

## La spécialisation à l'international : les logiques de distinction dans un journal économique

Ivan CHUPIN\*

*Doctorant  
en science politique  
Université  
Paris IX-Dauphine  
(CREDEP)*

« À l'international, on est un peu les saltimbanques du journal ». Cette remarque de la rédactrice en chef adjointe en charge du service international d'un journal économique français résume bien la manière dont les journalistes internationaux conçoivent leur travail et sont regardés par leurs confrères. Au sein de ce journal, l'international est subordonné à des logiques économiques. Pour autant, le corps de professionnels en charge de l'international n'en jouit pas moins d'une certaine reconnaissance et d'une relative autonomie. Quelques éléments rendent visibles l'existence d'une spécialisation internationale<sup>1</sup>. Les lieux, tout d'abord, car les journalistes sont regroupés au sein d'un même service, géographiquement distinct des autres. Ensuite, les journalistes bénéficient d'une surface rédactionnelle bien identifiée en tant que telle : deux à trois pages leur sont réservées dans le journal pour le traitement de l'actualité internationale.

On se demandera ici comment s'est construite cette spécialisation internationale et en quoi elle est diffuse, difficile à cerner. Nous nous livrerons à une analyse des discours des journalistes internationaux en interrogeant leur spécialisation à l'aune de leurs pratiques et de leurs représentations. Par là même, il s'agit de comprendre les mécanismes de distinction sociale et les pratiques spécifiques par lesquelles ces journalistes se posent en marge des autres services, voire du journal. La méthode employée ici s'appuie à la fois sur une

observation participante que nous avons réalisée durant l'été 2002 dans ce service, ainsi que sur des entretiens semi-directifs réalisés avec les journalistes en charge de cette rubrique.

Prenant appui sur des pratiques et des trajectoires socioprofessionnelles peu spécialisées, les journalistes internationaux sont amenés à développer une représentation valorisante de leur métier en se distinguant des autres services et de la rédaction en chef en se réclamant d'un journalisme de « terrain » et d'une « compétence générale ».

### La spécialisation internationale à l'aune des pratiques

Si l'international jouit traditionnellement d'un certain prestige au sein de la profession, qu'en est-il dans un journal qui se donne à voir comme spécialisé en économie et où la rédaction en chef et le lectorat privilégient davantage la micro-économie<sup>2</sup> ? La revendication d'une compétence spécifique à traiter des sujets internationaux s'inscrit parfois en opposition avec la spécialisation économique jugée plus légitime par la hiérarchie. Une telle tension traverse les discours des journalistes déchirés entre le journalisme « de terrain » qu'ils rêveraient de faire et le journalisme institutionnel qu'ils produisent. Nous essaierons dans cette première partie d'isoler dans le discours des acteurs certaines pratiques susceptibles de rendre visible le contenu et les manifestations concrètes de cette spécialisation journalistique.

Le service international de ce quotidien économique français s'est étoffé, notamment à partir des années 1990. De trois journalistes au *desk* à Paris, à la fin des années 1980, le service est rapidement passé à neuf journalistes. L'un d'entre eux revient sur cette évolution du service: « *De 1989 à 1991, j'étais chef du service international. En 1988, le journal a été racheté par un groupe international. Le journal était en train de se moderniser et d'essayer de devenir un journal économique et financier et plus seulement un journal professionnel. À l'époque, la structure était très légère au niveau des correspondants étrangers, ce qui permettait d'essayer de développer le réseau. Quand j'étais là, on avait déjà un permanent à New-York. On a ouvert le bureau de Londres et de Francfort. Puis après, on a ouvert un bureau à Tokyo. Je parle de correspondants permanents, et non de pigistes. Ensuite, on a ouvert des bureaux à San Francisco, à Pékin, puis en Italie* »<sup>3</sup>.

Un tel essor du service s'est accompagné d'une logique de spécialisation par zone sur laquelle les journalistes insistent pour marquer leur expertise internationale. Un journaliste présent à l'époque décrit l'acte de fondation. « *À la fin des années 1980, on était trois dans le service.*

Ils ont recruté un chef de service qui a dit : « Maintenant, on est quatre, il faut se spécialiser en accord avec la rédaction en chef ». Donc, nous nous sommes spécialisés. Géographiquement, on a choisi nos spécialités. On a fait un *Yalta* du monde. On s'est partagé les grandes zones, en fonction de nos affinités, mais de nos formations aussi (...) On était quatre pour couvrir le monde géographiquement et thématiquement. » La définition a évolué depuis cette époque. Aujourd'hui, elles se répartissent ainsi – chaque bloc étant couvert par un journaliste du service international : un bloc recouvre l'Afrique et le commerce international (surtout OMC) ; un bloc l'Amérique latine et le Proche-Orient ; un bloc l'Asie et l'Amérique du Nord. Côté européen, il y a un bloc institutions européennes (Commission, Parlement européen, etc.) ; un bloc pays de l'Est et Russie ; un bloc Europe occidentale qui inclut la Turquie. Le chef de service, lui, couvre les institutions de régulation macro-économique internationale (FMI, Banque mondiale, etc.). Cela reflète d'ailleurs bien les orientations du journal, privilégiant dans les relations internationales les aspects financiers.

Cette spécialisation par zone transparaît de manière visible dans le service où les cartes des zones sont affichées au-dessus des bureaux des journalistes. Elle favorise l'affirmation d'une compétence professionnelle. Comme l'explique un journaliste, « les autres journalistes connaissent vraiment bien leurs zones. Quand on cause avec eux de ce qui se passe dans tel ou tel pays, c'est un régal parce qu'ils connaissent très bien la situation. Intellectuellement, c'est stimulant. Tout le monde est super pro dans ce service. » Néanmoins, le fait que des zones puissent aller jusqu'à une trentaine de pays pose certains problèmes quant à la maîtrise des sujets traités. L'affirmation de cette spécialisation s'accompagne souvent dans les discours d'un paradoxal « déni » de compétence de la part des journalistes. Comme l'explique une journaliste en charge de l'Afrique, « il faut avoir l'honnêteté de reconnaître que je ne suis absolument pas compétente sur certains pays. Il y a de gros poids lourds dans ma zone comme l'Angola, la République démocratique du Congo, le Zimbabwe où je ne suis jamais allée. J'ai fais des papiers par téléphone, mais ce n'est pas la même chose que d'y aller. On ne devient vraiment bon que lorsqu'on a une grosse antériorité. Donc trois ans, ça ne te donne pas la mémoire de l'histoire d'un pays. » Un sentiment de non-maîtrise que renforce également l'absence d'un correspondant dans de nombreuses zones. À l'inverse, la présence d'un correspondant permet au journaliste parisien de se focaliser, à l'intérieur de sa zone, sur les pays sans journaliste. Mais, autre paradoxe, les *deskmen* qui couvrent des zones délaissées peuvent ne pas avoir intérêt à ce qu'il y ait un correspondant. Ce dernier réduirait en effet leur surface éditoriale et leurs possibilités de reportage.

Par ailleurs, les journalistes sont conscients des priorités et des attentes implicites de la rédaction en chef. Cette dernière privilégie un traitement de l'international « financiarisé » qui reproduit les principales hiérarchies géopolitiques du champ économique mondial. Il convient de s'intéresser davantage « aux endroits où il y a des enjeux économiques, où il y a des investisseurs et des courants d'échanges. Ou bien, au pays où il y a peu d'investisseurs, mais qui pèse sur la carte du monde, parce qu'il peut y avoir des crises. La Moldavie ne pèse pas sur la carte du monde », précise un journaliste. Un tel souhait de coller aux zones où des investisseurs français sont présents restreint l'espace des pays traités. Le découpage en zones dissimule donc bien souvent une couverture inégale entre les pays. La couverture des pays de l'Est est consacrée aux deux-tiers à la Pologne et à la Russie. Pour ce qui est de l'Afrique, la journaliste se concentre sur les pays du Maghreb, l'Afrique du Sud et la Côte d'Ivoire.

À l'international, plusieurs autres compétences sont avancées comme gage de spécialité. Un journaliste soutient que la compétence linguistique joue un rôle : « Il faut tout de même être un peu plus porté sur les langues que la personne qui bosse en France. Si tu vas à l'étranger, tu es obligé de parler l'anglais. Les gens du service parlent au minimum deux langues en plus du Français. » La spécialisation est ici vue comme liée de manière dynamique à la langue au sens où elles se renforcent mutuellement. Acquérir la maîtrise de cet outil de distinction que sont les langues étrangères apparaîtrait, en retour, comme le moyen de manifester cette compétence. À tel point que cet apprentissage peut même résulter d'un investissement personnel de carrière. À la suite d'un premier voyage en Russie en 1992, un journaliste, alors dans une agence de presse, nous fait part de son choix de se spécialiser : « Je me suis dit que ce pays allait être intéressant à suivre. Et c'est là que j'ai commencé à apprendre le russe (...) Je reviens en me disant que ce serait peut-être un bon fonds de commerce d'être "un petit peu compétent" dans ce domaine. Donc, à l'intérieur de mon agence de presse, on avait monté une lettre qui s'occupait des pays de l'Est, dont j'étais le responsable, et dans laquelle je me suis beaucoup investi pour les contacts, pour devenir "un peu compétent". Apprendre le Russe, ce n'est pas évident (...) Ça me coûtait une petite fortune, mais c'est un investissement. Tu mets toujours du fric et du temps, en espérant que ça marche. Donc, ça, plus des journaux russes et tous les soirs, dans le RER, je lisais mes petits chapitres de russe en me faisant mes traductions, et voilà. Un travail un peu énorme. Mais si je suis là ici, c'est que ça a payé. »

S'il faut se méfier des intentionnalités reconstruites *a posteriori*, ce récit n'en est pas moins révélateur des stratégies de professionnalisation de certains journalistes qui se créent un domaine de compétence afin de le valoriser sur le marché de l'emploi. L'un des paradoxes est que pour

l'heure, la maîtrise du russe ne permet pas à ce journaliste de réaliser des entretiens professionnels dans cette langue. Ses lectures sur sa zone de spécialisation requièrent rarement la maîtrise de la langue de Tolstoï : il s'agit, pour l'essentiel, de journaux anglophones accessibles sur Internet et édités par des « *joint ventures américano-locales* » (*Warsaw Times, Moscow Times*<sup>4</sup>...). Il avoue avoir de plus en plus de mal à trouver *Kommersant*, journal russophone difficilement accessible sur le Net<sup>5</sup>. Ceci vient relativiser l'importance pratique du facteur linguistique même si symboliquement, il reste important et peut servir « sur le terrain », à l'occasion. De manière générale, la tentative de maîtriser sa zone passe par des pratiques de lecture, de revues et journaux plus ou moins spécialisés en langue française ou étrangère, de lettres spécialisées de banques, de consultants, de cabinets d'avocats, etc.

La revendication d'une compétence internationale s'appuie également sur l'invocation du « terrain » comme confrontation à une réalité et comme moyen d'élargir son carnet d'adresses. Mais cette insistance sur les pratiques du reportage fait abstraction de ce qui reste l'essentiel de l'activité. Au jour le jour, elle revient en grande partie à produire des comptes-rendus de rapports de grandes institutions internationales (OCDE par exemple) et à collecter les prévisions macro-économiques des économistes de banque sur la conjoncture. Concrètement, en termes de « terrain », les journalistes internationaux déclarent partir en déplacement une fois par mois en moyenne, mais s'accordent sur le caractère « variable » des sorties. Le journal en période de restriction budgétaire finance moins de déplacements à l'étranger jugés trop coûteux.

Pour finir, on ajoutera certains éléments généraux du professionnalisme journalistique plus ou moins vagues comme le respect des *deadlines*, la « curiosité » ou la « culture générale ». Comme le résume un journaliste insistant sur les compétences requises pour rentrer à l'international : « *Comme tout journaliste, la curiosité. Comme tout journaliste, savoir écrire. Comme tout journaliste, aimer ce qu'il fait. Donc, là en l'occurrence, aimer l'international !* »

## Des diplômés et des trajectoires de généralistes

Face à cette difficulté à circonscrire ce qui constituerait un socle de pratiques spécifiques sur lequel s'appuierait une compétence de spécialiste, on peut se tourner vers une étude des propriétés sociales des journalistes. Leurs trajectoires scolaires et professionnelles apparaissent plus comme le reflet de filières généralistes que spécialisées. La

population que nous étudions ici est située au siège du journal à Paris. Nous avons interrogé six journalistes sur les neuf du service. Mais le fait de travailler dans le journal nous a permis d'être informé des propriétés sociales (trajectoires scolaires et professionnelles) de la totalité d'entre eux<sup>6</sup>.

Ce service ne joue pas le rôle de tremplin dans le journal. Il s'agit davantage d'une rubrique de personnes expérimentées. La première des propriétés qui caractérise l'ensemble de ces journalistes, à l'exception de la rédactrice en chef adjointe, c'est qu'ils sont rarement entrés directement à la rubrique internationale. Tous ont connu des expériences dans d'autres journaux économiques (*La Correspondance économique*, *l'Agefi*, *Le Nouvel Économiste*), ou agences de presse plus ou moins spécialisées (AFP, Agence Agra, Bloomberg, ACP/Telpresse). « *Ici c'est plutôt Sciences-Po* », explique un journaliste du service. De fait, sur les neuf journalistes concernés, cinq sortent de Sciences-Po Paris. Il convient de dire que ce mode de recrutement d'élèves passés par Sciences-Po ne semble pas spécifique au service étudié mais est une tendance assez répandue au sein de ce journal, et de la presse quotidienne nationale. Les grandes dominantes dans les orientations au sein de leur formation sont le droit international et l'économie. Certains de ces journalistes peuvent avoir des doubles ou des triples cursus. Ainsi, l'un des journalistes est en même temps ingénieur agronome de l'Institut national d'agronomie de Paris Grignon (INA-PG) et diplômé de Sciences-Po Paris. Un autre journaliste est aussi titulaire d'un diplôme de Sciences-Po Paris et d'un master de management des médias à l'École supérieure de commerce de Paris (ESCP). Enfin, la rédactrice en chef adjointe illustre bien cette tendance avec une maîtrise de sociologie, une licence de communication et un diplôme de la chambre de commerce britannique. De tels parcours scolaires laissent à penser que la maîtrise de l'international requiert plus une « compétence générale » qu'une spécialisation précise dans un domaine...

Les journalistes ont souvent une relative ancienneté dans le service et/ou dans le journal (entre 10 et 19 ans) ou dans le métier. La moyenne d'âge du service est de 44 ans, ce qui ne la distingue pas tellement de la moyenne d'âge des autres services<sup>8</sup> (industrie, société). Le plus jeune a 34 ans et la plus âgée 62 ans. Demeurer au journal découle de la rémunération souvent supérieure aux titres concurrents (« *On est très bien payés par rapport aux autres journaux* »). Or, cette stabilité au sein de l'organe de presse contraste avec une certaine mobilité au sein du service. Le fait que les journalistes puissent échanger leurs zones, voire venir d'un autre service du journal, ne va pas sans questionner la notion de spécialité internationale. Une journaliste issue du service « Finances »

raconte ainsi son arrivée dans le service : « J'ai demandé à passer à l'international, ce qui s'est fait. Ça a correspondu à un moment où ils réorganisaient l'ensemble du service. La chef de service est passée sur un poste d'enquêtrice, celle qui couvrait l'Europe a pris la direction du service, celle qui suivait l'Asie a basculé vers l'Europe, celui qui couvrait l'Afrique s'est vu remettre l'Asie, et moi j'ai reçu l'Afrique. Il y a eu un espèce de grand jeu de chaise musicale dans lequel je me suis insérée. »

Dans de nombreuses professions médicales (souvent à caractère manuel d'ailleurs comme dentiste, chirurgien, etc.), au-delà d'un certain degré de spécialisation, tout échange est impossible. Tel n'est pas le cas dans le service observé, et sans doute plus globalement dans le journalisme, où les spécialisations apparaissent comme plus souples. C'est pour ça que nous parlons de « compétence générale » ou de spécialisation diffuse. L'interchangeabilité s'illustre aussi par un fort *turn-over* des chefs de service. Souvent, les anciens chefs restent dans le service en tant qu'éditorialiste ou enquêteur. « Il n'y a que des ex-chefs du service », explique un journaliste, assertion qu'on peut tenter d'expliquer par deux hypothèses. Ou bien la création, en interne, de postes « honorifiques » attesterait de la qualité des conditions de travail décrites par tous les membres du service. Ou bien elle permettrait d'éviter des difficultés (et une non volonté) de reconversion à d'autres postes de responsabilités « hyper spécialisés ».

### **Une (re)présentation<sup>9</sup> valorisée de soi : les logiques de distinction**

Dans notre recherche de ce qui pourrait constituer une spécialisation internationale, il convient d'interroger les représentations que les journalistes se font d'eux-mêmes. Dans le cadre de ce journal économique, l'international n'est pas la priorité de la rédaction en chef. Dans une position relativement dominée au sein du journal, les logiques de valorisation de soi et de distinction prennent leur sens. On peut y voir ce qu'Erving Goffman appelle un « retournement de stigmaté »<sup>10</sup>.

Opposés à des « hyper spécialistes » (finances, secteurs industriels, etc.), les journalistes internationaux vont faire de leur propre spécialisation une compétence, et affirmer la nécessité de leur existence. Par exemple, on citera les propos de ce journaliste : « Pour les autres services, on est un peu les charlots du journal, les moins spécialisés. On couvre à la fois la politique, l'économie. On couvre un peu tout : pour des gens qui sont spécialisés et qui passent leur temps à parler des bilans d'une entreprise d'agro-alimentaire, on est des touristes. Mais d'un autre côté, on est des touristes

*indispensables. On est des gens qui nous élevons au-delà du débat national. Ça les fait un peu rêver aussi. »*

Tout d'abord, cette représentation valorisante de soi repose sur la « noblesse » supposée de la matière traitée. L'international s'oppose au microscopique, au local. « *J'ai toujours trouvé qu'il était plus intéressant de savoir comment évoluait la face du monde que de savoir ce qui se passait juste à côté de chez soi* », affirme un journaliste. Couvrir l'international apporte aussi un sentiment « grisant » dans le fait de côtoyer les « *grands de ce monde* », comme si la fréquentation de ces derniers déteignait sur le journaliste et la perception qu'il se fait de son métier. Ce genre de valorisation transparaît bien dans les propos d'une journaliste en charge de l'Afrique : « *Sur ma zone, je vois des responsables internationaux. Au niveau des interlocuteurs, c'est souvent des présidents. C'est drôle à l'échelle d'une vie. Oui, c'est quand même drôle. En Afrique francophone, tu as des gens qui sont là depuis les lendemains de l'indépendance. On peut dire ce que l'on veut, mais ce sont quand même des gens qui ont façonné le pays à leur façon, même si ce n'est pas dans la richesse, etc. Tu as des personnalités quand même ! C'est drôle de voir ces gens* ». On peut penser qu'il y a, dans la difficulté à décrire ce plaisir (« *c'est drôle* »), la sensation de faire un métier « pas comme les autres » ou du moins, pas comme celui des autres membres du journal.

Le sentiment de sa propre singularité passe également, selon les répondants, par un fort investissement professionnel. Le journaliste international se présente comme un homme « de terrain » : « *Travailler à l'étranger, c'est du sport, en termes intellectuel, psychologique et même physique. C'est un marathon. Par définition lorsque tu travailles sur l'étranger, tu y vas, tu te déplaces, tu es obligé de t'infuser dedans. Mais le reportage à l'étranger dure peu de temps, c'est toujours un exercice même physique. Moi, il m'arrive d'avoir jusqu'à 7 rendez-vous d'une heure, une heure et demie. Et ça 6 ou 7 jours dans la semaine. Donc à la fin de la semaine, je peux avoir 40 interviews sur mon cahier* ». Ce genre de discours<sup>11</sup> s'accompagne également d'une vision du « reportage total » qui reprend certains des mythes de la profession illustrés par les conseils qu'on donne aux apprentis journalistes dans certaines écoles de se muer en « éponge » afin de s'imprégner au maximum des ambiances. Le même journaliste explique comment il s'efforce de s'oublier lorsqu'il est en reportage : « *Quand je sors, je vais traîner dans les rues, dans les bars, dans n'importe quoi, pour encore essayer de comprendre et de regarder comment vivent les gens. C'est vraiment une infusion. Comprendre un pays comme l'Inde, l'Irak ou même un petit pays comme Chypre, par exemple, c'est perdu d'avance ! Donc, tu essaies de sauver au maximum les meubles en étant réceptif 24 heures sur 24. Aller traîner dans les bars, aller danser avec les gens dans les boîtes, voir tout le monde. Ne pas parler qu'au ministre des Finances, aux banquiers.* »

Cette représentation de son activité est liée à un travail de marquage identitaire s'appuyant sur une distinction par rapport aux autres services. Les journalistes de l'international réduisent souvent le métier des journalistes des autres rubriques à un travail routinier. Il faut noter que pour certains d'entre eux, ce travail de distinction prend appui sur leur propre expérience. Ainsi pour l'une d'elle, ancienne du service « Finances » : « Je m'épanouis plus à l'international que si je devais faire "le dollar monte", "le dollar baisse" tous les jours. Quand tu parles aux vingt banquiers de la place de Paris, c'est les mêmes qui étaient là il y a 10 ans, ce sont les mêmes qui seront là dans 10 ans. Je ne m'enrichissais plus. Je tournais en rond. » Mais cette opposition de l'international à l'activité routinière de chroniqueur économique se manifeste aussi chez des journalistes n'ayant jamais fréquenté le service « Finances ». Un journaliste me dira par exemple qu'au service « Finances », « ils ne savent pas citer le nom d'une capitale. Enfin, j'exagère ! » Une telle présentation s'effectue sans trop de nuances, même si un certain second degré est souvent perceptible.

Les journalistes internationaux se plaisent donc à véhiculer une image d'eux en décalage par rapport aux autres, revendiquant même une certaine déviance par rapport à la norme. Comme l'explique un journaliste : « Le service international a toujours été un peu considéré comme le vilain petit canard, les charlots. L'international, c'est les mecs qui bougent, ils cultivent plus le look jean-sac à dos que costard rayé (...) C'est des gens différents parce qu'ils vont beaucoup à l'extérieur, donc ils cultivent un style baroudeur entre guillemets. » En réalité, la singularité vestimentaire n'a rien de flagrant au quotidien. Les journalistes du service international peuvent être amenés, à Paris, à fréquenter des ambassadeurs, des économistes de banque, etc., ce qui limite le « relâchement » vestimentaire. En outre l'importance du journalisme « assis » atténue aussi le « look baroudeur » revendiqué.

On retrouve également dans leurs représentations et dans leurs discours une opposition très marquée entre le « eux » et le « nous ». Le « eux » désigne alors la rédaction en chef, entité collective dont la prise de décision résulte pourtant du jeu de nombreux acteurs. Ce rapport de pouvoir est certes assez fréquent dans le monde du travail et se matérialise souvent dans l'espace. Ici, il importe pour le service de se distinguer de la rédaction en chef située un étage au-dessus des autres services, à l'étage de l'édition. « Tu as été là-haut ? » est une manière pour les journalistes de désigner le lieu où se déroulent les deux conférences de rédaction de la journée (le matin et en début d'après-midi à 14h00). Les journalistes sont conscients des rapports qui s'y nouent. L'un d'entre eux plaisantera une fois sur le fait qu'il « faudrait s'asseoir à la table où les rédacteurs en chef sont installés. Car tant que tu es debout, ils te dominent ».

Au sein même du service, la contestation des choix éditoriaux est permanente, à tel point que l'on peut même penser qu'elle est productive d'identité collective. Le directeur de la rédaction est souvent vu comme quelqu'un qui « n'aime pas l'international ». En limitant leur critique à une analyse en termes de sentiments, les journalistes traduisent plus dans leurs propos une contestation rituelle des choix éditoriaux qu'une réelle volonté de changement. Elle joue donc avant tout un rôle d'exorcisme collectif qui permet de rappeler de manière ponctuelle et épisodique son désaccord, afin de faire groupe.

Mais plus globalement, ce que ce genre de micro-réticences – voire de micro-mutineries – traduisent, c'est davantage un conflit sur ce que le journal devrait être, de leur point de vue. Elles font apparaître une tension permanente entre un journalisme « de terrain » réclamé par les journalistes internationaux, et les choix plus institutionnels de la rédaction en chef. Par exemple, l'une des journalistes explique les sujets « majeurs » pour « eux » : « Dans l'esprit de la rédaction en chef, c'est les États-Unis, l'Allemagne, l'institutionnel européen, un petit peu de Japon. Voilà, les pays développés. Mais l'ensemble du service est en porte-à-faux entre ce qu'on lui demande et ce qu'il souhaiterait faire (...) C'est-à-dire que ce qui paraît dans nos pages n'est pas le résultat de ce que nous on souhaiterait faire. Ce n'est pas la hiérarchie de l'information que nous on mettrait, mais c'est le fruit d'une hiérarchie favorisée par la rédaction en chef (...) Si la BCE ne baisse pas ses taux, on trouve que cela mérite une brève et pas forcément un papier de trois feuillets. »

La contestation rituelle passe aussi par la critique – néanmoins jamais radicalement hostile au néo-libéralisme – du journalisme « de sommet ». Comme le dit une des professionnelles, « on est un peu écartelés entre une tendance très institutionnelle avec la couverture de sommets, la couverture macro-économique pure et dure. Et, puis au contraire, une vocation de culture plus générale pour voir comment un pays fonctionne. Le reportage, nous, on souhaite le développer, mais pour l'instant, on ne trouve pas forcément un écho très favorable au sein de la rédaction en chef. Ils sont plus sommet ou macro-économie. »

Les journalistes du service s'opposent à ces priorités jugées « incontournables » par la rédaction en chef<sup>2</sup> : « Ce qui prend beaucoup de budget au détriment de tout le monde, c'est tous les G7, tous les Davos, les grands messes qui sont horriblement coûteuses parce qu'on est dans des hôtels chers. Ça revient entre 20 000 et 30 000 francs par personne. C'est immanquable, on ne peut pas se permettre de ne pas avoir un envoyé spécial au G7, même s'il ne s'y dira rien. Il y a des "marronniers" comme on dit dans le jargon. Des trucs qui reviennent tous les ans et auxquels on est obligé d'aller sans se poser

la question de leur intérêt. » On peut d'abord voir dans l'assistance « obligatoire » aux grands messes la manifestation d'une révérence par rapport aux institutions. Mais aussi l'utilisation des journalistes comme outil de promotion de la « marque » que constitue un titre : la présence aux sommets rend le titre visible auprès des « décideurs ».

Les journalistes internationaux ont réussi à se faire reconnaître une spécialité propre au sein du journal. Néanmoins, sur le plan de leurs pratiques comme de leurs représentations, tout porte à croire qu'il s'agit d'une spécialisation diffuse. À l'extrême, on peut même soutenir que la rubrique internationale du journal constitue un sous-champ spécialisé (car reconnu et institutionnalisé comme tel par la rédaction en chef), mais peuplé de généralistes. Cependant, si l'on dépasse le cadre des rhétoriques professionnelles pour se plonger dans la pratique, on peut redonner un sens à la notion de « spécialisation » : ces journalistes apparaissent alors davantage comme des spécialistes d'un international institutionnel et financier qu'ils réprouvent, mais qui constitue l'essentiel de leur quotidien ■

### Notes

- \* Doctorant en science politique à l'Université Paris IX-Dauphine (CREDEP) sous la co-direction de Jacques Gerstlé et Dominique Damamme. Je remercie Laurent Mimouni, Mikaël Azoulay, Dominique Marchetti, Brigitte Gaiti pour leurs relectures, ainsi qu'Olivier Baisnée pour les documents qu'il m'a communiqués dans les plus brefs délais. Je remercie également les journalistes que j'ai interrogés et auxquels j'ai promis l'anonymat.
1. Si les travaux sur la sociologie du journalisme et les spécialisations professionnelles se sont développés ces dernières années (voir entre autres, Érik Neveu, *Sociologie du journalisme*, Paris, La Découverte, 2001 et les articles du numéro de *Réseaux* consacré aux « journalistes spécialisés », vol.20, n°11, 2002. Voir aussi, sur la question des effets de l'information, Jacques Gerstlé « dir. », *Les effets de l'information en politique*, Paris, L'Harmattan, 2001), le champ du journalisme économique semble être un objet de recherche relativement délaissé (à l'exception de la récente thèse de Julien Duval sur le journalisme économique, peu de travaux traitent ce sujet. On peut donc se reporter à Julien Duval, *Un journalisme en expansion. Contribution à une sociologie du journalisme économique et des relations entre le champ économique et le champ journalistique*, Paris, Doctorat de sociologie (dir. Rémi Lenoir), École des Hautes Études en sciences sociales, 2000. Voir également l'article de Philippe Riutort, « Le journalisme au service de l'économie. Les conditions d'émergence de l'information économique en France à partir des années 1950 », *ARSS*, n°131-132, mars 2000, p.41-55 et l'article de Julien Duval, « Concessions et conversions à l'économie. Le journalisme économique en France depuis les années 1980 », *ARSS*, n°131-132, mars 2000, p.56-76).

2. Notons que dans plusieurs journaux comme *Le Monde* ou *Le Figaro*, l'international est une rubrique perçue comme importante ; pour preuve, elle « ouvre » ces journaux. Dans le titre que nous avons étudié, elle n'arrive que bien plus tard dans le contenu, après les pages « France » consacrées à la politique et à la macro-économie hexagonale.
3. Il est intéressant de constater que sur la même période, les autres journaux d'information ont eu plutôt tendance à fermer des bureaux et à recourir à des pigistes. On peut émettre l'hypothèse qu'un tel développement va de pair avec l'internationalisation accrue de l'économie depuis l'effondrement du bloc soviétique. Plus globalement, on peut penser qu'elle correspond à une logique d'expansion propre au journalisme économique au début des années 1990 et propre à ce journal. Toutefois, il faut relativiser l'ampleur de ce développement des effectifs, car l'ensemble du journal s'est aussi développé, avec la création de la rubrique « Politique-France », qui n'existait pas à la fin des années 1980 et de nouvelles rubriques comme « High-tech »...
4. Voir les sites suivants : [www.varsawtimes.com](http://www.varsawtimes.com) et [www.themoscowtimes.com](http://www.themoscowtimes.com)
5. [www.kommersant.ru](http://www.kommersant.ru)
6. Des informations sont également disponibles dans le *Guide des journalistes économiques*, Paris, Éditions Jean-François Doumic, 1999.
7. Parmi les quatre autres : l'une a fait l'Institut de développement à Genève, un autre un DESS de finances, un troisième est diplômé d'une maîtrise de droit international et d'une école de journalisme (le CUEJ de Strasbourg) et le dernier est titulaire d'une maîtrise d'histoire économique et sociale.
8. Pour ce calcul, nous nous sommes appuyé sur le *Guide des journalistes économiques*, *op.cit.*
9. Voir Erving Goffman, *La mise en scène de la vie quotidienne*, t.1, Paris, Minuit, 1973.
10. Goffman Erving, *Stigmate*, Paris, Minuit, 1975.
11. Cette « infusion totale » doit aussi beaucoup aux contraintes économiques : la production attendue à la suite d'un voyage d'une semaine est de près de 35 feuillets en tout (enquêtes, articles, interviews, etc.). Autrement dit, cette optimisation du temps résulte davantage de nécessités économiques que d'une dimension choisie.
12. Il faut également évoquer le rôle assez particulier joué par les pages « Enquêtes » de ce journal. Créées en 1994, celles-ci sont vécues par les journalistes comme un « ballon d'oxygène ». Elles leur permettent de trouver un débouché autre que les pages « International », souvent plus institutionnelles. Elles assurent une visibilité élargie au service et la possibilité de publier des reportages à la suite des voyages qu'ils réalisent à l'étranger. Ces pages sont une illustration des « pages internationales idéales », c'est-à-dire telles que les journalistes du service rêveraient de les faire : accès à la couleur, espace (plus de 10 000 signes, soit 3 fois plus que dans la rubrique « International »), style plus libre, etc. C'est aussi une forme de soupape dans la gestion des conflits avec la rédaction en chef.