

A TRAVERS LES REVUES

Dans sa livraison de février 92 la revue *Réseaux* propose un dossier consacré à la sociologie des journalistes². Cette profession a longtemps été exclue en France des études sociologiques. Ce n'est que tardivement qu'elle a fait l'objet d'attentions particulières justifiées. Désormais le champ est ouvert et commence à être largement défriché. L'état d'avancement de ces travaux aux États-Unis et en Europe du Nord facilite une meilleure approche de cette profession, à travers des paradigmes déjà constitués. Les études françaises sont aujourd'hui beaucoup plus nombreuses et tirent profit de tous les travaux réalisés depuis les années 60 par des sociologues comme Sigal, Tunstall, Schudson, ou plus récemment Schlesinger ou Hall. La sociologie française prend aujourd'hui pleinement sa place dans les études sur ce sujet, en tentant de renouveler les approches. Ainsi, Rémy Rieffel, après avoir mené une étude pionnière sur l'élite journalistique s'intéresse-t-il ici aux rapports entre journalistes et intellectuels dans la société française. D'autres adoptent une perspective plus historique en tentant de cerner l'histoire ou les rapports à l'histoire de cette profession. D'autres encore choisissent la voie comparative, pour relier entre eux les résultats acquis par les différentes sociologies nationales. Philip Schlesinger tente lui, de trouver un autre paradigme qui consisterait à cesser d'aborder le sujet par une étude exclusive des journalistes, mais à porter l'accent sur les interrelations avec leurs sources.

Synthèse d'un lourd travail de thèse, Rémy Rieffel propose ici quelques grandes lignes directrices capables d'éclairer la nature de la concurrence existant entre champ intellectuel et

champ journalistique. Pour ces deux champs, les vingt dernières années ont signifié une rupture du système établi de reconnaissance sociale. L'identité journalistique est aujourd'hui des plus floues, et une certaine indistinction règne. Ceux qui apparaissent comme les représentants de la profession, sont ceux qui ont la plus grande visibilité sociale, à savoir les journalistes vedettes de télévision. Comme il n'y a pas eu de réel processus de monopolisation des savoirs professionnels, et qu'apparaît la concurrence des métiers de la communication, nous assistons naturellement à une perte d'identité, tant dans la profession qu'auprès du public. Pour les intellectuels, le système de reconnaissance sociale s'appuie désormais, dans une logique toute médiatique, sur « *la représentation qu'ils donnent d'eux-mêmes* » et sur « *le crédit que leur accorde autrui* ». Être reconnu comme intellectuel dépend donc de sa capacité à extérioriser son action et sa personne. Là aussi, le milieu intellectuel souffre d'une réelle indistinction identitaire. Pour les journalistes le critère de la notoriété est de plus en plus majeur. « *C'est la raison pour laquelle, face au silence apparent des clercs, de plus en plus de journalistes se sentent autorisés à intervenir dans le débat public, en outrepassant ainsi le strict cadre de leur secteur d'activité* ».

La dévalorisation du militantisme a placé les intellectuels dans une situation de crise identitaire. La fin des messianismes a vaincu l'idéal de l'intellectuel engagé. Ils ont vu s'effondrer « *les espaces de sociabilité traditionnels* » (salons littéraires, colloques, grandes pétitions, etc.). Désormais les lieux de rencontre, telle la Fondation Saint Simon, regroupent des universitaires, des industriels ou des journalistes, tandis que les pétitions sont de plus en plus souvent signées par des acteurs ou des cinéastes, par des gens du spectacle. Les listes de Bernard Tapie en Provence illustrent fort bien la modification de la hiérarchie des fonctions sociales. Plus un seul intellectuel, mais un grand couturier, un professeur de médecine, des chanteurs ou des acteurs...

Autre phénomène, certains magazines comme *Le Nouvel Observateur* ont voulu reprendre à leur compte une partie du rôle dévolu aux grandes revues intellectuelles peu à peu tombées en désuétude. Les zones de contact entre les deux champs n'ont donc cessé de s'étendre, au point de brouiller parfois totalement les perceptions. Comme l'écrit avec finesse l'auteur : « *La perte d'autonomie, aussi bien de la configuration médiatique qu'intellectuelle, crée une sociabilité éclatée, fondée sur des réseaux enchevêtrés. Le sens du placement, la capacité à cumuler des positions variées dans les deux sphères, deviennent un atout majeur pour obtenir et conserver de l'influence* ». Regrettons tout de même que ne soit abordée qu'en toute fin d'article, en incidente, une perspective qu'il convient de ne pas négliger. La volonté délibérée de nombreux intellectuels (chercheurs ou universitaires) de ne pas jouer le jeu de la reconnaissance médiatique du fait qu'ils la jugent contraire à leur éthique et à leur démarche. Une partie considérable de ce champ se dérobe aux logiques dominantes et n'aspire pas à la même reconnaissance sociale, et ne se vit donc pas en concurrence avec le champ journalistique.

Denis Ruellan, dans un papier tout à fait intéressant, reprend à son compte la perspective de Luc Boltanski concernant les cadres. Il souligne comme Boltanski que la profession de journaliste ne connaît pas de frontières précises mais que c'est justement dans cette apparente faiblesse d'institutionnalisation qu'il faut trouver sa force, ses capacités d'adaptation et de

défense. A travers un rapide survol historique de l'institutionnalisation de la profession, l'auteur met en lumière la façon dont les journalistes ont cherché à maîtriser leur espace social. La création de la Commission de la Carte fut par exemple présentée un temps comme l'avènement d'un véritable « Ordre des journalistes », alors que ces vertus ne se trouvent en fait que dans la délimitation symbolique qu'elle peut instaurer entre les « vrais » professionnels de la presse et les autres. En somme, l'histoire des journalistes montre un processus de « dissociation de leurs modes effectifs de régulation interne et de production, de leurs discours professionnels visant à la légitimation de leur autonomie (face au public, au patronat, au pouvoir d'État), faisant que le groupe a, en réalité, géré sa très grande hétérogénéité par la non-imposition de normes trop strictes. Il résulte de cette attitude une sorte de flou constitutif (du statut, des structures de contrôle, des missions, des processus de formation, des limites de compétence, des pratiques) dont l'efficience sur le plan du positionnement social n'est pas sans intérêt ».

Yves Lavoine propose quant à lui une réflexion sur les relations entre le journalisme et l'histoire. Il étudie l'histoire du positionnement auto-proclamé des journalistes face à la démarche historique. Il identifie trois périodes chronologiques qui correspondent à trois réponses données. Le discours dominant fut d'abord celui du journaliste comme humble serviteur de l'historien futur. Il s'agit de considérer son rôle comme celui de mémoire de l'événement, façon habile de valoriser un travail marqué par l'immédiateté et l'évanescence. Ensuite, les journalistes se présentèrent comme des historiens du présent. Pour se faire le discours de presse a souligné les similitudes dans les démarches des historiens et des chroniqueurs diplomatiques. Puis, la consécration du journaliste comme historien s'est étendu à la figure du grand reporter. Alors que parallèlement on a assisté à un mouvement d'intégration de certains grands journalistes à la communauté des historiens dont le plus célèbre exemple reste celui de Jean Lacouture. Enfin, le rapport à l'histoire de la profession journalistique consacre ces derniers comme « médiateurs de l'Histoire ». Il s'agit de faire vivre en direct des instants qui deviennent des moments d'histoire. Ce positionnement est lié à l'apparition des grands médias audiovisuels. Mais la presse écrite revendique la même identité valorisante : « *Le journal imprimé est le lieu où s'opère la transmutation de l'événement fugitif (l'histoire) en récit durable (l'Histoire)* ».

L'article qui suit, de Belkacem Mostefaoui, est plus un état des lieux sur les libertés publiques dans les trois pays du Maghreb, à travers la liberté donnée aux journalistes de travailler, qu'une véritable sociologie. Son intérêt est toutefois de mettre en relation les intentions ou droits proclamés avec les conditions sociales et financières réelles d'exercice du métier de journaliste dans ces pays. Seule l'Algérie fait aujourd'hui l'objet d'une véritable liberté de la presse, mais l'avenir reste obscurci par le fait que ces publications « indépendantes » ne subsistent aujourd'hui que grâce aux aides financières de l'État. Et que la constitution de monopoles privés par des anciens prébendiers du FLN est en cours. Laissant donc peu de place à de futures publications réellement indépendantes.

Le court article de A. Mc Name donne quelques éléments d'information sur différentes

enquêtes menées en France, Angleterre, Allemagne et aux États-Unis pour tenter de cerner une possible identité commune des systèmes de valeurs journalistiques occidentaux. La démonstration est loin d'être suffisante, mais il apparaît tout de même clairement que certains principes sont reconnus comme intangibles dans les divers pays. La comparaison des chartes déontologiques montrerait d'ailleurs que ces principes se retrouvent presque tous partout. Et une analyse historique des genèses de ces chartes permettrait de mettre en valeur le fait que ceci n'est pas dû au hasard puisqu'il semble bien que les influences mutuelles et réciproques aient été légion dans ce domaine.

Enfin, l'article très dense de Philip Schlesinger reprend les divers travaux sur les sources des journalistes, pour en faire la critique, en soulignant leurs limites et leurs points forts, et finalement proposer une méthodologie de l'approche des pratiques journalistiques, incluant l'étude des interactions sources/ journalistes. Pour lui, les sources se définissent de la façon suivante : ce sont « *des entrepreneurs politiques qui, dans un cadre instable de contraintes, tentent d'utiliser au mieux les ressources dont ils disposent. Le but de cet "entrepreneurship" étant d'atteindre les différents publics concernés par le processus politique en influant sur son déroulement, de donner la forme recherchée à l'interprétation des questions qui se posent, et de répondre à tout événement qui, d'une manière ou d'une autre, peut nécessiter le recours à une source d'information* ». Le questionnement sociologique qui doit alors dominer selon Schlesinger est de savoir dans quelle mesure le contenu de l'information est influencé par l'action des sources? Ceci nécessite au préalable quatre réquisits : « 1) *La source doit être détentrice d'un message bien défini, articulé selon les meilleurs critères de satisfaction des valeurs journalistiques.* 2) *Elle doit avoir, pour placer ce message spécifique, déterminé quels étaient les médias les plus appropriés et, dans le public de ces médias, la tranche concernée.* 3) *Elle doit avoir réuni autant que possible les conditions préalables à la « réussite » de la communication, par exemple en se ménageant des contacts bienveillants ou en captant l'attention en tant qu'informateur potentiel.* 4) *Elle doit avoir prévu ou neutralisé d'avance les réactions de l'opposition (par des jugements astucieux, le discrédit...)* ». Il faut donc absolument étudier, selon ce chercheur, toutes les caractéristiques des sources, et mettre en évidence les ressources dont elles peuvent disposer pour mettre en œuvre leurs objectifs (ressources institutionnelles, financières, capital social ou capital culturel...).

Signalons également un stimulant article d'Alain Gauthier visant à esquisser une conceptualisation des images télévisées en fonction de leur relation au temps³. L'idée, si elle n'est pas totalement nouvelle, reste porteuse de vertus heuristiques. L'auteur dégage trois catégories d'images télévisuelles. L'image peut être « *endémique* », son rapport au temps se caractérise alors par le retour du même et donc le prolongement du temps. L'image est également « *fulgurante* », dans ce cas, c'est la recherche du *scoop*, de l'image insolite et instantanée qui guide les journalistes. Le temps y est accéléré de façon à devenir celui du vécu immédiat et donc non reproductible. Enfin, l'image joue sur le registre « *phatique* ». Par l'angle qu'elle choisit, elle recrée sa réalité, ce qui permet de s'abstraire du régime de la temporalité. Le temps est en quelque sorte neutralisé.

Reprenons ces différentes catégories, explicitées par son auteur. « *Le premier type, l'image endémique, se caractérise par son extrême redondance. Pour parvenir à cet effet d'omniprésence, l'image est retenue comme matériau indépendant de l'événement. (...) La rediffusion succède à la reproduction. (...) Cette exhibition de l'image qui tourne sur elle-même, prive l'image de sa magie, de sa violence irruptive, de sa fascination, de son auréole gratuite* » (pp. 45-46). Ainsi, la télévision, de par les contraintes de temps concernant les tournages, ou de par le coût de la recherche dans les archives, tend à offrir toujours plus ou moins les mêmes images stéréotypées sur certains sujets. Elle reproduit la même représentation du réel par la mise en place progressive de schèmes de visualisation rémanents. Il est par exemple intrigant de constater que la seule représentation de la guerre chimique que les télévisions aient pu nous donner avant que ne débute la guerre du Golfe, fut celle des tranchées de 14-18. Comme si, le Viêt-nam ou plus près encore, l'Afghanistan, n'avaient pas connu leur lot d'attaques chimiques, aux effets dévastateurs filmés. Ces images contribuèrent ainsi à déréaliser complètement, cette menace chimique, en supprimant tout le pouvoir de fascination et de violence que peut contenir l'image.

« *Le médium peut jouer également sur une autre dimension du temps, celle de l'instantanéité, et ce au travers de l'image fulgurante. L'énorme maillage médiatique se légitime par cet objectif de saisie d'une image unique, du scoop. Ce type d'image se nourrit d'une espèce d'attraction magique et s'appuie sur un consensus émotionnel qui outrepassa logique et valeur.* » (p. 47). Là encore, la guerre du Golfe fournit d'abondants exemples de cette abolition du temporel dans l'instantanéité. Le direct des *Scud* qui tombent sur Israël, les bombardements filmés depuis les cockpits des avions, et les recours incessants aux directs des envoyés spéciaux qui n'avaient rien à dire, marquent cette fuite en avant consistant à vouloir dépasser les contraintes temporelles, pour aller vers le rythme émotionnel, vers la tachycardie.

Enfin, « *un troisième type d'image, d'ordre phatique, va permettre au médium de moduler le rythme, artificialisé, du temps. Nous retiendrons comme définition celle de Paul Virilio "Image ciblée qui force le regard et retient l'attention". L'image phatique mise sur le détail (la jambe coupée) jusqu'à faire apparaître l'ensemble du processus (de destruction) comme un détail. (...) L'image phatique évolue entre la prévisibilité (l'ancien) et la survisibilité (le nouveau) d'un phénomène. Dans cette optique, l'événement ne surprend plus (il ne demande qu'à habiter la forme image), il réalise cette fusion entre deux régimes de temporalité, il se met à exister comme image autonome, évoluant dans la seule dimension temporelle* » (p. 49). Le temps est ici figé, neutralisé. L'image capte l'attention jusqu'à faire oublier toute dimension temporelle, dans laquelle elle s'inscrit pourtant. C'est un temps qui domine à la télévision, mais plus dans les programmes de divertissement que d'information. C'est le temps qui détend, celui où on oublie que le temps passe.

Ce travail d'Alain Gauthier se doit d'être continué. L'intuition est présente, la première conceptualisation également, reste à pousser plus avant la réflexion, approfondir les relations entre temps et images, comprendre ce qui est premier du point de vue des journalistes, comprendre à quel type de séquences narratives renvoient telle ou telle conception du temps,

A travers les revues

etc. Autant de questions que posent cet article, autant de pistes que cette approche se donne les moyens d'arpenter.

Arnaud Mercier

NOTES

1. *Réseaux*, « Sociologie des Journalistes », janvier-février 1992, n° 51, pp. 13-98.
2. Alain Gauthier, « Le Temps c'est le Message » *Quaderni*, n° 16, hiver 1991-1992, pp. 45-54.