic, assistante sociale, juge ou psychologue dans l'exercice qui consiste à poser des questions : « Je crois pouvoir rester journaliste et uniquement journaliste pendant une interview. Même les gens pauvres ne te demandent rien. Je crois que les choses sont claires. Nous n'avons pas de solutions, nous n'allons pas les aider. Il n'est jamais arrivé que des gens saisissent l'occasion de l'interview pour essayer de glisser autre chose. » Les journalistes sont plutôt fiers d'éviter l'amalgame, parce qu'il fait partie de leur métier de cloisonner : « Il ne faut jamais oublier que la finalité des rencontres et du travail, c'est la diffusion. Il faut d'emblée éviter toute ambiguïté là-dessus. On peut avoir un rôle d'écoute, mais on ne peut pas trouver de solution, on ne résoudra rien. » « Je travaille en plus pour une émission connue, crédible, j'ai une vraie image de marque à assumer. Ma personnalité n'entre pas vraiment en ligne de compte. ». Trois dénoncent l'amalgame malsain : « C'est une connerie que de se laisser aller à avoir plusieurs casquettes. Il faut se méfier du côté curé ou citoyen, t'es journaliste, un point c'est tout. Si tu fais une interview dans la rue et que ton mec se fait casser la gueule, quelle attitude adopter ? Celle du bon journaliste, tu filmes. On est là

*pour ça, quoi qu'on te dise, quoi qu'il se passe », « Le côté confession me dégoûte, c'est une mode, ces gens qui se déboutonnent devant la caméra. L'intimité est redoutable et les gros plans qui tuent me font vomir. Y'a que les gens avec qui on couche qu'on voit en si gros plan ». Trois reconnaissent que le journaliste peut parfois glisser vers un autre métier. Ils assument donc en essayant d'être clairs eux aussi : « Difficile de jongler avec autant de casquettes différentes. Tout est une question de dosage, d'implication, de recul, de proximité et de chaleur. C'est un vrai problème, on n'est pas des machines », « Le changement de casquettes, je le vis bien. C'est une des richesses de notre travail, une super aventure humaine aussi. On a tout à gagner à mieux se connaître, et il ne faut pas avoir peur. Evidemment, il faut faire attention aux gens qui attendent trop de toi et qui te prennent pour une bouée de sauvetage. D'où la nécessité d'être clair et d'avoir des relations saines et honnêtes d'emblée », « Il faut vraiment apprendre à gérer la fluctuation des rôles pendant – et après – une interview. Les gens investissent souvent beaucoup sur toi, ou ce que tu représentes. Maintenant j'ai tendance à dire "vous dites des choses très importantes pour vous, vous êtes sûr que vous n'allez pas trop loin ? Je suis là pour une interview, mais je ne vais pas régler votre problème et le fait de passer à la télé ne le régler pas non plus". Parfois, tu donnes des adresses ou ton téléphone, mais chacun a sa vie. Et on ne fait que passer. Vite ». La moitié des journalistes estiment donc toujours rester dans le rôle de questionneur. Ils donnent un peu d'écoute, mais ne tiennent pas à aller plus loin avec leurs interlocuteurs. Une petite minorité en revanche inclut dans sa conception du métier une relation plus proche avec les interviewés, tout en sachant qu'elle ne résoudra pas directement les difficultés.*

### **Les prolongements de l'interview**

Tous les journalistes affirment pouvoir faire des interviews en sachant qu'elles ne sont pas destinées à la diffusion. Elles servent à ouvrir les portes, à donner de l'information supplémentaire à l'intervieweur ou à remplacer une défaillance. Interviews "de complaisance", "de couverture" ou de "calepin", elles trompent directement la confiance des interviewés, même si c'est parfois pour la "bonne cause". Cinq journalistes peuvent filmer des interviews "diplomatiques" qui ne seront pas montées, elles sont utilisées comme stratégie d'approche, le plus souvent dans de grosses structures administratives : « On peut interviewer des chefs par exemple pour nous ouvrir les portes, en sachant bien qu'ils ne seront ni spontanés, ni sincères, ni au fait des réalités. Mais on le fait pour leur plaisir. Et pour pouvoir tourner les hommes du dessous dans la hiérarchie. » Quatre filment des interviews "en plus". Cela ne coûte rien et peut représenter une sécurité si une autre est mauvaise, ou est annulée. C'est l'interview de remplacement potentiel : « Il m'arrive de faire des interviews pour me couvrir, sans être sûr de les utiliser », « J'évite d'utiliser les interviews comme carnet de notes. Mais j'en fais souvent plus que je n'en ai besoin, au cas où... » Il arrive que des interviews soient prolongées pour recueillir des informations complémentaires. Les réponses ne sont pas destinées

à être diffusées, mais servent aux journalistes : « *Je peux me servir d'une interview comme d'un carnet de notes, et poser des questions qui ne sont pas destinées à être montées, mais qui me serviront pour mes infos en commentaire.* » En dehors des interviews filmées en sachant qu'elles ne seront pas montées, il arrive régulièrement que des interviews pour une raison ou pour une autre ne soient "de bonne foi" jamais diffusées. Parce que le journaliste estime qu'elles ne sont pas bonnes, de son fait ou non : « *Quand une interview n'est pas utilisée, c'est que le sujet est mal fichu. Le manque d'expérience. Cela m'arrive de moins en moins.* » Pas assez fortes, pas assez émouvantes, confuses, ennuyeuses, redondantes ou parce que quelqu'un d'autre dit la même chose mais en mieux, les journalistes ne font en général pas de cadeau à leurs interviewés : « *C'est sans scrupule que je vire des interviews. Si c'est pas monté, c'est que c'est mauvais. Ou mal exprimé, ou sans intérêt. Pour une diffusion à 22 h 30, il faut des interviews intenses, vraies* », « *Quand c'est pas monté, c'est qu'on se fait chier, langue de bois, choses attendues, sans émotion ou sans apport personnel* ».

La science de l'interview n'est pas exacte. Pour des raisons différentes, celle-ci peut ne pas être satisfaisante. Ne pas diffuser quelque chose de mauvais n'est pas gênant en soi, mais les raisons qu'on en donne sont déterminantes pour les conséquences sur les interviewés. Les journalistes ne les préviennent pas systématiquement et semblent très gênés par les explications à donner : « *Les gens sont très déçus.* » Plus de la moitié évite donc d'entrer dans les détails : « *J'utilise souvent, pour m'en sortir, l'excuse du temps* », « *Je ne peux pas dire "vous parliez mal", alors je peux faire de gros mensonges* ». Trois journalistes n'informent pas de la non-diffusion d'une interview, notamment si elle était diplomatique. Deux jouent le jeu et tentent d'expliquer aux gens pourquoi finalement ils ne figureront pas dans le reportage : « *Je raconte la vérité, même quand c'est pour dire que le mec serait vraiment desservi en cas d'utilisation de son sonore. Dans le fond, je pense que les gens te sont reconnaissants de ton honnêteté* », « *J'essaie d'être honnête et de reconnaître ma responsabilité. C'est jamais facile, mais ça fait partie du contrat entre nous. En plus il ne faut surtout pas qu'ils croient ne pas savoir s'exprimer ou qu'ils ressentent une impression d'échec. J'essaie de faire attention* ». Deux autres journalistes pensent même qu'il est beaucoup plus facile de prévenir quelqu'un avec qui on n'a pas eu de rapports trop proches : « *Les relations sont difficiles, plus tu es proche de ton interlocuteur, plus tu as de pression de sa part, plus tes choix et tes options le concernant sont difficiles et engageants, et plus tu prends le risque de la frustration. Finalement, garder ses distances, c'est aussi se faciliter le travail quand tu n'as pas monté l'interview, ou quand tu as coupé tel extrait. Parce que quand tu dois rendre des comptes, c'est dur.* » La non-utilisation de paroles semble assez mal vécue et assez mal gérée par les journalistes de magazine. Ils ont conscience de l'échec qu'elle représente et se réfugient derrière leur décision professionnelle pour ne pas entrer dans une mise en cause de leur travail ou de la prestation de leur interlocuteur. Difficile, en effet, d'éviter de parler des erreurs de part et d'autre, de mauvaise appréciation de temps, de réponses mal formulées, comme s'ils n'assumaient entièrement ni leur

choix, ni leur responsabilité. Ou peut-être comme s'ils avaient mauvaise conscience d'avoir sollicité des gens, d'avoir parfois insisté, d'avoir bâti un type de relations professionnelles et normalement efficaces qui manque au bout du compte son but clairement affiché : la diffusion.

Tous les journalistes s'accordent à reconnaître qu'il est toujours possible de se faire piéger : « Je pense qu'il n'y a aucun moyen de se prémunir contre quelqu'un qui ment ou qui joue un rôle. S'il le fait bien, même le temps que tu passes avec lui n'y changera rien. Tu es toujours à la merci de ça », « La fiabilité est de plus en plus un problème. On n'est jamais sûr de ce qu'on nous dit. On essaie de croiser, de vérifier, d'appeler d'autres gens, mais il est très difficile de ne pas se faire avoir. J'en ai peur tous les jours. D'autant qu'aujourd'hui, on est de plus en plus "décodé". Les gens connaissent l'émission, ils ont compris ce qu'on veut, ce qu'on aime, c'est la limite de notre travail. En tout journaliste, il y a un manipulé potentiel ! » Quatre prétendent même "faire avec", ne pas vraiment être dupes, mais s'accommoder du jeu de l'interviewé qui les arrange parfois très bien : « Je ne peux vérifier des infos que pendant le tournage, ou après, faute de temps de préparation. Parfois, tu ne sais pas trop, alors tu marches pas mal au feeling. Mais avec un peu d'expérience, tu peux, dans la majorité des cas, te rendre compte si quelqu'un essaie de gonfler un peu les choses. Remarque, parfois, ça t'arrange bien ! Alors tu te dupes un peu, ce n'est que de la télé. » Trois pensent que s'il existe un remède à ces pièges, même de bonne foi, c'est le temps, une protection pas suffisante mais au moins nécessaire : « Notre atout principal, c'est le temps qu'on passe avec les gens. Mais on ne fait pas d'enquête de moralité non plus. Les rares mauvaises surprises, c'étaient des gens avec lesquels j'avais passé peu de temps. » Les journalistes de magazine ne seraient donc pas mieux armés que les autres pour lutter contre l'intoxication, la provocation ou la manipulation dans leurs interviews.

**« la majorité des journalistes ne sont pas opposés à une intervention de leur interlocuteur après le tournage »**

La majorité des journalistes ne sont pas, par principe, opposés à une modification, à une intervention de leur interlocuteur après le tournage. Mais ils ne sont pas non plus prêts à accepter toutes les demandes. La plupart discutent et marchandent pour obtenir ce qu'ils veulent : « Quand quelqu'un dit "je préfère que ça ne passe pas", je ne l'enlève pas. Si quelqu'un exige le retrait d'une phrase, si c'est personnel ou anecdotique, je peux accepter. Si c'est sur le fond du sujet, je négocie un maximum », « Quand on me dit "ne mettez-pas cela", je ne tiens pas nécessairement parole. Je réfléchis et je décide seul de monter ou non cet extrait ». Trois admettent, par principe, le droit d'intervention des interviewés : « On n'est pas là pour les piéger », « Ils ont toujours le dernier mot, ça fait partie de notre contrat implicite ». Les journalistes de magazine prennent en compte, dans l'idée au moins, le droit légitime de tout interviewé à gérer ses paroles, jusqu'à la diffusion. La réalisation est beaucoup plus compliquée, quand, à un moment, les intérêts divergent. C'est pourquoi l'attitude la plus répandue est d'éviter que les interviewés se revoient. De peur qu'ils se rétractent, parce qu'il n'est facile de juger ni son propre discours, ni sa propre image, par manque de temps, par

manque de place : « Je ne veux pas prendre le risque que quelqu'un se défile au dernier moment. S'il te fait confiance, c'est jusqu'au bout. On ne peut pas se permettre la veille d'une diffusion de perdre un personnage, il faut un minimum de garantie. Dès le tournage, la diffusion est prévue, on ne peut pas la repousser », « Par principe, je ne veux pas que les gens se revoient. Quand je suis vraiment coincé, j'accepte de faxer le texte d'une intervention, mais j'évite. C'est toujours un risque. Je suis opposé au visionnage avant la diffusion », « Je dis que ce n'est pas possible. On ne peut pas accueillir ici tout le monde, on a un boulot dingue et on n'a pas le temps de s'arrêter toutes les cinq minutes parce que quelqu'un a envie de se revoir », « Par principe, je ne laisse pas les gens se revoir. Mais je suis lâche quand je leur dis que c'est la caméra qui ne le permet pas. Si tu parles technique, ça désamorçe tout de suite la discussion. A priori, on n'aime pas son image, et ce n'est pas une bonne chose de se revoir tout de suite, à chaud. Il y a toujours une chute de tension après une interview, une dépression, et je crois que le moment de se revoir serait mal choisi. Ils sont encore sous le choc et contents d'être arrivés au bout. Se visionner ne pourrait être que décevant ». Une fois encore, les interviewés "institutionnels" ont un statut différent : « On a fait deux exceptions pour d'énormes sociétés qui avaient fait du visionnage un préalable au tournage. Evidemment, on a eu un problème déontologique et puis au bout d'une semaine, comme c'était ça ou rien, on a accepté. » Cinq journalistes acceptent pourtant que leurs interviewés visionnent les séquences qui les concernent. Par sympathie, confiance, et honnêteté : « Souvent je montre les sujets avant la diffusion. Ce n'est pas un risque, les gens nous font tellement confiance », « Aucun problème pour voir le sujet monté, avant la diffusion, c'est la suite logique de nos relations ».

Yvan Charon exprime l'attitude des journalistes qui vivent mal ce qu'ils ressentent comme un passage d'examen devant les interviewés : « L'essentiel du message doit être restitué et son sens, a fortiori, respecté. En cas de doutes, on a d'abord recours aux rushes, la version intégrale, qui est un "juge de paix". Si le doute persiste, en raison d'un lapsus, on consulte l'intéressé. Mais soumettre la version finale à l'interviewé est une mesure extrême, vécue par le journaliste comme un contrôle a posteriori, proche d'une censure. » Les intervenants sont donc quasiment obligés de faire confiance aux journalistes. Ils leur donnent une parole et s'en remettent ensuite à eux, sans avoir le choix, leur laissent l'entière liberté d'utiliser leurs mots, leur image. Il est donc logique que personne n'avertisse les interviewés de leur droit à se rétracter. Un tiers des intervieweurs avance la question de confiance : « Pas la peine de les prévenir de leur droit, c'est une question de confiance entre nous. » Deux tiers parlent des impératifs de diffusion et des complications qu'engendrerait le respect d'un tel engagement : « Je ne parle jamais de la possibilité de se rétracter jusqu'à la diffusion, ça induit une démarche pas nette, ça pourrait nuire à mon crédit et gêner un peu la confiance. On n'a pas le temps de faire connaissance avec les gens. Si tu leur dis "vous pouvez changer d'avis", le type se dit "ah bon, pourquoi devrais-je changer d'avis ?" » Les journalistes agissent comme s'ils s'étaient appropriés l'image et la parole des gens qui acceptent de participer à un reportage et ne leur laissent surtout pas de porte de sortie. La méfiance provient des journalistes pour qui la

liberté de l'interviewé entraîne un "risque", celui de modifier partiellement ou complètement un reportage, celui de l'annuler même, un luxe que peu de journalistes, même en magazine, peuvent se permettre.

Sept journalistes se disent concernés par "l'après interview", c'est-à-dire par les conséquences d'un reportage : « *Se poser la question de la répercussion sur les gens, c'est parfois ne pas monter une phrase qui pourrait leur retomber dessus.* » S'ils n'interrompent pas le tournage quand une parole les choque, les intervieweurs font appel à leur propre responsabilité pour

décider de ne pas monter les extraits qui pourraient, selon eux, porter préjudice à leur auteur. Ils prennent alors la décision seuls, sans en parler avec l'intéressé : « *Il m'arrive de laisser dire des choses, mais je sais immédiatement que je ne les*

*monterai pas. Je ne discute même pas avec l'intéressé, je me débrouille. Quelque chose qui pourrait être mal interprété, ou qui pourrait inutilement faire souffrir* », « *On marche beaucoup à la confiance. On peut tout enregistrer pendant l'interview et ôter certains passages après coup. On le fait, c'est une vieille émission, on travaille toujours dans le même milieu, faut pas qu'on se grille* », « *Nous, on connaît les rouages de la télé, alors on s'autocensure. Je décide souvent ce qui est bon ou pas pour mon interlocuteur* », « *Quand tu sors de l'école de journalisme, tu ne fais pas attention aux répercussions. Le danger que tu peux faire courir à quelqu'un, surtout le danger moral pour lui-même n'est pas clair du tout. Après tu te rends compte qu'une séquence de télé ne vaut jamais la peine qu'on oublie la suite pour l'interviewé* ». Trois journalistes estiment ne pas avoir à prendre en compte conséquences d'une interview sur la personne qui a accepté de répondre devant leur caméra, comme si leur métier s'arrêtait à la diffusion : « *Je suis journaliste, pas psychologue... Les gens sont des adultes, je n'ai pas à intervenir dans ce qu'ils m'ont dit. Et puis tu crois que j'ai le temps de m'occuper de ça ?* », « *Je suis toujours honnête, même si je sais que certaines infos peuvent faire du mal. Mais je me refuse à mentir, même par omission. Je ne me dis jamais "j'aurai pas dû le faire". Tout le monde accepte le jeu de la télé en connaissance de cause. Notre métier est d'informer. Je ne triche pas et je ne ferai jamais dire à quelqu'un ce qu'il ne veut pas. Mais ce n'est pas à moi de protéger mes interviewés* ».

**« un peu plus de la moitié des journalistes de magazine essaient de prendre en compte les répercussions d'une parole diffusée »**

Un peu plus de la moitié des journalistes de magazine essaient donc de prendre en compte les répercussions d'une parole diffusée. Ils essaient comme ils peuvent d'éviter les conséquences négatives pour leur interlocuteur, sans que celui-ci ne soit prévenu et sans, finalement, que les relations entre eux ne soient allées très loin. L'intention, au moins, est généreuse. Ces journalistes estiment que cette responsabilité fait partie du métier, non qu'ils ont à en discuter avec leurs interviewés. Ces choix sont très personnels. Une grosse minorité pense au contraire ne jamais être confrontée à cette situation, ou ne pas devoir faire de choix selon ces critères. La responsabilité du contenu est remise à la personne qui s'exprime. Pierre Ganz souligne l'intérêt de savoir comment les gens impliqués dans le sujet réagissent après sa diffusion : « *Il est intéressant également de contacter*

les personnes rencontrées durant le reportage. Leurs critiques sont souvent sévères : elles oublient que le sujet ne s'adresse pas qu'à elles, mais à un large public, dont le thème abordé n'est ni la spécialité ni la passion. Cependant leurs remarques permettent au reporter d'évaluer son propre travail. Ce dialogue lui permet peu à peu d'améliorer sa capacité à être un médiateur entre des faits et un public. » La très large majorité des journalistes prévient ou fait prévenir ses interviewés de la diffusion des sujets les concernant. Les deux autres comptent sur la notoriété de l'émission et de son écho dans la presse pour les informer. Le passage à l'antenne est le résultat concret, il est considéré généralement comme évident et normal de prévenir les intervenants. Quatre journalistes remarquent pourtant le peu de feed-back après la diffusion des sujets : « On a peu de retour. C'est d'ailleurs décevant parce qu'on en a besoin. Que les gens soient contents c'est bien, mais c'est un peu court. » Quatre journalistes se trouvent "intéressés" par les critiques de leurs interviewés, mais ils ne les provoquent pas : « J'ai fini mon travail après la diffusion. Mais je peux le faire tactiquement, si je sais que je vais avoir encore affaire au même mec. » Deux journalistes sollicitent directement les critiques de leurs interviewés : « Les retours m'intéressent et je peux aller les chercher s'ils ne viennent pas. Ils t'ont fait confiance, tu as fait du mieux que tu as pu, ça leur suffit. On a peu de retour vraiment constructif. Si on t'aime bien, si tu as à peu près bien fait ton travail, si tu n'as pas trahi, c'est normal, et les gens n'ont pas grand-chose à dire sur le sujet fini. » Trois ne sont pas intéressés par les retours : « Je n'attends pas de retour et je n'ai ni à plaire, ni à déplaire. » Les journalistes de magazine peuvent donc être intéressés par les réactions des gens qui ont participé au tournage, mais ils ne sont pas vraiment prêts à les solliciter. Les critiques spontanées sont elles-mêmes peu courantes, comme s'il était acquis de part et d'autre que les relations se terminent à la fin du tournage.

**« les journalistes travaillent pour le court terme sans se sentir liés aux interviewés »**

Une grande majorité de journalistes ne se sent ni concernée ni intéressée par l'utilisation ultérieure des reportages et des interviews réalisés : « Nos sujets sont pas mal vendus, et même remontés et réutilisés. C'est comme ça », « L'utilisation de mes sujets n'est pas un problème, ça fait partie du système ». Deux essaient, par principe, d'être vigilants sur l'utilisation des sujets et même des rushes après la diffusion initiale : « Personne n'a accès à nos rushes sans notre autorisation, c'est-à-dire celle des interviewés. Mais, officiellement, tout appartient à la chaîne qui peut tout utiliser comme elle l'entend, tout vendre. C'est alors que peut apparaître la notion d'auteur pour nous et de droit à l'image pour les gens avec lesquels nous bossons », « Les sujets vendus et réutilisés, c'est insupportable, on coupe, on prend des extraits, on est en train de réfléchir pour savoir comment se prémunir contre ce genre de risques ». Les journalistes travaillent pour le court terme, sans se sentir liés aux interviewés et attachés aux propos recueillis au-delà de leur propre travail, comme si leur métier s'arrêtait à la diffusion. Quelqu'un accepte une interview avec un journaliste pour une émission, et peut retrouver un jour dans une autre émission ou sur une autre chaîne son image et ses propos dans un

contexte différent. Les journalistes ne prennent pas en compte cette question, qui ne doit même pas effleurer l'esprit de la majorité des personnes acceptant de répondre à une interview.

Il semble exister autant de définitions de la bonne interview que de journalistes : « Une bonne interview est narrative et drôle, touchante et intéressante », « Une bonne interview, c'est comme un instrument qui vibre bien, c'est quand quelqu'un a exprimé quelque chose du vrai fond de lui », « Quand tu réussis à faire dire ce que tu voulais », « Quand tu as obtenu ce dont tu avais besoin ». La bonne interview serait donc une conversation sans retenue, avec de l'émotion et de la surprise, intéressante et pertinente. Il faut d'abord de l'émotion, ensuite de l'information. On retrouve dans cette approche de l'interview idéale toute la dualité de sa construction. D'une part l'interviewé doit être spontané, naturel, il doit donner, d'autre part, il doit le faire dans un cadre déterminé aux contraintes fortes qui ne doivent pas l'inhiber.

Les interviews sont essentielles aux magazines d'information télévisée. Elles rythment le reportage, sont un élément d'écriture, mais constituent rarement le sujet en lui-même. L'interview est un travail sur la communication, sur l'émission-réception, sur la transmission, sur le message et son adéquation au sujet, sur la parole humaine. Une des conditions préalables est donc de s'écouter mutuellement et de se parler dans les meilleures conditions. Les journalistes, même en magazine d'information, n'en ont pas le temps, mais ils donnent l'illusion. Connaissant très peu leurs interlocuteurs, ils tentent pourtant d'utiliser la facette de la personnalité, l'extrait de vie qui est le plus pertinent pour leur reportage. Les intervieweurs ne veulent pas connaître les motivations des interlocuteurs et ont peu l'occasion d'anticiper les conséquences de la diffusion d'une parole. Quasiment pas de repérage, une préparation sommaire de l'interview, l'obligation acceptée de gommer la médiation, les journalistes ne font qu'effleurer leurs interviewés et parlent d'ailleurs régulièrement d'"intuition", en l'incluant dans un chapitre professionnel. Ils n'ont aucun moyen de ne pas se faire piéger, mais sont obligés de se faire confiance, de s'en remettre à une technique empirique. Tout l'art de l'interview consiste finalement à faire parler quelqu'un de façon très naturelle dans un cadre déterminé et souvent rigide. La gageure est donc d'intervenir énormément, et de façon la plus invisible, sans que l'interviewé et le téléspectateur ne s'en aperçoivent. L'interview n'est pas naturelle, mais il faut que l'interviewé ait l'air naturel. Il est convenu d'effacer au maximum la médiation entre le téléspectateur et la personne qui accepte de s'exprimer, tout en sachant qu'elle est indispensable et souvent très active.

Les relations humaines semblent être une partie peu analysée du travail de journaliste en général et d'intervieweur en particulier. Ce n'est pas par hasard si les journalistes qui paraissent le plus engagés dans leurs relations avec leurs interviewés sont ceux qui ont l'habitude de s'exprimer en groupe sur leurs pratiques, leurs difficultés, leurs interrogations quotidiennes. Parce qu'il faut oser s'engager avec un interlocuteur en étant certain que le rédacteur en chef

soutiendra la démarche et que l'émission s'y prête. « *Un jour, on m'a balancé qu'on se faisait de l'argent sur leur dos, avec ce qu'ils nous disent, ce qu'ils nous donnent. C'est peut-être un peu ça quand même* », reconnaît une journaliste. Il pourrait donc être primordial de connaître l'intérêt que peut avoir quelqu'un à accepter une interview, et peut-être même de lui en trouver un. Pour ne pas seulement "utiliser" une parole, mais échanger, ce qui paraît fondamental pour un rapport équilibré et sain entre deux personnes. Les interviewés et les intervieweurs ne

« **les rapports entre intervieweurs et interviewés sont très instrumentalisés : la parole n'est ni libre, ni gratuite** »

s'investissent pas de la même façon. Les journalistes ont beau dire et répéter qu'ils ne sont là "que" pour recueillir et transmettre de l'information, l'interview est un exercice qui met deux personnalités l'une en face de l'autre ; l'aspect "humain" ne peut pas être nié. C'est aux premiers de faire confiance aux seconds qui se retrouvent dépositaires d'un discours qu'ils ont provoqué, qu'ils doivent utiliser, qu'ils peuvent même interpréter, mais sans trahir. Il peut paraître difficile, malgré l'envie affichée et certainement sincère, de respecter et de ne pas trahir quelqu'un qu'on ne connaît pas. Plus on sera proche, plus on aura les éléments de fond qui permettront de décoder un discours et d'éviter les approximations, les malentendus ou même les lapsus. Le journaliste se retrouve dans la situation paradoxale de devoir écouter davantage, cerner au plus près l'individu pour réussir à prendre plus de recul et à être plus professionnel.

Le public, qui est aussi acteur, connaît la télévision. Il a aujourd'hui une idée précise de son fonctionnement et peut même en jouer. Les gens ont un rapport étroit et souvent passionnel avec la télévision, l'effet de surprise et de découverte ne joue plus dorénavant. Les rapports entre les intervieweurs et les interviewés sont très instrumentalisés, la parole n'est ni libre, ni gratuite. Les interlocuteurs potentiels ont une idée précise du déroulement d'une interview. Créer un climat de confiance, c'est aussi ne pas détonner, ce qui ferait un effet parasite, en se comportant dans les grandes lignes comme tous les journalistes de télévision. Les interviewés acceptent de jouer le jeu. Sur le terrain, les gens qui ont eu affaire à des journalistes de télévision, même de magazine s'en plaignent très régulièrement. Parfois avec raison, parfois pour des malentendus qui seraient vite réglés si les journalistes donnaient une suite informelle au tournage. Mais l'engagement personnel des journalistes auprès de quelqu'un est vite perçu, d'abord par eux-mêmes, comme un risque, une faiblesse, une atteinte à la distance et à la neutralité convenues. Un risque qu'ils disent ne pas pouvoir prendre, même s'ils en avaient envie. Les journalistes semblent donc faire le mieux possible avec les moyens dont ils disposent et toutes les contraintes qui les encadrent. Parce qu'ils sont le plus souvent efficaces, ils utilisent la confiance comme outil. Si "l'atmosphère de confiance" est nécessaire à la réalisation d'une bonne interview, les interviewés n'ont pas à faire confiance aux journalistes. Ceux-ci n'ont parfois pas l'envie, parfois pas les moyens de prendre en charge

l'intensité de ce type de relation. Les choses sont normalement claires dès le départ : un journaliste a un reportage à faire, il a besoin d'interlocuteurs qui doivent accepter de s'exprimer devant la caméra. Pour que les propos soient journalistiquement intéressants et télévisuellement regardables, le journaliste possède tout un éventail de techniques. La "mise en confiance" de la personne à interviewer est très utile d'abord pour qu'elle veuille bien se prêter au jeu pendant la phase préparatoire, ensuite pour qu'elle exprime le mieux possible ce qu'elle a à dire dans la phase de conduite de l'interview. L'établissement de cette confiance est professionnel, et ressenti, revendiqué, comme tel par les reporters de magazine télévisé.

Les journalistes se servent, à des degrés divers certes, mais toujours, de leur personnalité. Ils doivent être actifs pour être efficaces. Il suffit de se rappeler comment ils réclament un regard "honnête", et pas une objectivité froide. On fait un sujet et une interview avec sa propre histoire, sa propre expérience et ses propres défauts aussi. Mais les journalistes pensent aussi que des relations trop proches nuisent. Elles semblent d'ailleurs nuire davantage au journaliste lui-même qu'à la qualité du reportage. Le climat de confiance est une construction professionnelle, une technique. Une préoccupation d'efficacité, pour rendre le travail plus facile, plus agréable plus rentable pour tout le monde, pour que la communication s'établisse dans les meilleures conditions. "Faire confiance" à quelqu'un, c'est déjà lui demander de s'engager personnellement beaucoup plus. C'est lui mettre de la pression, c'est attendre des choses bien précises de sa part, c'est établir un rapport équilibré fondé sur l'échange. La confiance accordée est alors une étape supplémentaire dans les relations intervieweurs - interviewés qui engage plus les deux parties l'une envers l'autre, qui les rend plus dépendantes, plus solidaires, mais qui respecte moins les rôles figés de chacun, imposé par le mode journalistique.

Cette forme de confiance s'illustre bien, quand elle existe, dans la phase de l'après interview. Peu de journalistes sont prêts à aller jusqu'à un tel engagement qui revient plus aux documentaristes, aux auteurs, aux réalisateurs dont le travail et le rendu paraissent être beaucoup moins codifiés que ceux des magazines de télévision. Les journalistes pourraient, et quelques-uns le font, approfondir les relations avec les gens qu'ils rencontrent, passer plus de temps, parler d'autre chose, faire véritablement connaissance, être davantage à l'écoute, mieux anticiper d'éventuelles conséquences après une interview. Dans ce cas de figure, c'est un vrai contrat de confiance qui doit exister. C'est là que la notion de dialogue et d'échange prend tout son sens. Il est alors impératif, sous peine de commettre de grosses fautes, de connaître les motivations, le passé, les faiblesses, les attentes, les illusions de la personne. Il est important de lui donner, de s'investir, pour qu'il donne à son tour. La confiance dans ce type de relation, c'est aussi leur permettre de se revoir s'ils en ont envie, de discuter ensemble du reportage. Les gens qui participent sont alors de véritables acteurs, ils sont partie prenante et deviennent sujet, pas seulement objet.

Il pourrait être intéressant d'approfondir les différences entre publics interviewés, en établissant et en analysant les variations de pratiques et les rapports avec le journaliste. Il apparaît en effet nécessaire de faire la distinction entre les interviewés habitués de la télévision et ceux qui la découvrent. La première catégorie ne subit pas l'exercice, mais a acquis au fil du temps une contre-technique d'interview où la mise en confiance ou la confiance ne sont plus importantes du tout. Ces gens-là ont un intérêt très clair à défendre, un message à faire passer. Ils sont en même temps le type même du "bon client", en donnant à l'intervieweur exactement ce dont il a besoin, en contenu comme en durée. De la même façon, il faudrait étudier en profondeur les natures différentes des interviews enregistrées pour des magazines "d'économie", de "sciences" ou alors de "société". Entre les interviews de témoignages vécus, de "tripes" et ceux d'information, d'expertise, les enjeux et les motivations ne sont pas les mêmes, les techniques de questionnement et les relations non plus ■

### Annexe : le questionnaire

- Quelle place représentent les interviews dans tes sujets ?
- Quelle est la fonction, le rôle de l'interview ? Apporte-t-elle des informations "objectives", du "commentaire", du "vécu" ?
- Comment choisis-tu tes interviewés ? Pour ce qu'ils disent, pour ce qu'ils sont, pour ce qu'ils représentent, pour la façon dont ils disent ?
- Y a-t-il des équilibres à respecter, âge, sexe... dans un sujet ?
- Tutoies-tu tes interlocuteurs ? Fréquemment, jamais ? Justifier. Si tutoiement, quid de la connivence apparente ? Des risques de démagogie ? Peut-on tutoyer tout le monde ? Le tutoiement implique-t-il des relations différentes avec ton interlocuteur ? Peut-on mélanger des "tu" et des "vous" dans le même sujet ?
- A quel moment décides-tu que la personne sera interviewée devant la caméra, pourquoi ?
- Essaies-tu parfois de convaincre quelqu'un d'accepter une interview, avec quels arguments ?
- Te poses-tu la question de l'intérêt de l'interviewé, de ses motivations ?
- Combien de fois parles-tu avec tes interviewés potentiels avant de les filmer ?
- Comment prépares-tu l'interview, par écrit ?
- Présentes-tu systématiquement l'équipe de tournage ?
- Peux-tu prendre un repas avec un interviewé ?
- Peux-tu parler d'autre chose que du sujet *stricto sensu* qui t'amène ?
- Peux-tu discuter de l'ensemble du sujet, de sa construction, de tes doutes, avec un interviewé ?
- L'interviewé connaît-il ton opinion sur le sujet ?
- L'interviewé connaît-il les questions à l'avance ?
- L'interviewé peut-il donner son avis sur le lieu de l'interview ?
- Quelle est la longueur moyenne des *rushes* d'une interview ?

- T'arrive t-il de faire recommencer en demandant de faire plus court, plus clair ?
- Peux-tu interviewer quelqu'un que tu n'aimes vraiment pas ?
- Qu'est-ce qu'être objectif, est-ce possible, est-ce souhaitable ?
- N'as-tu pas l'impression d'être assistant social, copain, flic, complice, psychologue ? Comment réagir, comment assumer ?
- Comment qualifierais-tu ta méthode de questionnement, professionnalisme neutre, soutien actif, analyse critique, provocation ?
- Toutes tes interviews sont-elles faites pour être montées ?
- Qu'est-ce qu'une bonne interview ?
- Pourquoi une interview n'est-elle pas montée ?
- Informes-tu les interviewés de ta décision, quelles raisons lui donnes-tu ?
- Et si quelqu'un demande une modification après le tournage ?
- Leur as-tu précisé qu'ils peuvent changer d'avis jusqu'à la diffusion ?
- Penses-tu parfois aux répercussions que des paroles diffusées peuvent avoir sur l'interviewé ou son entourage, comment réagis-tu alors ?
- As-tu des retours après diffusion, les recherches-tu ?
- Tes sujets et donc tes interviews peuvent être vendus et réutilisés hors de ton contrôle, tu y as déjà réfléchi ?

### ***Bibliographie***

1. LARUE-LANGLOIS J. (1989), *Manuel de journalisme radio-télé*, Editions Saint-Martin, Montréal
2. CHARON Y. *L'interview à la télévision*, Presse et formation, Paris
3. GANZ P. (1988), *Le reportage radio et télé*, Presse et formation, Paris
4. Pour la méthode, voir DESLAURIERS J.P. (1991), *La recherche quantitative*, McGraw-Hill, Montréal
5. "Le monde de Léa" (TF1), "Reportage" (TF1), "Le droit de savoir" (TF1), "Envoyé spécial" (France 2), "Thalassa" (France 3), "Saga-cités" (France 3), "La marche du siècle" (France 3), "Zone interdite" (M6), et "Capital" (M6)
6. Maud Brunel, Jean-François Coulomb, Sylvie Gilman, Yasmina Yahiaoui, Gilles Ragris, Thierry de Lestrade, Cedric de Brégança, Denis Boutellier, Thierry Hornet, Stéphanie de Montvallon, Michel Izard, Cateline Aymerie.
7. SORMANY P. (1990), *Le métier de journaliste*, Boréal,