

## Le journaliste et ses contraintes

Grégory Derville

*Maître de conférences  
en science politique  
Université Lille II*

Le sens commun décrit volontiers les médias comme un “miroir” dans lequel viennent se refléter les personnages, les discours et les événements qui animent la société. L’actualité ne serait rien d’autre que la recension des déclarations et des faits qui parsèment le “monde réel”, et qui sont censés s’imposer aux journalistes comme n’importe quel signal sonore ou lumineux s’impose à une oreille ou à un œil normalement constitués. Les journalistes ne feraient que retransmettre, telle qu’ils la voient ou l’entendent, la marche du monde. Les faits, rien que les faits !

Certes, des biais peuvent parfois être repérés dans la couverture de l’actualité, qui seraient dus selon les cas à l’impossibilité matérielle de traiter correctement des informations surabondantes, au manque de professionnalisme de certains journalistes, ou à leur tendance à céder au sensationnalisme. Mais ces constats n’entament en rien le postulat de base du modèle : il existe *une* réalité cohérente et univoque, en attente d’être perçue par l’observateur, et le travail des journalistes consiste seulement à la décrire avec fidélité – d’où l’insistance sur l’objectivité comme valeur cardinale de la profession.

Or, l’observation empirique montre que les faits et les discours qui constituent l’actualité ne sont pas dotés d’un contenu et d’une signification intrinsèques : loin de simplement les répercuter, les médias les mettent en scène, en forme et en sens. On doit alors parler d’une *construction de l’actualité*<sup>1</sup>.

Ce travail de construction s'opère d'abord à travers la sélection, la hiérarchisation et le traitement des "occurrences" qui sont promues au rang d'événements. Mais il y a plus : bien souvent, des informations n'émergent que parce qu'elles sont suscitées ou produites par un réseau d'acteurs qui, pour une raison ou pour une autre, ont intérêt à les voir apparaître dans les médias. Si par exemple les problèmes d'environnement sont peu à peu devenus au cours des années 70-80 des sujets d'actualité, c'est sans doute parce que des "catastrophes" (Bhopal, Tchernobyl, etc.) ont éveillé l'attention publique ; mais c'est aussi du fait de l'institutionnalisation des organismes en charge de ce dossier, de la professionnalisation des mouvements écologistes, de l'émergence d'un journalisme spécialisé, et enfin de l'interconnexion générale entre tous ces acteurs.<sup>2</sup> L'analyse de la façon dont surgissent les "scandales" montre aussi que loin de simplement les couvrir, les médias contribuent à les faire naître en jouant le rôle d'une chambre d'écho.<sup>3</sup> Il arrive encore souvent que les journalistes produisent un "effet de réel" en décrivant certains groupes, soit qu'ils contribuent à les faire exister,<sup>4</sup> soit qu'ils participent à leur réduction à un ensemble de traits stéréotypés.<sup>5</sup>

Au total, l'approche constructiviste insiste sur l'idée selon laquelle le monde que montrent les médias n'est pas donné, mais façonné. Loin d'être un reflet, l'actualité est le produit de multiples transactions entre des communicateurs

et des journalistes, ou entre des "promoteurs" et des "monteurs" de nouvelles.<sup>6</sup> Dans un tel cadre, l'hypothèse de l'objectivité des journalistes est illusoire : en fait, il n'existe tout simplement pas de "monde réel" à propos duquel on pourrait tenter d'être objectif.

Le corrélat de la description des médias en termes de "miroir" est la présentation du journaliste comme un "médiateur" dont le rôle est de s'exposer à l'infinité de stimuli émanant du corps social, et de les répercuter de la façon la plus "neutre" possible, en opérant simplement un travail de sélection, de hiérarchisation et de mise en forme. David White décrit par exemple le journaliste comme un "filtre" (*gatekeeper*), qui prélève dans le flux d'événements et de discours qui lui parviennent ceux qu'il estime les plus dignes d'intérêt, et qui les retransmet au public. Après avoir observé pendant une semaine un journaliste au travail dans un petit journal américain, White conclut que les critères sur lesquels il effectue ses choix éditoriaux sont très subjectifs : la sélection des nouvelles repose sur des jugements de valeur fondés sur ses propres expériences, attitudes et attentes.<sup>7</sup>

*« il n'existe tout simplement pas de "monde réel" à propos duquel on pourrait tenter d'être objectif »*

Quelques années plus tard, Gieber constate, lors d'une étude sur une soixantaine de localiers du Wisconsin, que tous ou presque opèrent une sélection de dépêches sur des critères similaires, ce qui tend à indiquer que les déterminants de leurs choix sont plutôt structurels que subjectifs. En fait, ces choix ne se font pas selon le bon vouloir du journaliste, ni selon les qualités "intrinsèques" des informations (ou du moins pas seulement), mais aussi et surtout « au regard des buts, des contraintes et des ressources de l'organisation qui emploie le sélectionneur ». Celui-ci n'est pas un individu isolé qui choisit de façon arbitraire des dépêches de préférence à d'autres, mais il est inséré dans « un cadre bureaucratique qui détermine en partie ses décisions », en lui suggérant ou imposant certains critères de sélection.<sup>8</sup>

Par deux voies distinctes, on aboutit donc à la conclusion que le journaliste est pris dans un réseau d'acteurs avec lesquels il est en négociation perpétuelle (les institutions, le personnel politique, les propriétaires des médias, les groupes d'intérêts, les annonceurs, etc.). Ce sont ces interrelations qui contribuent à construire une certaine "réalité", en permettant ou en interdisant l'entrée dans le débat public de certains discours ou

**« le journaliste participe à un système contraignant qui lui impose certains comportements »**

événements, et des enjeux qui les sous-tendent. Le journaliste n'est donc pas dans la position de celui qui « explore » le monde et qui y désigne, « de sa propre initiative, en toute autonomie et en toute objectivité, des éléments significatifs » qu'il promeut en nouvelles. « Il participe plutôt à un système contraignant qui lui impose certains comportements ».<sup>9</sup>

Notre but est ici de dresser un bref inventaire des principales contraintes qui peuvent peser sur l'action quotidienne des professionnels de l'information et entraver la marge de manœuvre que le modèle du *gate-keeper* leur attribue. Sans doute ces contraintes ne jouent-elles pas à l'identique pour l'ensemble des journalistes. Il existe, faut-il le dire, des différences entre les médias selon leur financement (produit de la vente, recettes publicitaires, aide de l'État), leur position dans le champ médiatique (plus ou moins "commercial"), le support qu'ils utilisent (écrit ou audiovisuel), leur ancrage politique, etc. À l'intérieur de chaque entreprise de presse, les journalistes diffèrent par leur statut, par leur expérience, par les rubriques dans lesquelles ils officient, etc. Or, tout ceci affecte fortement leur marge de manœuvre, ainsi que la nature de leur travail. Mais on essaiera ici de broser un tableau des principales contraintes auxquels ils peuvent, à des degrés divers, être confrontés.

Ces contraintes ont été regroupées en six grandes catégories. Certaines ont trait à la structure économique des médias et à l'environnement culturel où ils se situent. D'autres trouvent leur source dans l'organisation du travail des journalistes, que ce soit au niveau de la collecte et du traitement de l'information, dans les rapports avec les sources, dans la gestion de la concurrence entre les différents médias, ou dans la pression des valeurs journalistiques et des pairs .

Le meilleur moyen de mettre en évidence la force de ces contraintes étant d'étudier leur actualisation dans des circonstances concrètes, nous avons choisi d'illustrer notre propos par des témoignages recueillis auprès d'une vingtaine de journalistes et d'attachés de presse ayant participé à la couverture des essais nucléaires français en 1995 à Mururoa. Très médiatisée, cette controverse constitue en effet un cas d'école et, partant, un terrain idéal pour constater la diversité des contraintes auxquelles sont soumis les journalistes, qu'ils appartiennent à la presse écrite, audiovisuelle ou d'agence, et qu'ils travaillent sur le terrain ou dans les rédactions.<sup>10</sup>

### **La structure économique des médias**

Figures de proue du courant de "l'économie politique des médias", les Anglais Golding et Murdock estiment qu'une compréhension adéquate des médias doit d'abord s'attacher à saisir leurs structures de propriété, de contrôle et de financement. Ce principe ne signifie pas que le journaliste est l'instrument totalement passif d'une "conspiration" obscure de ses employeurs. S'il a des comptes à leur rendre, il agit aussi en fonction de principes étrangers aux intérêts économiques des propriétaires de son entreprise de presse. En particulier, il cherche à défendre sa réputation d'autonomie et de pugnacité auprès du public et surtout de ses pairs. Des études empiriques ont également montré que la détermination par la structure économique des médias est une explication nécessaire, mais en aucun cas suffisante, pour rendre compte des contenus politiques et idéologiques qu'ils diffusent.<sup>11</sup>

Il reste que les journalistes sont soumis à certaines pressions qui ont directement trait aux structures de propriété et de contrôle de leur entreprise de presse. Leurs employeurs peuvent d'abord faire pression sur eux pour des raisons d'ordre

*« les journalistes sont soumis à certaines pressions qui ont trait aux structures de propriété et de contrôle de leur entreprise »*

idéologique. L'évolution du *Sunday Times* montre ainsi que son rachat par Rupert Murdoch en 1981 a entraîné une évolution éditoriale flagrante, avec la transformation d'un journal libéral de "centre-droit" en un organe thatcherien.<sup>12</sup> L'ancrage politique et idéologique d'un média place les journalistes sous une pression à laquelle ils ne peuvent que difficilement se soustraire, et qui explique largement la nature de leur production : selon la formule de l'un d'entre eux, il n'est pas étonnant que sur chaque enjeu *Le Figaro* soit *Le Figaro* et que *L'Humanité* soit *L'Humanité*. La pression imposée par les employeurs peut aussi renvoyer à des intérêts plus directement mercantiles, comme l'atteste ce témoignage d'un journaliste de TF1 : « On ne peut pas vraiment faire de sujet sur le Maroc ; un jour j'ai voulu en faire un et ça a failli mal tourner pour moi. Pareil pour l'Arabie Saoudite, le groupe Bouygues fait tellement de gros chantiers là-bas qu'on n'ira jamais faire un sujet un peu critique sur ce pays. » Dans ces conditions, l'autonomie des journalistes par rapport à leurs employeurs n'est pas seulement "relative" mais "octroyée" (*licensed*), et donc "conditionnelle" et "révocable". En fait, ils ne peuvent

« la pression économique tient au poids pris par les annonceurs dans le financement des médias »

exercer une certaine indépendance qu'aussi longtemps qu'elle ne heurte pas trop les intérêts de leurs employeurs.<sup>13</sup>

La pression économique qui s'exerce sur les journalistes tient aussi au poids pris par les annonceurs dans le finance-

ment des médias. Dans une étude sur *CBS*, *Time* et *Newsweek*, Gans constatait que lorsque leur travail risque de porter atteinte aux intérêts des annonceurs, les journalistes tendent à être plus prudents, à mieux croiser leurs sources, à garder parfois pour eux les informations les plus gênantes...<sup>14</sup> quand cette pression ne les conduit pas à accorder sans être trop regardants des publi-reportages. Là encore, cette situation est soulignée par le journaliste de TF1 déjà cité : « Et puis il y a la pression des annonceurs ! Il y a quelques années, des rumeurs circulaient comme quoi on avait retrouvé du poison dans des yaourts Chambourcy, et un journaliste avait voulu interroger le directeur général de Chambourcy là-dessus, mais il n'avait pas eu de réponse : du simple fait qu'il a signalé ce refus dans son reportage, il a failli se faire virer de TF1 ! » On ne peut assurément pas déduire de ce type de témoignages que les journalistes ne disent jamais "que" ce qu'on leur dit de dire. Il est clair cependant que la pression des structures de propriété et de financement des médias les amène parfois à limiter d'eux-mêmes la liberté d'expression dont ils se prévalent.

## Le poids de la doxa

À un niveau de contrainte plus large, les journalistes sont, comme n'importe quel acteur social, fortement dépendants de "l'air culturel" qu'ils respirent, du "bain idéologique" dans lequel ils sont plongés,<sup>15</sup> c'est-à-dire de la *doxa*, des cadres d'interprétation à l'intérieur desquels ils doivent se situer s'ils veulent être entendus, et éventuellement compris et reconnus par leur public.

*« les journalistes sont fortement dépendants de "l'air culturel" qu'ils respirent »*

Comment parler du SIDA, par exemple, en s'affranchissant tout à fait des symboles, des peurs ou des stéréotypes façonnés au cours du temps à propos de la mort, du sang, de la maladie et, du moins dans les premières années de l'épidémie, de l'homosexualité ? Comment rendre compte de la controverse des essais nucléaires sans faire résonner des cadres d'interprétation comme ceux du "champignon nucléaire" ou de "l'indépendance nationale" ?

Or il y a dans chaque débat social, entre toutes les choses que l'on peut dire et toutes les analyses que l'on peut faire, certaines qui sont plus aisément recevables que d'autres en raison du "climat d'opinion", de "l'idéologie dominante" ou des attentes du public auquel on s'adresse. Les médias tendent à ne produire et à ne diffuser que l'information ayant un public solvable, pour des raisons évidentes de rentabilité.<sup>16</sup> Le climat d'opinion, incarné par les attentes du public (supposées ou réelles, ressenties de façon intuitive ou extrapolées à partir de sondages), ou plus exactement par la représentation que s'en font les rédactions, constitue donc pour les journalistes une contrainte qui les empêche de dire en toutes circonstances ce qu'ils voudraient. Certains s'en plaignent pour s'y être heurtés, tel ce journaliste médical qui dit être devenu « suspect » et avoir été écarté par son rédacteur en chef parce qu'il avait osé s'élever contre la façon catastrophiste et outrancière dont son journal voulait traiter l'affaire du sang contaminé – parce qu'il n'avait pas voulu « hurler avec les loups ». <sup>17</sup> D'autres succombent à cet "air culturel" sans s'en rendre compte, ou mieux, en croyant s'en détacher ou même le combattre. C'est le cas par exemple des journalistes de l'émission sportive *Stade2* qui, bien qu'ils affichent un souci de rompre avec les stéréotypes qui affligent "la banlieue", et même si ce souci se traduit de façon concrète dans certains reportages, persistent à construire un cadre d'interprétation très stigmatisant (délinquance, drogue, violence, etc.) : à leur corps

défendant, ils contribuent peut-être moins à mettre en question ce “bain idéologique” qu’à le renforcer en le confirmant.<sup>18</sup>

Ces constats conduisent à relativiser d’abord le pouvoir des journalistes : ils n’en ont sans doute jamais autant que lorsqu’ils disent à leur public ce qu’il veut entendre, lorsqu’ils expriment ses idées, ses frustrations, ses peurs jusque-là refoulées ou confinées dans l’espace privé.<sup>19</sup> Mais les mêmes constats amènent aussi à relativiser, une fois encore, leur “autonomie”.

## La collecte et le traitement de l’information

Une troisième série de contraintes dérive directement du fait que les journalistes font partie d’entreprises qui ont des besoins spécifiques au niveau de la collecte et du traitement des

*« les médias se trouvent face à l’obligation de trouver de quoi remplir leurs colonnes ou leur antenne »*

informations. Les médias se trouvent sans cesse face à l’obligation de trouver de quoi remplir leurs colonnes ou leur antenne, et cette insatiable “faim d’événements” les incite à développer un système de détection de tout ce qui pourrait retenir l’attention du public.<sup>20</sup> Ce reporter de France 2 souligne la pression que représente l’obligation de trouver coûte que coûte quelque chose à diffuser : « Notre but quand on est sur le terrain, c’est quand même d’envoyer des sujets, si on glande on ne sert à rien ! (...) Quand on est partis, mon rédacteur en chef m’a dit : “Ça coûte très cher, alors Coco, t’as intérêt à bosser et à ramener des trucs !” Bref, on est partis en sachant qu’on aurait intérêt à rentabiliser. »

Or les médias ne peuvent escompter que les nouvelles intéressantes viendront toujours et naturellement à eux. Ils doivent donc, afin de rendre plus efficaces et moins coûteux le repérage et la collecte des informations susceptibles de devenir des nouvelles, organiser un quadrillage de l’espace social selon des critères de spécialisation géographique, institutionnel ou thématique, avec un certain nombre de catégories à l’intérieur desquelles ils peuvent mieux repérer des nouvelles potentielles (“social”, “politique”, “étranger”, etc.). Ce réseau institue donc une division des tâches à l’intérieur des salles de rédaction, et le journaliste devient un spécialiste qui est chargé de faire le siège des lieux où il a des chances d’apprendre des choses intéressantes (pour la rubrique “social” par exemple, les ministères, les tribunaux, les syndicats, etc.), afin de faire remonter le maximum d’informations jusqu’à sa rédaction.<sup>21</sup>

Mais au cours du repérage et de la collecte des informations, les journalistes se trouvent face à une pléthore de faits et de discours trop nombreux pour pouvoir tous être traités, et ils doivent, dans des délais et avec des moyens limités, réduire et structurer cette masse d'informations et les transformer en nouvelles calibrées.<sup>22</sup> Ces opérations se font à travers des pratiques extrêmement routinières. Confronté à une foule de patients, un médecin tend à les ramener à un certain nombre de symptômes et de maladies, puis à distribuer de façon routinisée des conseils et des prescriptions, faute de quoi il perd trop de temps et d'énergie pour l'examen de certains patients, et il ne peut pas ausculter les autres. De même, un journaliste doit formaliser des critères à partir desquels il peut, de façon très rapide et pratique, sans avoir besoin d'en délibérer avec ses collègues dont le temps est aussi précieux, évaluer l'intérêt de chaque information, son caractère plus ou moins nouveau ou spectaculaire, la place qu'il faut lui accorder, la façon dont il convient de la traiter, etc. Pour cela, il s'appuie sur son expérience passée, ainsi que sur la définition de ce qui est considéré par ses pairs comme *newsworthy*, c'est-à-dire comme digne d'être répercuté et commenté dans les médias,<sup>23</sup> et il applique à cette information des procédures maintes fois éprouvées sur les informations du même type qu'il a déjà eu à traiter. Cette façon de travailler lui permet d'"apprivoiser" l'imprévisible chaos des événements, elle lui fournit des réponses simples et quasi automatiques aux problèmes qui se posent à lui de façon récurrente, ce qui réduit le stress inhérent au fait qu'il doit les affronter dans l'urgence.

La pratique des journalistes apparaît ainsi comme fondamentalement routinière, ce qui ne signifie pas qu'ils soient "apathiques" ou "paresseux". La routine est plutôt une "solution pratique" aux problèmes que soulève la production de l'information, notamment ceux liés au rythme de travail et à la crainte de négliger une information importante que la concurrence aurait développée.<sup>24</sup>

Il reste qu'on voit se dessiner, à travers ces procédures routinières de repérage, de cueillette et de traitement de l'information, une double limitation de la marge de manœuvre des journalistes. D'une part, ces procédures visent à maximiser la productivité de la sélection et du traitement de l'information – c'est-à-dire à minimiser leur subjectivité, et donc leur autonomie.<sup>25</sup> D'autre part, la nécessité de recourir à des pratiques standardisées pour rationaliser la production des nouvelles est à l'origine d'une faiblesse manifeste par rapport à certains

« *la pratique des journalistes apparaît ainsi comme fondamentalement routinière* »



communicateurs. Parmi ceux-ci, certains disposent de moyens importants (personnel, budget, expertise en relations publiques, etc.), grâce auxquels ils sont capables de fournir, au meilleur coût et en quantité suffisante, des informations dont le contenu et la forme sont déjà adaptés aux impératifs des médias, et qui correspondent à ce que les journalistes tiennent pour "de la bonne nouvelle" (*newsworthy*).<sup>26</sup> Par la mise à disposition d'une documentation "clé en main" (dossiers de presse, communiqués, banque d'images), par la mise en place d'interviews avec des responsables éminents, par la préparation de conférences de presse, par l'invitation de journalistes dont ils organisent le transport et pour lesquels ils prévoient des conditions de travail idéales, ces communicateurs prennent en charge une bonne part du coût de production de l'information.

Ainsi, puisqu'on lui fournit cette matière première directement exploitable (ou ces « subsides à l'information »),<sup>27</sup> qu'il peut utiliser telle quelle ou presque, le journaliste gagne du temps dans la collecte et le traitement des informations. Mais il perd en même temps beaucoup de son autonomie par rapport à ses fournisseurs : il tend alors à devenir un simple « diffuseur de messages définis par les sources », dérive très sensible dans la presse magazine, mais aussi dans certains secteurs de la presse quotidienne comme l'économie.<sup>28</sup>

### **Le rapport aux sources**

Une contrainte supplémentaire est d'ordre relationnel : il est impératif pour le journaliste de nouer des contacts réguliers – et à tout le moins cordiaux – avec un certain nombre de sources qui peuvent lui fournir de façon régulière des informations susceptibles de devenir des nouvelles. Avoir un bon carnet d'adresses présente pour lui bien des avantages. Cela maximise d'abord ses chances de ne pas rater les "bonnes nouvelles", dont les "bonnes sources" sont censées être au courant plus tôt que les autres, et de façon plus précise et plus sûre. « Avoir des bonnes relations avec les sources, ça permet d'abord d'avoir accès à plus d'informations que les autres journalistes, ou à des informations plus sûres, de meilleure qualité, ou plus intéressantes », explique ce journaliste du *Figaro*. « C'est toujours utile de connaître les gens avec qui je dois être en contact et d'avoir travaillé avec eux auparavant », affirme aussi le chef de la rubrique environnement de l'AFP : « Quand ils organisent une action discrète le lendemain, je suis prévenu, donc je peux prendre mes dispositions. On se connaît personnellement, donc ça ne pose pas

de problème de s'appeler, des fois même à notre domicile. Du coup, j'ai l'avantage d'avoir des informations très rapidement ».<sup>29</sup>

Or, ceci permet de travailler avec un temps d'avance, quand les collègues doivent réagir en catastrophe face à un événement qu'ils n'ont pas vu venir : « Si l'article est déjà prêt quand cet événement arrive, on ne perd pas de temps à le rédiger et on peut le placer dans la première édition du lendemain, en mettant dedans toutes sortes de choses que ne peuvent pas mettre

*« les collègues doivent réagir en catastrophe face à un événement qu'ils n'ont pas vu venir »*

les journalistes de l'audiovisuel, comme des croquis, des commentaires approfondis... » Prévoir l'événement permet aussi de planifier à l'avance la maquette : « À 5 heures de l'après-midi, une nouvelle information ne peut que se substituer à une autre, donc c'est pas à cette heure-là que je peux demander à mon rédacteur en chef de me laisser une place. Mais si on sait à l'avance la date d'un événement, on peut déjà s'arranger. » Lorsque l'actualité se bouscule et qu'un événement se produit de façon impromptue peu avant le bouclage d'un journal, le journaliste profite encore du *background* fourni par ses sources : ceux de ses collègues qui partent de zéro auront du mal à produire un article ou un reportage qui se tienne dans les plus brefs délais, mais lui est prêt, car il peut mobiliser les connaissances qu'on lui a données de façon informelle et il peut mobiliser son réseau de relations pour obtenir au pied levé une interview, une confirmation, des détails...

Le processus de collecte des informations tend ainsi à « institutionnaliser le rapport entre les journalistes et les sources les plus importantes (entendre : les plus productives) pour assurer un approvisionnement constant en nouvelles ». <sup>30</sup> Une grande part de l'activité des journalistes s'explique par la nécessité où ils sont de gagner, grâce aux sources, du temps et de l'énergie dans la collecte des informations. Un petit déjeuner, un cocktail ou une cérémonie de vœux constituent autant d'occasions de nouer des liens avec des sources potentielles : cet "investissement" leur permettra peut-être, un jour, d'être alimentés en priorité par elles, ou du moins de pouvoir les contacter plus facilement.

Ici intervient la notion de "confiance", sans cesse mise en avant par les journalistes. Selon le témoignage d'un journaliste chargé des questions militaires, les sources ont en permanence la crainte d'être "piégées", ce qui les incite à privilégier les journalistes qui appartiennent à des médias avec qui elles ont déjà été en contact, dont elles ont déjà contrôlé la

production : « Naturellement, nos informateurs font plus confiance à ceux qu'ils connaissent le mieux... L'autre jour, j'étais à Canjuers pour voir des militaires qui parlaient pour la Yougoslavie, et un officier supérieur me dit : "Mais nous nous connaissons, vous avez fait l'an dernier une conférence au Centre Interarmées de Défense". Comme il savait qui j'étais, j'ai pu lui parler, avoir quelques informations de détail, alors que peut-être il n'aurait rien dit à un autre journaliste, il se serait méfié, ou il n'aurait pas eu envie d'engager la conversation... Et des exemples comme ça, je pourrais vous en citer des dizaines ! Ça facilite toujours la tâche de connaître les gens, d'être identifié. C'est même indispensable. »

Mais comment nouer de telles relations de confiance ? Comme on ne peut espérer se rendre dans le bureau d'un responsable pour engager la conversation, c'est toujours de façon informelle que les bons contacts se nouent – une visite, un colloque, un déjeuner. « Quand on suit un ministre ou un député en campagne électorale, le fait d'être sur le terrain avec lui, d'aller au restaurant, de se trouver dans le même embouteillage, d'avoir la même peur parce que la voiture va trop vite, de revenir à deux heures du matin dans un avion, etc., ça n'a rien à voir comme relation avec l'entretien que l'on peut avoir dans un bureau au Ministère. Là, ce sont deux hommes qui se connaissent personnellement, et pas seulement deux fonctions, donc ils se font plus confiance, et l'informateur parle plus facilement parce qu'il sait à qui il a affaire. »

Mais cette relation de confiance met forcément du temps à naître, elle résulte d'une sorte d'imprégnation : « Il faut que l'informateur apprenne peu à peu à savoir comment on réagit à ce qu'il nous dit, ce qu'on en fait, il faut qu'il sente qu'il peut nous faire confiance. Si on veut obtenir des informations sur la santé de Mitterrand pendant ses dernières années, c'est pas en téléphonant aujourd'hui à Charasse qu'on pourra en obtenir ! C'est parce qu'on le connaît depuis des années, on a bouffé avec lui, on l'a suivi dans telle ou telle occasion, donc il nous connaît, il sait comment on réagit. » Ensuite, une fois que cette relation de confiance est née, elle a besoin d'être nourrie, même si cela représente une perte de temps qui paraît inutile. « Il faut entretenir des relations suivies avec ses informateurs potentiels, c'est le b.a.ba dans notre métier. (...) Notre métier consiste à capitaliser à long terme les relations avec nos informateurs. » Ainsi, pour appeler un ministre à son domicile à 7 heures du matin, il faut un certain degré d'intimité, sinon de confidentialité, il faut avoir entretenu des relations personnelles avec lui de façon suivie, même dans les creux de sa carrière : de retour aux affaires, « il se souvient de ceux qui l'appelaient quand son téléphone sonnait moins, et il continue

à ouvrir sa porte et à répondre à ceux qui ont gardé des contacts avec lui pendant cette période. »<sup>31</sup>

Mais dans ce "jeu de rôles", rien ne permet de dire que les journalistes tirent les ficelles. Loin d'être passives et dépourvues, les sources ont à leur disposition une panoplie de moyens destinés à exercer sur eux une pression, certains brutaux (boycotts publicitaires, campagnes de protestation, menaces, procès), d'autres plus subtils (distribution d'interviews, d'exclusivités et de prix à titre de récompenses). S'appuyant sur son expérience, Dominique Marine décrit quelques-unes des "mesures de rétorsion" employées par les services de presse des ministères contre les journalistes dont le travail les indispose, et qui visent à les rappeler à l'ordre : on oublie d'adresser l'invitation à une conférence de presse, on faxe un communiqué important en retard...<sup>32</sup>

Parmi les journalistes ayant couvert les essais nucléaires, la plupart ont des anecdotes similaires à raconter. La responsable de la rubrique environnement de *Libération* raconte ainsi que son journal avait publié un jour trop tôt, la veille de son embarquement sur le Rainbow-Warrior, un article critique envers Greenpeace : « J'étais effondrée parce qu'ils sont très susceptibles, j'ai déjà eu des problèmes avec eux parce qu'ils n'étaient pas contents de mes papiers, alors j'ai vraiment eu très peur qu'à Papeete, ils piquent une crise de nerfs et qu'ils m'empêchent de partir. » Pour le camp d'en face, un journaliste du *Figaro* raconte comment un de ses collègues a été mis sur la touche pour avoir cité les propos *off* d'un général : « Ce journaliste est totalement grillé. Maintenant à 200 mètres, les militaires le sentent arriver, et il n'aura plus jamais une information. »<sup>33</sup>

La pression des sources sur les journalistes s'actualise aussi, de façon moins voyante, à travers des pratiques d'autocensure. Pour un journaliste, où passe la limite entre maintenir de bonnes relations avec ses informateurs privilégiés et se garder de diffuser ou de commenter des informations qui pourraient leur déplaire? Cédant à ce que Gans appelle le *chilling effect*, le journaliste peut anticiper sur les réactions que pourraient susciter son article ou son reportage, et en adoucir le ton afin de les désamorcer.<sup>34</sup> Selon le témoignage de Dominique Marine, le "bon journaliste" est volontiers défini par ses informateurs comme « celui qu'on n'a même plus à rappeler à l'ordre car il a complètement intériorisé "les bornes à ne pas dépasser" pour ne pas froisser son interlocuteur », celui qui sait faire « le tri tout seul » dans ce qu'on lui dit pour ne pas risquer de compromettre ses relations.<sup>35</sup>

Ce type de situation survient de façon très sensible lorsque les journalistes sont matériellement dépendants de la logistique mise en place par les sources. Dans la controverse sur la reprise des essais nucléaires, heurter de front l'armée ou Greenpeace risquait d'être sanctionné par la mise à l'écart des bateaux affrétés par ces deux acteurs pour permettre aux journalistes de couvrir la "bataille navale"

« heurter de front l'armée ou Greenpeace risquait d'être sanctionné »

annoncée. À l'inverse, le fait de monter à bord de ces bateaux signifiait l'acceptation explicite d'un code de bonne conduite ou, selon les termes mêmes de la Royale, d'une "charte de confidentialité", qui spécifiait la nécessité d'une certaine autocensure et donc une restriction de la marge de manœuvre des journalistes. Le reporter de TF1 à bord du Rainbow-Warrior l'admet de lui-même : « On savait depuis le début que de toute façon, on était coincés par Greenpeace. On avait accepté dès le départ, on jouait le jeu, c'était obligé pour embarquer ! On savait que notre métier de journaliste comporterait des restrictions, c'est clair. Et pour ceux qui embarquaient avec le SIRPA, c'était pareil ! »

On retrouve ici les stratégies et les moyens que les sources déploient pour essayer d'orienter le travail des journalistes dans la "bonne direction" en utilisant le levier financier. Lorsqu'il organise un voyage en faveur des médias, par exemple, le SIRPA ne leur transmet pas de facture.<sup>36</sup> Est-il alors facile, demande ce journaliste de *Libération*, de faire preuve d'"indépendance" et de « faire la part des choses? (...) J'ai tendance à penser que ça aide quand même à écrire d'un certain point de vue, à ne pas être trop méchant quand on nous a payé un beau voyage ! »

La plupart des acteurs que nous avons rencontrés estiment que ce genre de connivence se généralise dans des circonstances plus routinières que la controverse des essais nucléaires. Un reporter de TF1 reprend ainsi à Serge Halimi les notions de "journalisme de révérence" ou "de relations publiques" pour décrire le « journaliste administratif », « pris dans sa source », à tel point forcé de préserver de bons rapports avec elle qu'il tend à passer sur ses errements ou sur les critiques dont elle fait l'objet. L'étymologie du mot "connivence" ne renvoie-t-elle pas à la complicité qui consiste à cacher la faute de quelqu'un ?<sup>37</sup>

On sent au passage à quel point la structure des relations entre les journalistes et les sources favorise les informateurs les plus puissants, notamment les autorités, qui savent se présenter comme bien informées,

productives, dignes de confiance, crédibles.<sup>38</sup> Plus visibles socialement, plus proches géographiquement, souvent plus expertes en communication, les sources officielles ont aussi pour le journaliste l'avantage de lui faire gagner du temps et de l'énergie sur la vérification de l'information qu'elles diffusent, et ce pour plusieurs raisons : il les connaît, il sait comment elles fonctionnent et s'il peut leur faire confiance, leur statut rend plus crédible la "rhétorique de l'objectivité" qu'elles développent, elles représentent le point de vue des autorités qu'il faut relayer de toute façon, leur discours est fondé sur des statistiques officielles, etc. Autant de raisons qui autorisent à être moins exigeant avec elles qu'avec d'autres...

Ceci ne veut bien sûr pas dire que le journaliste est démuné et totalement dépendant

de ses sources. D'abord parce qu'il existe bien sûr une hiérarchie entre ces dernières selon leur prestige, leur pouvoir, leur expertise communicationnelle, etc. Mais même les sources les plus puissantes ne maîtrisent pas totalement le jeu, car les journalistes contrôlent une ressource primordiale, la clé de l'accès à la notoriété médiatique, ce qui les force à coopérer au moins dans une certaine mesure. Elles peuvent sanctionner les journalistes jugés trop remuants, mais cette mise en quarantaine ne peut durer trop longtemps, simplement parce qu'elles ont besoin de se faire voir et bien voir dans les médias. Malgré les tensions qu'elle relate par ailleurs, la journaliste de *Libération* présente sur le Rainbow-Warrior explique que « les relations n'ont jamais été rompues avec Greenpeace. Ils n'ont jamais osé, parce que pour eux *Libé* ça compte énormément, comme *Le Monde* : s'ils sont fâchés avec tout le monde à *Libération* ou au *Monde*, ils n'ont plus aucune caisse de résonance pour leurs actions. Je suis l'environnement à *Libération*, donc ils savaient très bien qu'il ne fallait pas couper les ponts avec moi. Il y a eu des échanges de courrier méchants avec la direction du journal, "Elle fait mal son boulot, etc.", mais ça s'est toujours arrangé. »

Ainsi se joue entre le journaliste et sa source une sorte de "danse",<sup>39</sup> chacun s'efforçant de contrôler l'action de l'autre, mais aussi de ne pas susciter son irritation, sinon de le courtiser, pour obtenir des informations ou pour les voir répercutées. Or, parler ainsi de négociation ou d'interdépendance entre ces acteurs indique bien que le journaliste ne jouit pas, dans son travail quotidien, de "l'indépendance" dont il veut parfois se prévaloir.<sup>40</sup>

**« même les sources les plus puissantes ne maîtrisent pas totalement le jeu »**

## La concurrence entre les médias

Il reste à aborder ce qui devient peut-être, à en croire en tous cas nombre de journalistes, leur contrainte majeure, celle qui dérive de la concurrence acharnée entre les médias. Cette concurrence affecte d'abord le choix des sujets à traiter, à travers d'une part le souci de "ne pas se rater", mais aussi la lutte pour le *scoop*. Il s'agit dans le premier cas d'aller là où vont les concurrents, ce qui amène à anticiper sur ce qu'ils pourraient traiter, sinon à calquer en partie sa production sur la leur : tend alors à s'installer une "boucle de l'information", chacun s'inspirant largement de ce que les autres montrent, disent et écrivent. Et dans cette boucle, passer à côté de ce que "tout le monde" traite, être "à la ramasse",

« *la concurrence ne génère pas automatiquement de l'originalité et de la diversité* »

est considéré comme une faute que la rédaction en chef vient (au nom du public) sanctionner. Pour le journaliste, traiter ce que les autres ont traité est donc moins une marque de paresse qu'une façon de se prémunir contre une accusation d'incompétence très coûteuse en termes de crédibilité professionnelle. Le résultat est qu'en dépit de certaines stratégies de démarquage, la concurrence ne génère pas automatiquement de l'originalité et de la diversité. Mais le journaliste doit en même temps, c'est la logique du *scoop*, être là où les autres ne sont pas pour avoir des "infos exclusives", afin de faire la preuve de son autonomie et de sa compétence auprès de ses pairs.

Réussir un *scoop* suscite une exaltation ainsi décrite par un reporter de France 2 : « Là j'ai eu un *scoop*, j'ai vu l'hélico rouge de Greenpeace se poser et les commandos qui ont commencé à arraisonner le bateau. Immédiatement j'ai appelé ma rédaction, je leur ai raconté ça en leur assurant que c'était béton, et comme il était à peu près 20h20 à l'heure de Paris, le rédacteur en chef a décidé de me faire passer en direct au téléphone. Pendant une minute, j'ai improvisé totalement en racontant ce que je voyais, et on a été les premiers à diffuser cette info. L'AFP a envoyé sa dépêche largement après moi, et ça c'est très important pour un journaliste, ça veut dire qu'on était là au bon moment, on a su raconter ce qu'on voyait... Je sais qu'ici, à la conférence de *debriefing* qui a lieu tous les soirs après le journal avec le rédacteur en chef, ils étaient vraiment contents de l'équipe... »

Ce discours montre que la compétition entre les journalistes affecte aussi la vitesse avec laquelle ils doivent traiter et diffuser l'information recueillie. Dès lors que l'information se périmé très vite (« Il vaut mieux

un sujet mal ficelé le jour même qu'un sujet bien fait deux jours après », explique à ses troupes un nouveau présentateur de journal télévisé),<sup>41</sup> dès lors aussi que le public donne une prime à ceux qui lui distribuent les nouvelles les plus "chaudes", dès lors que se développent enfin des médias d'information en continu pour lesquels le direct est l'aboutissement de l'information, alors les journalistes sont pris dans ce qu'un attaché de presse de Greenpeace décrit comme une « frénésie de l'instant ». Cela n'est évidemment pas sans influencer la nature et la qualité de leur production : comment, lorsqu'on travaille sans cesse dans l'urgence, constituer et compiler des dossiers, bâtir une compétence professionnelle suffisante pour savoir se défendre face aux sources, avoir le temps de vérifier l'information ?

Les journalistes que nous avons rencontrés sont extrêmement sensibles à cette contrainte. Tous signalent la nécessité de disposer de temps pour bien faire leur travail. Ce journaliste explique ainsi que la complexité des questions militaires l'oblige à les étudier et les « préparer longtemps à l'avance. Elles sont beaucoup trop complexes, on ne peut pas s'en occuper du jour au lendemain (...). Je traite les questions de défense depuis assez longtemps, donc je sais faire à peu près le tri entre les informations que je reçois, repérer celles qui sont fiables et celles qui sont douteuses, mais mettez-moi sur une nouvelle rubrique et je vais patauger, je ferai sûrement des conneries ! Tout ce que je peux avoir comme *background* c'est capital, ça me permet de mieux traiter l'information quand elle arrive. »

La responsable de la rubrique environnement de *Libération* insiste elle aussi sur la nécessité de prendre du recul par rapport à l'actualité, d'aller à des conférences, de lire des revues, de rencontrer des sources, etc. Sur l'effet de serre par exemple, « il y a pléthore d'informations "sans certitude absolue, mais avec de bonnes raisons de penser que..." », ça vient de partout, de tous les labos du monde, tous les gouvernements et les industriels ont leur avis sur la question, alors c'est très dur de s'en sortir. Chaque fois que j'écris dessus, je dois me replonger dans ma doc, aller voir 50 spécialistes, c'est très long ! Alors quelqu'un de non spécialisé, qui n'a pas le *background* qui lui permette de comprendre un minimum de choses, pour lui c'est impossible à traiter, et il a facilement tendance à prendre pour argent comptant ce sur quoi il tombe en premier, ou la première chose qui lui paraît à peu près lisible et compréhensible... »

Or, les journalistes sont nombreux à se plaindre de ne pas disposer du temps dont ils auraient besoin. Cela vaut bien sûr pour les reporters d'agence. Pour celui de l'AFP présent sur le Rainbow-Warrior par



exemple, « la contrainte principale, c'était d'être le premier sur les infos. En clair, c'était donner l'info une minute avant Reuter. Au premier voyage, j'avais eu un problème de transmission avec le bureau AFP de Hong Kong, on avait eu du retard sur une info assez importante, et je m'étais fait engueuler comme du poisson pourri, alors la deuxième fois j'ai pris encore plus de précautions que d'habitude pour ne pas me faire doubler ». Du côté militaire, le reporter de l'AFP se heurtait à la même pression : la grande faiblesse des reporters d'agence tient selon lui « à la difficulté dans laquelle ils sont souvent de vérifier autant qu'il le faudrait les informations qui leur sont fournies, faute de temps et de moyens notamment.<sup>42</sup>

Cette pression se fait aussi sentir à la télévision : « On doit aller vite, on a quelques heures pour tourner un sujet et pour le monter, on doit en fournir un ou deux par jour, alors forcément on est un peu obligé de rogner sur le travail de vérification ; quand on a deux sources différentes c'est déjà pas mal ! » À cause de la concurrence, explique cet autre reporter, « il faut aller vite, et ça va forcément au détriment de la vérification de l'information. "Coco, il vient de se passer un truc, faut le faire tout de suite, le journal approche" : là oui, on fait des conneries, c'est clair. Tout le monde en fait, toutes les chaînes, on est tous pris par le temps. » Et les journalistes de la presse écrite ne sont pas non plus à l'abri : « On manque de temps, on travaille dans des conditions de rapidité, d'urgence, d'inconfort, on est dix dans la même pièce quand on écrit le papier, on est dérangé, des gens rentrent, sortent, nous téléphonent... En général, c'est sur des questions pas très importantes qu'on fait des erreurs, on parle de Michel Giraud alors que c'est André, etc. Mais des fois, quand on est fatigué, quand il y a du bruit, eh bien on fait des bêtises... »

Le discours de ces journalistes mêle donc une réflexion sur les contraintes de temps qu'ils subissent, et une mise en évidence des "dérapages" ou des "erreurs" qu'ils en viennent alors à commettre, par

manque du *background* ou du temps nécessaires pour connaître leur sujet et vérifier les informations. Que faire, par exemple, lorsque l'AFP envoie une dépêche dont il est impossible de contrôler immédiatement la véracité ? Ce journaliste répond : « À partir du moment où l'AFP envoie une information, on va vite la diffuser parce qu'on pense qu'elle ne peut pas se permettre de dire des conneries, ce qui est un peu naïf. Et puis surtout, on se dit que les autres, eux, vont diffuser cette information. Il faut décider vite, et on ne prend pas toujours

« *il faut décider vite, et on ne prend pas toujours la bonne décision* »

la bonne décision... C'est tout le problème de notre métier, on travaille dans l'urgence. C'est un métier difficile, qui demanderait qu'on ait toujours un temps de réaction, une possibilité de prendre un peu de recul, mais comme c'est une possibilité qu'on n'a pas, eh bien on risque de se faire piéger par une mauvaise information... »<sup>43</sup>

La contrainte du temps pèse d'autant plus que les sources tentent d'en faire "un point d'ancrage" pour leurs propres intérêts,<sup>44</sup> en programmant par exemple des conférences de presse à la dernière minute et juste avant les heures de tombée : les journalistes sont alors plus ou moins contraints de relayer tel quel leur argumentaire, sans pouvoir le critiquer ou donner la parole à des sources adverses. Cette tactique est souvent employée et souvent efficace, comme le reconnaît ce journaliste du *Figaro* : « Tous ceux qui ont quelque chose à annoncer jouent avec ça, ils nous mettent la pression ! Il y a quelque temps, le Conseil Constitutionnel a sorti une décision concernant la loi Falloux à 19h55. Du coup, elle tombait brute dans le journal, le journaliste à l'antenne ne pouvait pas faire autre chose que de la donner sans commentaire, sans explication, sans rien. Or, dans chaque décision du Conseil il y a 15 ou 20 considérants, des nuances, mais il y avait eu une volonté politique de donner cette décision brute, et de faire en sorte que le gouvernement qui était mis en cause par cette décision ne puisse pas réagir pendant le journal télévisé. C'est de la manipulation, tout simplement ! (...) Mais c'est difficile de résister à ça. On est très vulnérable face à ce genre de procédés. Qu'est-ce que vous voulez qu'on fasse ? On nous met sous pression de telle sorte qu'on est obligé de prendre telle porte plutôt que telle autre. » Et de citer les reporters qui suivent les conférences de presse avec un téléphone portable pour en donner le compte-rendu en direct, au risque d'être réduits au rôle de porte-voix ou de relayer des informations erronées ou manipulatoires qu'ils n'ont pas eu le temps de contrôler.

On voit ainsi se dessiner un schéma qui, à en croire ces journalistes, est de plus en plus répandu. Tout se passe comme si le système médiatique fonctionnait, dans certains cas tout au moins, comme une "tuyauterie" à l'intérieur de laquelle des informations transitent sans que les journalistes n'aient ni le temps, ni les moyens de bien les vérifier, et à l'issue de laquelle des interprétations plus ou moins biaisées des événements peuvent être diffusées et devenir alors des vérités "incontestables", car incontestées. Lorsqu'une mauvaise information est « mise dans un tuyau, déplore ce journaliste, elle se diffuse presque sans rencontrer d'obstacle... » et elle devient alors un fait avéré.<sup>45</sup>

## La pression des pairs

Pour se défendre face aux contraintes évoquées jusqu'ici, et surtout face à la pression des sources les plus puissantes, les journalistes ont développé une stratégie d'institutionnalisation et de valorisation de leur profession,<sup>46</sup> avec la création d'un syndicat en 1918 (le SNJ), puis des *Cahiers de la presse* en 1938, l'instauration de la Carte de presse et la mise en place de plusieurs écoles de journalisme. Parallèlement, on a vu se constituer un corpus de valeurs propres à la profession, et dont ces institutions et procédures sont chargées de garantir l'enseignement, la diffusion et le respect : objectivité, indépendance, probité, souci du public, et rejet de tout ce qui pourrait porter atteinte à cette image idéalisée du journaliste. Ces valeurs sont aussi mises en avant par les professionnels eux-mêmes, qui se blâment ou se félicitent mutuellement à chaque dérapage ou à chaque coup d'éclat. Des revues critiques célèbrent les collègues qui se sont opposés aux pressions et ont fait honneur à la profession (cf. le classique hommage rendu à ceux qui ont "fait éclater" l'affaire du Watergate), tandis qu'elles identifient et stigmatisent ceux qui ont pris des libertés avec ces valeurs de base.

Or cet ensemble de valeurs, actualisé dans le discours sur le "professionnalisme", sur la "déontologie" ou sur l'affirmation de la nécessité de "rester objectif" et de "croiser ses sources", représente pour le journaliste une arme symbolique non négligeable pour se défendre face aux acteurs avec qui il est en négociation (les sources, les propriétaires, les annonceurs). Il peut toujours faire valoir qu'il est sous le regard de ses pairs pour faire comprendre et admettre à ses interlocuteurs impatients ou mécontents qu'ils ne peuvent pas lui faire faire "n'importe quoi" : ceci entre dans une stratégie qui consiste à faire jouer les contraintes qu'il subit les unes contre les autres pour augmenter sa marge de manœuvre.

Il reste que cette idéologie professionnelle, de moyen de défense de la profession, se transforme à son tour en contrainte, autant pour le choix des informations à traiter que pour celui des "angles" retenus ou des commentaires : le journaliste risque toujours d'être brocardé pour avoir fait un mauvais choix éditorial, pour avoir manqué de rigueur ou d'objectivité, pour s'être laissé manipuler, etc. L'existence de valeurs partagées et surtout idéalisées au sein de la profession l'oblige à toujours "garder la face" pour "rester crédible" aux yeux des pairs, à se conformer

à l'image sociale du "bon journaliste". Comme le raconte ce journaliste, « on voit les confrères, on voit comment ils travaillent, on lit leurs papiers, donc très vite on sait s'ils ont des bonnes sources d'information ou pas, on sait s'ils font du bon boulot ou pas, on constate que certains ont moins de scrupules que d'autres à dire des choses un peu approximatives, ça se voit tout de suite... »

Les journalistes qui ont transgressé les "valeurs fondamentales" de la profession subissent alors une sanction sous la forme d'anecdotes ou de rumeurs qui circulent entre collègues. Ce reporter envoyé en Polynésie pour couvrir la reprise des essais français condamne par exemple les agissements d'un collègue qui « a balancé des sujets avec des images d'archives qu'il avait tournées le mois précédent au cours d'un voyage de presse à Mururoa, en faisant croire qu'il était encore là-bas, alors qu'il était à Papeete ! Lui il s'en moque pas mal, mais c'est un manque de rigueur. »

Mais il arrive que ces critiques soient portées sur la place publique : on songe par exemple à la dénonciation par l'émission *Arrêt sur image* des "bidouillages" des journalistes du petit écran, ou à l'appel à un journalisme plus autonome et moins déférent qui transparait dans de nombreux sketches des *Guignols de l'info*. On peut parler alors de "sanctions" internes à la profession. Les journalistes sont moins soucieux qu'on le dit souvent des réactions du "public", dont ils n'ont qu'une appréhension vague, lointaine et, la plupart du temps, seulement statistique. Par contre, l'exigence fondamentale est pour eux « d'établir et de maintenir leur crédibilité auprès des acteurs habilités à la reconnaître et à la sanctionner », c'est-à-dire leurs collègues et leurs informateurs (leurs "publics immédiats"), avec lesquels ils sont en contact permanent et direct.<sup>47</sup> Et si chacun doit "faire attention" à ce qu'il publie, sous peine d'écorner sa crédibilité et son image, il y a là une contrainte supplémentaire dont les journalistes se doivent de tenir compte au quotidien.

## Conclusion

On voit finalement que loin de se trouver, face aux événements et aux discours qui animent le corps social, dans une position extérieure et autonome, le journaliste se situe en réalité à un carrefour de contraintes avec lesquelles il est plus moins forcé de composer. Il est d'abord inséré dans une organisation qui fonctionne selon des critères de rentabilité, ce qui l'oblige à rationaliser au maximum la collecte et le traitement de

l'information. Il doit aussi dans une certaine mesure se conformer aux *desiderata* de ses propriétaires, voire des annonceurs. Son immersion dans un "bain idéologique", son besoin de nouer des relations serrées avec un réseau d'informateurs, sa difficulté à disposer du temps nécessaire à la constitution d'un savoir solide sur les sujets qu'il aborde et à la vérification de l'information, constituent autant d'autres contraintes qui restreignent sa marge de manœuvre, tandis que la pression de ses pairs l'oblige, sur un mode tout aussi contraignant, à ne pas trop céder à ces pressions. On pourrait encore parler des contraintes d'ordre technique (le besoin impératif de trouver des moyens de transmettre dans de brefs délais sa production, souligné avec force par les reporters de l'AFP), de celles liées au format des articles et des reportages, des contraintes sémantiques, etc.<sup>48</sup>

Dans une formule éclairante, Goffman explique que « les individus n'inventent pas le jeu d'échecs chaque fois qu'ils s'assoient pour jouer... » De la même façon, le journaliste est soumis à des règles sur lesquelles il n'a pas autant de prise qu'il le voudrait. Inutile donc d'y voir le "coupable" de la façon, souvent frustrante, dont l'actualité est produite, car celle-ci dépend finalement assez peu de son bon vouloir, du moins dans un média d'envergure.<sup>49</sup> Quand on leur demande un avis sur les "dérapages" qu'ils peuvent commettre ou sur la montée d'un "journalisme de connivence", les journalistes rejettent volontiers la faute sur la personnalité de quelques "brebis galeuses". L'un d'eux affirme ainsi que ces dérives s'expliquent par « un manque de courage, une certaine paresse, un manque d'envie de se fatiguer, un manque de travail aussi. C'est une question de personnalité ! » En écho, ce reporter explique que le "journaliste idéal" est « celui qui est têtu, qui travaille beaucoup, qui multiplie les sources. » Certains journalistes ne se conforment pas à ce profil parce qu'ils sont « paresseux, tout bêtement », mais « ça dépend de la conscience du journaliste, de sa force, de son intelligence. Il y a ceux qui se laissent faire, et puis il y a ceux qui ne veulent pas se laisser faire. Ils n'arrivent pas forcément à toujours se défendre, mais au moins ils essayent. C'est une question de personnalité... » Contre cette auto-analyse sommaire, qui fait le tri entre certains "responsables" et d'autres qui seraient "hors de cause", il faut rappeler le poids des multiples contraintes subies par les journalistes, à l'intérieur des salles de rédaction et dans leur rapport aux sources, à leur culture, à leur public.

Faut-il alors penser que le journaliste est condamné à rester prisonnier de ces pressions ? On peut espérer qu'il existe une autre voie. Dévoiler les contraintes cachées qui pèsent sur les acteurs, « c'est tenter d'offrir aux uns et aux autres une possibilité de se libérer, par la prise de

conscience, de l'emprise de ces mécanismes ». <sup>50</sup> En mettant à jour la genèse sociale des facteurs qui conditionnent notre activité à notre insu, la sociologie nous permet d'être « un peu moins les jouets des jeux sociaux que nous jouons, et par là-même d'en limiter les dégâts ». <sup>51</sup>

Ceci vaut, bien entendu, pour les professionnels des médias. Mais cela s'applique aussi à ceux qui, en lecteurs, en téléspectateurs ou en auditeurs, "consomment" l'actualité. Mieux connaître les contraintes des journalistes, cela permet non seulement de suivre leur production avec une capacité de distanciation supérieure, mais aussi de récompenser ceux qui tentent de lutter contre ces contraintes en faisant le choix de l'investigation et en élargissant leurs réseaux de sources : autant de moyens de faire pression, plus efficacement que par la simple incantation moralisatrice, sur les journalistes, sur leurs patrons et sur le législateur, afin qu'ils contribuent à rendre possible un système de production de l'information moins frustrant... ■

### Notes

1. Cf. les ouvrages suivants, dont les titres sont particulièrement parlants : *The Manufacture of News* (Cohen & Young, 1981) ; *Manufacturing the News* (Fishman, 1980) ; *Making News* (Tuchman, 1980).
2. Neveu & Quéré (1996, p.11).
3. Pour l'analyse du "scandale du sang contaminé", cf. Champagne & Marchetti (1994).
4. Sur la contribution des médias à la cristallisation des identités nationales, cf. B. Anderson (1983). Les identités collectives construites dans et par les médias peuvent déterminer de façon cruciale l'action et même l'existence des groupes sociaux, dans la mesure où elles influencent le sentiment des individus d'appartenir à un groupe cohérent, ainsi que le répertoire d'action collective à leur disposition (Mercier, 1993).
5. Par exemple, lorsqu'ils reprennent à leur compte la définition d'un groupe comme "déviant", les journalistes influencent la définition même de la déviance : « Dans la mesure où les journalistes invoquent et appliquent des normes, ils les définissent » (Tuchman, 1980, p.183).
6. Cf. Molotch & Lester (1996).
7. White (1950, p.383).
8. Charron & al (1991, pp.8-9).
9. Charron & al (1991, p.174).
10. Derville (1997b). Nous avons rencontré 18 acteurs de cette controverse, qui ont travaillé à Paris ou en Polynésie (à Tahiti, à Mururoa, sur un bateau de Greenpeace ou de l'armée) : trois membres de Greenpeace-France (le Président, un "campaigner", une attachée de presse), deux officiers de presse du SIRPA, trois journalistes de l'AFP (deux reporters et

un localier parisien), deux journalistes de TF1, France2, *Libération* et du *Figaro*, et un journaliste du *Monde* et de *L'Humanité*.

11. Curran & al (1982, pp.25-26).
12. Curran (1990, pp.132-133).
13. Curran (1990, pp.120 & 133).
14. Gans (1979, p.253).
15. Glasgow University Media Group (1976); Hall (1982, p.30).
16. Champagne & Marchetti (1994, p.54).
17. Champagne & Marchetti (1994, p.58).
18. Derville (1998).
19. Sur cette question de l'influence des médias, génératrice de controverses sans fin et d'assertions hâtives, cf. notre revue critique (Derville, 1997a).
20. Neveu & Quéré (1996, p.7).
21. Tuchman (1980), Charron & al (1991).
22. Cf. Charron & al (1991, p.10).
23. Le concept de *newsworthiness* désigne l'ensemble des critères plus ou moins implicites (et variables selon l'époque, le contexte, le domaine), en fonction desquels les professionnels des médias considèrent qu'un fait ou un discours mérite, en vertu de son caractère inattendu, significatif, spectaculaire, attrayant ou crédible, d'être rendu public – cf. Gans (1979, pp.78-83) ; Molotch & Lester (1996) ; Tuchman (1980, pp.47-59).
24. Cf. Charron (1994, pp.113-117).
25. Cf. Tuchman (1980, pp.12-13 ; Charron & al (1991, pp.10-11).
26. Dans de nombreux cas, ces communicateurs experts jouissent en même temps d'une visibilité sociale et d'une légitimité institutionnelle supérieures à la moyenne, et ils bénéficient d'une proximité géographique, sociale et idéologique avec les médias à qui ils tentent de "vendre" leur argumentation.
27. Gandy (1982).
28. Charron & al (1991, p.212) ; cf. aussi Gans (1979, pp.87-88).
29. Même chose pour les journalistes de télévision : « À la longue, il y a des relations de confiance qui se nouent et qui facilitent le travail des journalistes, parce que ça leur permet un accès aux sources beaucoup plus facile. En Bosnie par exemple, il y a des journalistes qui sont là-bas depuis des années et qui se sont construit un réseau de relations plus ou moins officieuses avec les officiers de presse. Du coup, ces officiers de presse disent certaines choses quand ils parlent à l'ensemble des journalistes, et ils gardent la version officieuse aux journalistes qu'ils connaissent bien, parce qu'ils ont partagé des moments difficiles avec eux, ou parce qu'ils s'apprécient... » (reporter, France2)
30. Charron & al (1991, pp.174-175).

31. "Voir beaucoup de gens", "entretenir le plus possible de contacts avec des informateurs potentiels", ces exigences ne valent pas seulement pour des domaines sensibles, comme le souligne le chef de la rubrique Défense de *Libération* : « Y'a pas 36 manières de procéder, hein ! Un journaliste sportif vous dira la même chose ! »
32. Marine (1995, pp.252-253).
33. L'anecdote est confirmée par un officier de presse du SIRPA : « Si un militaire a le sentiment de s'être fait avoir par un journaliste, après il aura tendance à se méfier, et les autres aussi, pour ne pas se faire avoir à leur tour ! (...) Il y a une sorte de méfiance à l'égard des journalistes. (Ils) sont un peu réticents quand ils voient arriver des journalistes sur le terrain ou dans les états-majors, ils sont réticents à leur parler, ils refusent de répondre à des interviews, etc. »
34. Gans (1979, p.249).
35. Marine (1995, p.258).
36. Du côté de Greenpeace, les médias invités doivent tout prendre en charge, les nuits comme les repas. Cela revient toutefois beaucoup moins cher que d'affréter un bateau indépendant. En outre, ce que l'on perd en autonomie est gagné en productivité, le fait d'être au cœur de l'action offrant une situation privilégiée pour être parmi les premiers informés, obtenir des interviews, etc.
37. Haegel (1992, pp.102-119).
38. Cf. Gans (1979 pp.129-131).
39. Gans (1979, pp.116-117).
40. Sur un cas de "système d'action" fondé sur une négociation incessante entre les journalistes et leurs informateurs (la tribune parlementaire de Québec), cf. l'ouvrage de Charron (1994).
41. Balbastre (1995, p.160).
42. Courrier personnel à l'auteur, en réaction à un précédent travail (09/05/95). Les rédacteurs de l'AFP sont eux aussi soumis à cette contrainte de temps. Après m'avoir vu pendant plusieurs jours dans son bureau, l'un d'eux eut cette remarque révélatrice : « Vous, vous pouvez faire exactement ce qu'on ne peut jamais faire en presse. Tout simplement parce que ça coûte trop cher ! Pour faire ça, pour passer plusieurs jours sur un boulot, il faut qu'on n'ait pas 36 choses à faire à la fois, des interviews, des conférences de presse, des papiers de synthèse, etc. Il faut du temps pour bien faire son boulot ! Et comme souvent nous on n'en a pas, eh bien qu'est-ce qu'on fait ? De la compilation. On réécrit plus ou moins des choses qui ont été faites par d'autres. C'est un peu obligé, malheureusement... »
43. Comme le raconte Gilles Balbastre, journaliste à France2, « une dépêche AFP équivaut pour nos chefs à une quasi-certitude quant à la teneur de l'information (...). Le fait de remettre en cause une dépêche AFP peut être interprété par un chef de Paris comme une façon de chercher à tirer au flanc » (Balbastre, 1995, p.66).
44. Charron & al (1991, p.178).
45. Un seul exemple, particulièrement frappant, d'"emballement" de la machine médiatique, dû notamment à la pression du temps à laquelle sont soumis les journalistes :



le 16 août 1995, une mission de scientifiques australiens et néo-zélandais rend un rapport commandé par le ministère de l'environnement australien. La dépêche de l'AFP qui en rend compte porte ce titre définitif : « Pas de danger pour la santé, selon un expert australien » (16/08/95). Dans l'ensemble de la presse française, cette information est abondamment reprise, *Le Monde* titrant que « Des savants australiens minimisent la nocivité des essais français » (17/08/95). Or, ces scientifiques diffuseront le lendemain même une mise au point, qui sera beaucoup moins médiatisée que l'information qu'elle démentait, pour expliquer que leurs conclusions sont loin d'être aussi rassurantes qu'on l'a dit : leur rapport affirme que des fuites radioactives sont « hautement probables », dans un délai indéterminé, et avec des conséquences sur l'environnement difficiles à estimer. Mais la lecture très particulière du rapport par l'AFP a été reprise uniformément ou presque par l'ensemble des médias français, avant de devenir un fait "avéré" sur lequel les partisans des essais ont pu s'appuyer pour défendre leur point de vue, et face auquel les opposants ont été fort embarrassés. Pour une description plus détaillée et un début d'explication, cf. Derville (1996).

46. Cf. Mercier (1994).

47. Cf. Charron (1994, p.220).

48. Dès lors qu'un événement est identifié sous une description (un attentat politique, une grève, une émeute), « son explication et son interprétation sont orientées et délimitées par la teneur sémantique des termes utilisés pour cette description ». L'événement devient ainsi "analysable", mais il devient par là-même difficile de l'analyser hors du cadre qu'elle a dessiné (Neveu & Quéré, 1996, p.15).

49. Ce journaliste raconte l'histoire d'un de ses collègues, qui avait quitté *Libération* (seconde mouture) parce qu'il jugeait que la pression de la censure était pesante, et qui avait rejoint *Le Canard Enchaîné*. « Je lui ai dit : "Ça va, tu es content, tu écris ce que tu veux..." Et il m'a répondu : "Mais détrompe-toi ! Il y a des contraintes considérables au *Canard Enchaîné*, on n'a pas le droit de parler de tel sujet ou de telle personne, il y a une grille, et elle est pesante !" Quelque temps après, il se retrouve à *Combat*, et là il me disait : "C'est formidable, même les fautes d'orthographe tu les retrouves dans le journal, j'ai une pleine liberté." Mais *Combat*, c'était 8 ou 10 000 exemplaires... Il avait récupéré la liberté d'écrire ce qu'il voulait, mais le journal ne se vendait pas ! »

50. Bourdieu (1996, p.94).

51. Accardo (1995, p.39).

### Bibliographie

ACCARDO Alain (1995), *Journalistes au quotidien. Outils pour une socio-analyse des pratiques journalistiques*, Bordeaux, Le Mascaret, 259 p.

ANDERSON Benedict (1983), *Imagined Communities*, New York, New Left Books

BALBASTRE Gilles (1995), « Journal d'un Journaliste Reporter d'Images, ou les sherpas de l'info », dans ACCARDO (Alain), *Journalistes au quotidien*, Bordeaux, Le Mascaret, pp.63-85.

BOURDIEU Pierre (1996), *La télévision*, Paris, Liber, 95 p.

CHAMPAGNE Patrick & MARCHETTI Dominique (1994), « L'information médicale sous contrainte », dans *Actes de la recherche en sciences sociales*, n°101-102, pp.40-62.

- CHARRON Jean (1994), *La production de l'actualité*, Montréal, Boréal, 1994, 446 p.
- CHARRON Jean & al (1991), *Les journalistes, les médias et leurs sources*, Montréal, Gaëtan Morin, 237 p.
- COHEN Stanley & YOUNG Jock (1981), *The Manufacture of News*, London, Sage.
- CURRAN James (1990), « Culturalist Perspectives of News Organizations », dans FERGUSON (Marjorie), dir, *Public Communication : the New Imperatives*, London, Sage, pp.114-134.
- CURRAN James, GUREVITCH Michaël & WOOLLACOTT Janet (1982), « The Study of the Media : Theoretical Approaches », dans CURRAN (James) & GUREVITCH (Michaël), *Culture, Society and the Media*, London, Arnold, pp.11-29.
- DERVILLE Grégory (1996), « Quand la machine médiatique s'emballe », dans *Communication et langages*, n° 109, pp.17-32.
- DERVILLE Grégory (1997a), *Le pouvoir des médias*, Presses Universitaires de Grenoble, 158 p.
- DERVILLE Grégory (1997b), « Le combat singulier Greenpeace – SIRPA. La compétition pour l'accès aux médias lors de la reprise des essais nucléaires français », in *Revue française de science politique*, vol. 47 (5), pp.589-629.
- DERVILLE Grégory (1998), « Les représentations des "jeunes de banlieue" dans *Stade2* », in CURAPP, *La politique ailleurs*, Paris, PUF, pp.194-206.
- FISHMAN Mark (1980), *Manufacturing the News*, Austin, University of Texas Press.
- GANDY Oscar (1982), *Beyond Agenda-Setting*, Norwood, Ablex, 243 p.
- GANS Herbert (1979), *Deciding what's News*, New York, Vintage Books, 395 p.
- GLASGOW UNIVERSITY MEDIA GROUP (1976), *Bad News*, London, Routledge.
- HAEGEL Florence (1992), « Des journalistes "pris" dans leur source. Les accrédités à l'Hôtel de Ville de Paris », dans *Politix*, n° 19, pp.102-119.
- HALL Stuart (1982), « The Rediscovery of Ideology : Return of the Repressed in Media Studies », dans CURRAN (James) & GUREVITCH (Michaël), dir, *Culture, Society and the Media*, London, Arnold, 1982, pp.56-90.
- MARINE Dominique (1995), « Le on et le off, ou les fausses confidences », dans ACCARDO (Alain), *Journalistes au quotidien*, Bordeaux, Le Mascaret, pp.252-253.
- MERCIER Arnaud (1993), « Mobilisation collective et limites de la médiatisation comme ressource », dans FILLIEULE (Olivier), dir, *Sociologie de la protestation*, Paris, L'Harmattan, pp.233-259.
- MERCIER Arnaud (1994), « L'institutionnalisation de la profession de journaliste », dans *Hermès*, n°13-14, pp.219-235.
- MOLOTCH Harvey & LESTER Marilyn (1996), « Informer : une conduite délibérée », dans *Réseaux*, n°76, pp.23-41.
- NEVEU Erik & QUÉRÉ Louis (1996), « Présentation », *Réseaux*, n°75, p.11.
- TUCHMAN Gaye (1980), *Making News*, New York, Free Press, 244 p.
- WHITE David (1950), « The Gatekeeper : A Case Study in the Selection of News », dans *Journalism Quarterly*, n°4.