Université Lumière Lyon 2
Ecole doctorale : Education, Cognition, Langages, Interactions, Psychologie
Institut de la Communication

La place du discours sur l'éthique dans la construction de l'identité et l'espace professionnels des journalistes

Par Magali PRODHOMME

Thèse de doctorat en Sciences de l'information et de la communication

Dirigée par Jean-françois TÊTU

Présentée et soutenue publiquement le 5 décembre 2003

Devant un jury composé de : Jean-François TETU, Professeur à l'IEP de Lyon et l'Université Lyon 2 Michaël PALMER, Professeur à l'université de Paris 3 Michel MATHIEN, Professeur à l'université de Strasbourg Jean-Marie CHARON, Ingénieur d'Etudes au CNRS ; Centre d'Etudes des Mouvements Sociaux ; EHESS de Paris

Table des matières

Remerciements . . 1

. . 3

Introduction . . 5

I) Choix du corpus, méthodologie et présentation de la recherche . . 7

1) Rencontre avec le milieu patronal . . 7

2) Les discours syndicaux face aux « dérives » : un contexte de « crise » . 11

3) Enquête : Les chartes dans les médias français . . 21

4) Le discours juridique : la qualification de la faute journalistique et l'article 1382 du code civil . 24

5) Description du fonds de Syndicats et Associations de journalistes de l'IMEC . 26

II) Les hypothèses de notre recherche . . 28

Première Partie : La place de l'éthique dans le processus de professionnalisation des journalistes . 31

Chapitre I : La dynamique éthicienne : entre information et journalisme . 31

Introduction . 31

I) La difficulté de penser l'éthique de l'information . . 32

II) Les différents niveaux d'analyse de l'éthique de l'information . . 41

Conclusion : l'absence de cohérence du débat . . 47

Chapitre II : Histoire, sociologie et anthropologie du journalisme : la convergence vers le questionnement éthique . 48

Introduction . 48

I) L'analyse socio-génétique de la faute journalistique par Cyril Lemieux . . 49

II) Histoire et socio-anthropologie du journalisme : . 52

Conclusion : la pensée éliasienne autour des processus évolutifs . 63

Chapitre III : Approche historique du processus de moralisation de la profession de journalistes . 65

Introduction : catégorisation du débat éthique . . 65

I) La figure du journalisme pré-révolutionnaire : entre honnête homme et homme de vérité . 66

II) La Révolution et la figure de « l'écrivain patriote » comme nouveau modèle journalistique . 74

III) L'amorce du processus de professionnalisation . . 76

IV) La purification éthique de la profession . 82

Conclusion : le verrouillage du processus de moralisation par l'entreprise de presse . 91

Deuxième partie : Les manifestations de l'éthique professionnelle des journalistes dans les discours des organisations professionnelles . . 95

Chapitre IV : L'éthique professionnelle des journalistes d'origine syndicale . . 95

Introduction : contexte et positionnement de l'analyse discursive . . 95

I) De la matérialité discursive à la matérialité idéologique . . 97

II) Le syndicat national des journalistes : « Qui mieux que le SNJ pourrait le faire ? » . 106

III) L'USJ-CFDT : « la déontologie, un souci permanent » . 119

IV) Le SGJ-FO : « Uni pour résister » . 128

V) Le SNJ-CGT : « Ne nous laissons pas encoder ! » . 136

Conclusion relative aux discours syndicaux : « vers un repli de l'identité syndicale » . 144

Chapitre V : Le discours patronal face à la question éthicienne . . 149

I) Le discours patronal comme discours de la neutralisation . . 149

II) FNPF : « C'est une opinion extrêmement personnelle qui me serait reprochée » . 156

III) SPQR : «Le SPQR trouve ça très bien» . 161

IV) AESPA : «Je ne me sens pas le droit de porter un jugement » . . 167

V) FFAP : «Personne ne va vous le dire, moi je vais vous le dire » . 171

Conclusion relative aux discours patronaux : « l'entreprise de presse, lieu de représentation normative » . 176

Chapitre VI : Analyse des modalités de l'action: . . 181

I) La compétence des acteurs . 181

II) Les syndicats de journalistes : devoir-faire journalistique et « pouvoir-savoir-faire » syndical . 185

III) Les organisations patronales . 196

Troisième partie : Analyse comparative des chartes dans les médias français . 203

Chapitre VII : état des lieux . . 203

I) Le contexte de l'analyse . . 203

II) Les enquêtes existantes . 206

III) Recension des codes et des chartes . 213

Chapitre VIII : Recension des chartes des médias français . . 216

I) La dispersion des approches éthique et déontologique de la pratique journalistique . 216

II) Résultats de l'enquête et analyse comparative . . 220

III) Analyse comparative : *charte de Munich* et *charte du SNJ* . 231

Chapitre IX : Analyse du corpus de chartes d'entreprises . 238

Introduction : une double médiation . . 238

I) Les chartes dans la presse quotidienne régionale . . 240

II) Les chartes dans la presse quotidienne nationale : » Libération » et « Le Monde ». . 254

III) Les chartes dans la presse hebdomadaire nationale : l'exemple de *L'Express* et du *Canard Enchaîné* . 270

IV) Les productions déontologiques dans le service public . . 276

Conclusion relative aux productions déontologiques dans les médias français . 287

Chapitre X : Enquête sur les écoles françaises de journalisme . 288

Introduction . 288

I) État des lieux des critiques . . 288

II) Résultats de l'enquête : la diversité des approches . 294

Conclusion relative à l'enseignement de la déontologie : le décalage des points de vue . . 302

Chapitre XI : Le discours juridique et la qualification de la « faute journalistique » . 304

I) La responsabilité journalistique face à la loi . . 304

II) L'exhortation éthique des magistrats : entre objectivité et indépendance journalistiques . 309

Conclusion . 315

Bibliographie . . 323

- Journalisme et journalistes - . . 323

- Presse, Information et Communication - . . 326

- Ethique appliquée à l'information, aux journalistes et aux médias - . . 328

- Réflexions autour de l'éthique - . 330

- Sociologie des groupes professionnels et du travail - Identités et représentation . . 332

- Histoire et Lettres - . 334

- Analyse Sémiotique et lexicologie - . 335

Annexes . . 337

Annexe 1 les syndicats de journalistes . . 337

Syndicat National des Journalistes . 337

L'union syndicale des journalistes CFDT . . 351

Le syndicat général des journalistes F.O . . 359

Le syndicat national des journalistes CGT . 369

Annexe 2 Les organisations patronales . 380

« La fédération nationale de la presse française » . 380

« Le syndicat de la presse quotidienne régionale » . . 393

« L'association des employeurs du service public audiovisuel » . . 401

« La fédération française des agences de presse » . 411

Remerciements

J’exprime à Jean-François Tétu, directeur de la thèse, mes sentiments de respectueuse gratitude. Observateur exigeant, il a éclairé ce travail de ses conseils attentionnés et stimulants.

Je veux dire aussi ma gratitude à tous les témoins qui ont contribué, en acceptant de répondre à mes questions, à la réunion des sources orales et écrites indispensables à la construction de ce travail.

Je remercie Martine Ollion qui m’a facilitée l’accès et la consultation des archives de l’IMEC.

Ma reconnaissance va également à Thierry Allègre dont le soutien fut sans faille durant la préparation et la rédaction de la thèse.

Copyright PRODHOMME Magali et Université Lumière - Lyon 2 - 2003.Ce document est

Copyright PRODHOMME Magali et Université Lumière - Lyon 2 - 2003.Ce document est

A François-Xavier Alix, Je dédie cette thèse.

« Notre amitié est une écorce libre. Elle ne se détache pas des prouesses de notre coeur» René Char

protégé en vertu de la loi du droit d'auteur.

protégé en vertu de la loi du droit d'auteur.

Introduction

L'éthique professionnelle, lorsqu'elle est appliquée au journalisme, demeure une quête patinée par l'ambition des acteurs médiatiques de concourir, au nom de la démocratie et dans une visée juste et bonne, à l'animation de l'espace public. Dire cela, c'est réinvestir, dans un débat de longue date, l'utopie des grands desseins de la communication. C'est aussi croire qu'au-delà de la diversité du métier de journaliste et de son rapport fragile avec le public, émergent des espaces de dialogue et de consensus qui maintiennent notre société dans une construction ***« modeste et exigeante des conditions d'un vivre ensemble »*** [1] . Si cette conviction a de tout temps été mise à mal par l'usage idéologique de l'information et de la communication, ce fut sans compter sur la défense d'une éthique de la profession. Il existe donc un équilibre qui fait accéder au réel la liberté de la presse et d'expression et qui confère au métier d'informer une éminente responsabilité [2] . Outre le fait de ne pas être appréhendée en des termes sinon consensuels du moins repérables par l'ensemble de la communauté journalistique, cette responsabilité pâtit d'un certain nombre de phénomènes que chercheurs et intellectuels ont mis en avant depuis une

[1] Nous empruntons l'expression à Jean Caune dans son ouvrage *Pour une éthique de la médiation*, PUG, 1999, p16.

[2] Comme le disait François Mitterrand, à l'occasion de l'ouverture du 12e congrès national de la presse française, tenu le jeudi 10 octobre 1991 à Montpellier : « *Libres, vous l'êtes. Est-il plus grave responsabilité ? C'est ainsi qu'avancera le monde des hommes vers l'épanouissement de l'esprit. Est-il une autre mission pour vous que celle-là : apprendre à maîtriser sa propre pensée pour que celle des autres atteigne un degré de réflexion et de maîtrise qui feront dire aussi aux générations futures que cette fin de XXe siècle a représenté en fin de compte un progrès pour l'homme des temps présents* ».

Copyright PRODHOMME Magali et Université Lumière - Lyon 2 - 2003.Ce document est

vingtaine d'années.

Notre propos n'est pas de reprendre l'analyse, forcément incomplète eu égard à l'hétérogénéité des pratiques, des environnements dans lesquels évolue la profession de journaliste, mais au contraire d'observer et de dégager les manifestations discursives de l'éthique professionnelle des journalistes afin d'en extraire certaines formes de rationalité. Ce raisonnement procède d'une double volonté : d'une part, de faire de la réflexion sur l'éthique professionnelle des journalistes une démarche inchoative et non conclusive et, d'autre part, d'éviter le raisonnement praxéologique qui domine très largement la littérature.

Ce travail est consacré aux choix des représentations contemporaines d'une éthique professionnelle des journalistes lesquels apparaissent dans des univers discursifs très variés, aux aspirations souvent divergentes. Ces divergences pointent, en dépit de multiples tentatives, l'incapacité de la profession à objectiver la représentation d'un journalisme digne de ce nom mais aussi la difficulté croissante, pour ses principaux acteurs, de dépasser des conflits de pouvoir. Nous pensons en effet à l'instar d'Oliver Reboul que ***« le discours éthique devient idéologique dès lors qu'il contient des éléments servant à légitimer un pouvoir*** » [3] c'est-à-dire, dans notre cas, une représentation normative de la pratique professionnelle des journalistes qui ne serait pas partagée ou, pis encore, monopolisée. Ce monopole s'est exercé pendant de nombreuses décennies par le syndicat national des journalistes lequel, à sa création, instaura un code d'honneur du journalisme. Aujourd'hui encore, la charte dite du SNJ fait figure de référence mais doit désormais composer, et ce depuis les années 1990, avec la prolifération des chartes des entreprises médiatiques. La situation croissante de ***« dépossession*** » des journalistes, qu'évoquait un récent article de la revue Hermès, constitue sans aucun doute l'une des caractéristiques les plus marquantes du processus de moralisation de la profession de journalistes. En effet, Jean-Marie Charon et Arnaud Mercier expliquent que : ***« Au sein même des entreprises de médias et dans leurs relations avec les divers intervenants au processus de création de l'information, le plus notable n'est pas l'emprise des journalistes mais au contraire leur situation croissante de dépossession, face à la prégnance des logiques de communication et des logiques économiques*** » et de s'interroger globalement ***« les journalistes ont-ils encore du pouvoir ?*** » [4] .

Le verrouillage du champ d'application d'une éthique professionnelle, par la direction des entreprises d'information, réduit à portion congrue l'initiative journalistique et son supposé pouvoir d'influence. L'éthique professionnelle des journalistes, façonnée depuis plusieurs siècles par ceux qui ont fait du métier d'informer une vocation, nous servira d'ouverture pour envisager l'intention éthique, sans cesse manifestée par les entreprises de médias, comme un nouveau mode de pouvoir qui contrôle autant qu'il conditionne la manière d'être du journaliste contemporain.

[3] Reboul O., *Langage et idéologie*, Paris, PUF, 1980, p 208.

[4] Charon J.M et Mercier A., « Pour en finir avec le pouvoir des journalistes », in *Hermès*, n°35, CNRS éditions, 2003, p 24.

Copyright PRODHOMME Magali et Université Lumière - Lyon 2 - 2003.Ce document est

I) Choix du corpus, méthodologie et présentation de la recherche

Nous disposons, en premier lieu, de trois types différents de discours appartenant, nous le supposons, à des niveaux idéologiques distincts et signifiants socialement. Il nous semble intéressant de nous arrêter sur les rapports sociaux qu'ils reflètent, en relation étroite avec la conception d'une éthique professionnelle des journalistes. Nous opposerons, d'une part, les discours syndicaux et les discours patronaux autour de la question de l'éthique professionnelle des journalistes [5] . Nous travaillerons, d'autre part, sur un corpus de discours juridiques afin d'en extraire un certain nombre d'éléments propres à nous éclairer sur la façon dont le magistrat, notamment dans le cadre de l'article 1382 du code civil, se ***« pose comme juge naturel de la déontologie des journalistes ».***

La recherche de constances dans les codes impose à notre corpus d'être suffisamment *large* et *représentatif.* En effet, l'existence de plusieurs catégories d'acteurs, donc de plusieurs types de discours, favorise la comparaison et donc la recherche des positionnements respectifs des acteurs à l'égard des questions d'éthique professionnelle. Nous avons observé différentes démarches pour la collecte de nos informations qui a réclamé à la fois un travail de terrain, l'exploitation de bases de données et la consultation de revues et autres documents syndicaux. Nous en détaillons, ici, la méthode.

1) Rencontre avec le milieu patronal

Les fédérations patronales ne disposent pas de bulletins mais des seuls comptes-rendus d'Assemblées générales auxquels l'accès nous a été refusé. Nous avons donc élaboré un questionnaire administré aux directeurs respectifs des quatre instances patronales que sont la *Fédération nationale de la presse française* (FNPF), *l'Association des employeurs du service public de l'audiovisuel* (AESPA), la *Fédération française des agences de presse* (FFAP) et le *Syndicat de la presse quotidienne régionale* (SPQR). La FNPF regroupe dix organisations syndicales parmi lesquelles le puissant SPQR, qui rassemble 33 quotidiens régionaux diffusés en France.

La rédaction de ce questionnaire s'est appuyée sur différents éléments qui relèvent, d'une part, des observations établies dans le cadre de nos recherches et, d'autre part, des interventions nombreuses à l'égard des questions d'éthique professionnelle et de déontologie journalistique d'un certain nombre d'acteurs que sont les syndicats de journalistes, les politiques, en tant que législateurs, et les magistrats. Cette spirale d'acteurs permet l'approche à la fois synchronique, notamment celle des réponses apportées par nos interlocuteurs en réaction immédiate aux questions posées, et

[5] Précisons que nous n'assimilons pas idéologie et discours mais que « *l'on doit concevoir le discursif comme un des aspects matériels de ce que nous avons appelé la matérialité idéologique* », Pêcheux M., in *Langages*, n°37, 1971, p11.

protégé en vertu de la loi du droit d'auteur.

diachronique puisque certaines questions renvoient à une période, une déclaration ou un événement précis.

Tout en visant à expliciter la conception respective des différents représentants des fédérations patronales (AESPA, FFAP, FNPF et SPQR) à l'égard des questions d'éthique et de déontologie des journalistes, nous sommes par ailleurs en droit d'espérer retrouver, lors de l'examen des réponses, certaines caractéristiques de tous les discours dits patronaux (vs discours syndicaux). Cela dit, si ces responsables ont été sollicités ***« ès qualités***», la plupart d'entre eux ont établi un préalable précautionneux qui visait à détacher leurs discours des fonctions qu'ils occupent et donc, in fine, de l'organisme qu'ils représentent. Nous ne pourrons donc pas éliminer de notre analyse les variables ***« individuelles*** » en dépit de nos efforts, lors de l'entretien, pour ramener le discours àun minimum de représentativité. Nous posons, toutefois, que globalement ces entretiens constituent un corpus de discours patronaux.

a) les organisations patronales

Les organisations patronales ne possèdent aucun bulletin diffusé en interne. Il s'agira donc de se référer au questionnaire administré à leur directeur respectif.

- LA FÉDÉRATION NATIONALE DE LA PRESSE FRANÇAISE : « *DONNER UNE RÉFÉRENCE À LA PROFESSION* »

La FNPF, qui siège à Paris, est issue de la fédération de la presse clandestine. Créée le 29 décembre 1944, la FNPF regroupe six organisations syndicales : la fédération nationale de la presse d'information spécialisée (FNPS), la fédération de la presse périodique régionale (FPPR), le syndicat de la presse parisienne (SPP), le syndicat professionnel de la presse magazine et d'opinion (SPPMO), le syndicat de la presse quotidienne régionale (SPQR) et le syndicat de la presse quotidienne départementale (SPQD). Sa mission, telle qu'elle est définie dans l'article 2 des statuts de la fédération, consiste à ***« maintenir et à développer la liberté de la presse. Elle assure, dans tous les domaines et par tous les moyens légaux, la défense des intérêts généraux de la presse. Elle contribue à l'amélioration de l'existence matérielle et au développement de la presse écrite sous toutes ses formes*** ». Pour ce faire, la FNPF regroupe des commissions et des groupes de travail qui assistent le conseil exécutif en vue de préparer ses décisions. Chaque commission et groupe de travail se composent de représentants des organisations adhérentes en raison de leurs compétences et éventuellement d'experts ou de spécialistes extérieurs. Ce fut le cas notamment de François-Xavier Alix [6] sollicité en qualité de rapporteur dans le cadre d'une enquête conduite sous l'égide de l'assemblée permanente de la FNPF sur le thème : ***« Contentieux et déontologie*** ».

[6] François-Xavier Alix est journaliste. Il a fait toute sa carrière, de 1958 à 1995, à *Ouest-France* dont il a été rédacteur en chef, puis secrétaire général. Membre du CLEMI et auditeur de l'Institut de Formation à la Médiation de Paris, il est l'auteur de deux ouvrages : *Une éthique pour l'information. De gutenberg à Internet*, Paris, L'Harmattan, 1997 et *Insertion et médiation. A la recherche du citoyen*, Paris, L'Harmattan, 2001.

protégé en vertu de la loi du droit d'auteur.

Il est intéressant, au-delà de ces missions, de souligner le rôle que ses adhérents souhaitent voir donner à la FNPF en matière de déontologie et d'éthique professionnelle. Ce positionnement, puisqu'il s'agit de reconnaissance, a été précisé à l'issue de l'enquête ***« contentieux et déontologie*** », adressée en février 1998 à l'ensemble des éditeurs adhérents aux organisations professionnelles constitutives de la FNPF. Il en ressort que ***« 94% des personnes interrogées jugent que la FNPF doit jouer un rôle dans le domaine de la déontologie*** » [7] . Outre la formation et l'information, la réflexion et la référence, la consultation et le conseil, la constitution au sein de la FNPF, ***« d'une cellule permanente*** », est apparue comme une nécessité. L'enquête se conclut ainsi : ***« appelé à une action de cohérence et de solidarité, lieu de veille et de réflexion, cet observatoire, parce qu'il est dans la vocation première et statutaire de la Fédération, est envisagé comme devant offrir une référence à la profession*** » [8] . Cinq ans plus tard, aucune décision n'a encore été prise en la matière.

- LA FÉDÉRATION FRANÇAISE DES AGENCES DE PRESSE : « *CONTRE UNE MANIPULATION MONDIALE DE L'INFORMATION* »

La FFAP, constituée le 21 décembre 1945, siège aussi à Paris. Elle est une union de cinq syndicats patronaux qui regroupent plus de cents agences de presse de droit français et qui correspondent à chaque domaine particulier de l'activité des agences de presse. Ainsi, on retrouve en son sein : le syndicat des agences de presse de l'audiovisuel et du multimédia (SAM), le syndicat des agences de presse de nouvelles (SANOV), le syndicat des agences de presse photographiques d'information et de reportage (SAPHIR), le syndicat des agences de presse d'informations générales (SAPIG) et le syndicat des agences de presse télévisée (SATEV). Ses missions portent sur la proposition et la négociation, avec les représentations et les autorités compétentes, de modifications et d'adaptations nécessaires à l'évolution de ses métiers. Elle est par ailleurs l'interlocutrice des pouvoirs publics sur tous les sujets pouvant concerner les activités de ses membres.

En matière d'éthique professionnelle et de déontologie, la FFAP a pris les devants. En effet, sous son impulsion se créé la charte des Agences de presse ***« par laquelle chaque entreprise s'engage à garantir une information indépendante, fiable et objective*** » [9] . Elle a été adoptée, dans sa version définitive, le 22 juin 1994. Dès lors, toutes les agences adhérentes sont, depuis cette date, signataires du document et s'obligent à en respecter les principes. La charte de la FFAP est un document de cinq pages articulé autour de quatre grands axes : ***« Collecte de l'information*** » ; ***« traitement de l'information*** » ; ***« diffusion de l'information*** » et ***« définition de notre déontologie »***. Elle condense différentes informations telles que la définition de l'agence de presse, ses spécificités et les contextes juridique, économique et technologique dans lesquels l'agence de presse évolue. Parfois, voire même souvent menaçant, ce contexte

[7] Résultats de l'enquête "Contentieux et déontologie", in *Médiaspouvoirs*, n°4, troisième trimestre 1998, p122.

[8] *Idem*, p122.

[9] Plaquette de présentation de la FFAP.

Copyright PRODHOMME Magali et Université Lumière - Lyon 2 - 2003.Ce document est

qui ***« peut entraîner le risque de voir s'organiser une manipulation mondiale de l'information*** » a motivé officiellement la FFAP à édicter ses propres règles [10]. Comme il est rappelé dans ce document : ***« les agences de presse françaises entendent veiller tout particulièrement à ce qu'une déontologie rigoureuse soit mise en place pour faire face à ce danger »*** [11]. La diffusion de cette charte auprès des responsables des médias français a conduit la FFAP à organiser, le 3 février 1995, ***« Les assises de l'information*** ». L'objectif est clairement défini par Michel Leblanc, président de la FFAP : ***« réunir les professionnels de tous horizons pour aller plus loin*** ». à l'issue d'une synthèse de ces assises, il précise que : ***«Il a été rappelé la nécessité pour la France de se mettre en conformité avec le droit européen et notamment l'article 10 de la convention européenne des Droits de l'Homme »*** [12]. Ces propos corroborent le contenu de la Charte de la FFAP qui fait mention, à plusieurs reprises, des décisions de l'assemblée consultative du Conseil de l'Europe ou encore de la Convention européenne des Droits de l'Homme. Le président de la FFAP met d'ailleurs en garde le législateur français : ***« il serait bon que le législateur en tienne compte une bonne fois pour toutes*** ». En matière de définition normative des pratiques professionnelles, cette synthèse souligne que ***« la responsabilité du premier niveau de codification -fondamental- revenait aux professionnels »*** et d'ajouter ***« par leur charte, les agences de presse ont déjà répondu à ce vœu*** ». Le second niveau reviendrait, selon le document, ***« au législateur à travers certaines règles fixées par la loi*** » [13]. à l'instar de la FNPF, les membres de la FFAP proposent de ***« labelliser les informations*** » en provenance des agences de presse. Il semble que l'idée ait fait son chemin puisqu'elle a suscité la création d'une commission de labellisation au sein de la FFAP.

- L'ASSOCIATION DES EMPLOYEURS DU SERVICE PUBLIC DE L'AUDIOVISUEL

L'AESPA a été créée en 1982 pour permettre l'adhésion du secteur public de l'audiovisuel à la convention collective nationale des journalistes. L'association compte six membres, personnes morales, parmi lesquels : *France 2*, *France 3*, *Radio France*, *RFI, RFO* et *l'INA*.. Elle a pour mission principale ***« la défense et la promotion des intérêts matériels et moraux des employeurs du secteur public de l'audiovisuel, l'amélioration des conditions d'exercice de leur activité, la promotion et la représentation de leur profession, la participation à l'élaboration et à la mise en œuvre de politique économique et sociale la concernant*** » [14]. En dehors de ce cadre très précis, aucun document, aucune référence ne fait mention d'une réflexion ou d'un travail commun en matière de déontologie ou d'éthique professionnelle. Il semble que le

[10] Voir Annexe, Interview de Jacques Morandat, FFAP, Paris, jeudi 19 juillet 2001.

[11] Extrait de la Charte professionnelle des agences de presse françaises, FFAP, Paris, 1995. Voir Annexe.

[12] Leblanc M., « Les assises de l'information : une première pour l'avenir », documentation interne, Paris, 3 février 1995.

[13] *Idem*.

[14] Gourinchas B., Correspondances, 17 janvier 2002.

 Copyright PRODHOMME Magali et Université Lumière - Lyon 2 - 2003.Ce document est

sujet dépend, de façon hermétique, de chacune des instances constitutives des membres de l'Association.

- LE SYNDICAT DE LA PRESSE QUOTIDIENNE RÉGIONALE : « *DES RÈGLES ET USAGES* »

Nous avons fait le choix délibéré de traiter séparément le SPQR, pourtant membre de la FNPF, parce qu'il rassemble l'ensemble de la presse quotidienne régionale en son sein. Son rôle essentiel et l'importance de ses choix déterminent en grande partie l'orientation de la FNPF.

Le SPQR s'est constitué le 11 juin 1986 après la fusion du Syndicat national de la presse quotidienne régionale et du syndicat des quotidiens régionaux. Sa mission est celle de ***« défendre les intérêts professionnels et moraux des entreprises adhérentes »*** [15] . Pour ce faire, le SPQR articule son travail autour de cinq commissions : la commission sociale, de la vente, de la publicité, du développement et celle de l'information. Cette dernière, présidée par Denis Huertas (*Dauphiné Libéré*) et composée de rédacteurs en chef, s'applique à ***« approfondir et adapter le contenu rédactionnel des journaux, assurer les relations avec les écoles de journalisme et définir et formuler la déontologie de la profession*** » [16] . Le SPQR est à l'origine, en décembre 1995, de l'élaboration d'un document intitulé ***« Règles et usages de la presse quotidienne régionale*** » et diffusé à 33 titres de la PQR. Il fait suite au Vade-Mecum ***« Presse/Justice*** » rédigé par le SPQR en 1993. Le document stipule en préambule que ***« la responsabilité d'informer s'inscrit dans le cadre d'une liberté d'expression qui doit s'exercer à travers une pratique guidée par une déontologie forte*** » et de poursuivre ***« cette déontologie est le fruit d'une culture, d'une formation et d'un professionnalisme qui s'accomplissent dans la pratique quotidienne d'un métier*** » [17] . Il s'y dégage quatre grands axes respectivement intitulés : ***« Exigence de sérieux et de rigueur*** » ; ***« Affirmation du respect de la personne »*** ; ***« Respect de la présomption d'innocence » ; « Exercice du droit de réponse »***. Sa conclusion mentionne également que ***« ce texte n'a pas vocation à clore le débat fondamental sur la liberté d'expression et le respect de la personne. Il constitue une contribution à la clarification des droits et des devoirs qui s'imposent à la fois à la presse, à la justice et au citoyen »*** [18] . Au-delà de ces règles, il est intéressant de noter que nombreux sont les quotidiens régionaux qui ont élaboré des documents à usage interne.

2) Les discours syndicaux face aux « dérives » : un contexte de « crise »

[15] http://www.fedepresse.org.

[16] http://www.fedepresse.org .

[17] « Règles et usages de la presse quotidienne régionale », SPQR, décembre 1995. Voir Annexe.

[18] *Idem*.

protégé en vertu de la loi du droit d'auteur.

Pour aborder l'univers discursif des syndicats de journalistes nous sommes partis d'un point central qui n'est autre que le nœud des débats qui anime cette communauté discursive à l'égard des questions d'éthique professionnelle : les dérives médiatiques. L'intérêt méthodologique de ces périodes critiques est indubitable. Comme le rappelle Yves Delahaye : ***« Loin d'être seulement des périodes d'agitation dans la vie des acteurs, les crises sont donc des moments de production intense de textes et de puissants « révélateurs » des codes utilisés*** » [19] . Or les dérapages médiatiques ont, il est vrai, correspondu à des moments de crise, sans doute décisifs pour la profession de journaliste acculée à réfléchir sur ses pratiques. En un mot, précise Yves Delahaye, ***« la crise conformément à l'étymologie, est un moment où la possibilité est donnée de cerner, de séparer, de juger*** » [20] . C'est donc à la faveur des ***« dérapages médiatiques*** » qui ébranlent la profession qu'un débat sur l'éthique professionnelle émerge. Cela dit, les ressorts d'un tel débat ne sont jamais le fruit d'un hasard. La profession de journaliste ne réfléchit peu ou pas *ex nihilo* sur ses pratiques mais attend les occasions qui lui sont données pour le faire. Ainsi, lorsqu'un sondage met en cause la crédibilité des médias ainsi que la véracité des propos journalistiques, l'ensemble de la communauté s'en défend et se répand dans des considérations déontologiques qui pointent les coupables. Certains travaux, qu'ils soient parlementaires ou universitaires, certains ouvrages aussi, donnent lieu à des mises au point de la part de la profession qui sont, parfois même, rendues publiques. Le rapport Sales sur ***« La formation des journalistes »*** [21] ou encore le livre ***« Les nouveaux chiens de garde*** » [22] de Serge Halimi constituent des exemples en la matière. L'un et l'autre ont donné lieu à des polémiques reprises dans la presse et débattues au sein de la profession, directement visée [23] . Ce constat mérite toutefois sinon des précautions du moins quelque prudence. Certes les crises permettent d'observer les protagonistes plus enclins, au milieu des agitations et des désordres, à se choisir une stratégie discursive mais elles présentent aussi le sérieux inconvénient de nier l'accalmie dans laquelle une réflexion sur l'éthique peut émerger. Dès lors, nous avons cherché à nuancer les phénomènes que constituent les ***« dérapages médiatiques*** » en relevant, en dehors de ces crises, des éléments de réflexion sur l'éthique professionnelle des journalistes. Il nous faut dire, comme nous l'avons souligné ci-dessus, que ces éléments sont rares car la réflexion sur la déontologie journalistique est rarement fortuite.

[19] Delahaye Y., *La frontière et le texte. Pour une sémiotique des relations internationales*, Paris, Payot, 1977, p 136.

[20] Delahaye Y., *idem*.

[21] Sales C., « La formation des journalistes », mission d'études et de réflexion, rapport du ministère de la Culture et de la Communication, 13 février 1998.

[22] Halimi S., *Les nouveaux chiens de garde*, Paris, Liber-Raisons d'Agir, novembre 1997.

[23] A lire sur la polémique : « Presse : à ceux qui se trompent de procès », *Libération*, mardi 12 mai 1998 ; « Les journalistes sont-ils vendus à l'establishment ? » *Marianne*, 6 au 12 juillet 1998 ; « Le faux procès du journalisme » *Le Monde Diplomatique*, février 1998.

protégé en vertu de la loi du droit d'auteur.

Notre attention s'est donc portée sur les discours produits par les syndicats de journalistes sur la période critique qui s'étale de 1989 à nos jours. Durant cette décennie, la profession a subi une crise de confiance sans précédent due notamment à de nombreux ***« dérapages*** » qu'Henri Pigeat désigne comme ***« Les péchés de la presse*** » [24] . A titre indicatif, mais loin d'être exhaustives, nous avons relevé les dérives suivantes, dont les répercussions ont largement défrayé la chronique comme en témoigne cette brève revue de la littérature :

- La pseudo découverte d'un charnier à Timisoara (22 décembre 1989)

« Tous les médias, y compris les agences de presse, ont été victimes d'une grossière manipulation montée par des ennemis du régime roumain qui avaient fabriqué un faux charnier en déterrant des cadavres ayant subi des autopsies légales » [25]

- La guerre du Golfe (janvier 1991)

« Le fiasco de la guerre en direct » « La couverture médiatique de la tempête du désert en 1991 a cristallisé les critiques relatives au traitement de l'information » « La Guerre du Golfe a été l'occasion de vérifier sur un sujet grave la stratégie de la manipulation par inondation : « pools » et « briefings », l'information dans la « logique de guerre…Cette guerre annoncée a été un vaste laboratoire d'expérimentation des techniques de contrôle des médias, des plus anciennes aux plus récentes : acceptation préalable de la censure militaire signée individuellement (« Charte des journalistes et assimilés » du 7 janvier 1991) ; monopole de l'information donné à l'un des belligérants, les États-Unis ; interdictions d'aller chercher des informations en dehors de zones autorisées ou sans accompagnement militaire ; organisation de pools par les Américains donnant des informations dans la langue de bois des militaires » [26]

- La fausse interview de Fidel Castro par PPDA (16 décembre 1991, 20h)

« PPDA présente au journal une conférence de presse de Fidel Castro dont les extraits ont été maquillés grâce à l'introduction de questions enregistrées a posteriori par lui et Régis Faucon, alors qu'ils se trouvaient à la Havane. Le document tend à faire croire que le « leader Maximo » a été approché personnellement par les journalistes de la chaîne ou tout au moins qu'il a répondu aux questions posées. La supercherie est dévoilée par Télérama. La Chaîne couvre la faute à l'aide d'un communiqué rageur dans lequel elle dénonce

[24] Pigeat Henri, *Médias et déontologie*, Paris, PUF, 1980, p32. Henri Pigeat fut par ailleurs président de l'Institut international de communication et a dirigé l'AFP de 1979 à 1986.

[25] ***A lire sur le sujet, Pigeat H., op. cit., pp 32-37***

[26] ***A lire sur le sujet : Charon J.M., Carte de Presse. Enquête sur les journalistes, Paris, Stock, 1993, pp.9-16. Libois B., L'éthique de l'Information. Essai sur la déontologie journalistique, éditions de l'Université de Bruxelles, 1994, introduction. Veyrat-Masson I., « Les journalistes. Libertés et contraintes » in é tudes, mai 1995, p 621. Woodrow A., Information et manipulation, Paris, Felin, 1991, introduction.***

Copyright PRODHOMME Magali et Université Lumière - Lyon 2 - 2003.Ce document est

un complot médiatique. Dans un premier temps, PPDA proteste de son innocence : Télérama publie sa réponse : « le mensonge de Télérama » le 15 janvier 1992. Trois jours après le communiqué de sa direction, au micro de France Inter (Radio com), le présentateur vedette reconnaît qu'il n'aurait pas dû diffuser cette séquence : « C'est une erreur, pas une faute ». Il précise qu'il n'a jamais prétendu que ce document était une interview, pourtant tout dans le montage pouvait laisser croire (questions insérées sur des réponses faites à d'autres journalistes présents) » [27]

- L'affaire de Carpentras et L'affaire Villemin [28]
- 52 sur la Une(1er juin 1990)

« magazine animé par Jean Bertolino présente un reportage montrant des « messes noires » menées dans les catacombes. Intitulé : « faunes étranges des sous-sols parisiens »…Mais la faune a été rémunérée et les cérémonies reconstituées dans une carrière de Meudon » [29]

C'est donc au cœur de cette crise que nous avons collecté nos données, en épluchant, un à un et page par page, les bulletins des différents syndicats de journalistes à partir de 1989 jusqu'à nos jours [30] .

b) Les syndicats de journalistes

- SYNDICAT NATIONAL DES JOURNALISTES (SNJ)

Tout au long de son histoire, le SNJ a connu trois titres pour son bulletin. Le numéro 1, sans un, décembre 1918, un mois après l'Armistice, baptisé « ***Le syndicat des***

[27] ***A lire sur le sujet : Lorette S., « La déontologie du journalisme va-t-elle à la dérive ? », in Communications et Langages, 4e trimestre 1992, p 105. Lamotte et Voltin, D., « Mythes et déontologie de l'information », in Hermès 13-14, pp.133-153. Guillebaud J.C., « Les médias contre la démocratie », in Sciences de l'information et de la communication, Textes essentiels, D. Bougnoux, Paris, Larousse, 1993, pp.723-734.***

[28] A lire sur le sujet : « Quelques affaires où il fut question de déontologie », in « Où va le journalisme », Revue *Esprit*, n°167, décembre 1990, pp. 13-18.

[29] ***A lire sur le sujet : Bourdon J., «Les médias, une éthique de la transgression », in Réseaux, n°78, 1996, pp 87-100.***

[30] Cette période a permis l'amorce de nombreuses réflexions dans la communauté médiatique comme nous pouvons le constater à travers ces quelques exemples : L'Événement du jeudi, « *Le procès des journalistes* », 8 mai 1991 ; Les anciens élèves du CFJ réalisent collectivement un « *Livre blanc sur la crédibilité de l'information* », 1990-1991 ; L'association "*Reporters sans frontières"* consacre ses quatrièmes rencontres à la Recherche d'une *« Charte des devoirs et des droits des journalistes* », Montpellier, 3 octobre 199 ; Le SNJ met à l'ordre du jour de son congrès, en 1990, une confrontation sur la déontologie ; La FNPF programme, pour son 12ème congrès, le thème de « *La Liberté et la responsabilité de la presse* », octobre 1991. L'idée déjà ancienne de la création d'un observatoire des médias revient à l'ordre du jour, du moins de la part des parlementaires, loin d'être désintéressés par la question. Le malaise, dans les médias français, fait aussi l'objet d'une production littéraire extrêmement importante. Les ouvrages se comptent par dizaines et leur titre respectif ne laisse aucune place à l'équivoque : Guillaumin C., *Faut-il brûler les journalistes ?,* Paris, Julliard, 1994 ; Mamou Y, *C'est la faute aux médias*, Paris Payot, 1991 ; *Roumanie, qui a menti ?* et *Les journalistes sont-ils crédibles ?*, Montpellier, Éditions Reporters sans frontières, 1990 ; Woodrow A., *Information et manipulation*, Paris, Calmann-Lévy, 1991 ; Roucaute Y., *Splendeurs et misère des journalistes*, Paris, Éditions du Félin, 1991, Freund A., *Journalisme et Mésinformation*, Paris, La Pensée sauvage, 1991.

 Copyright PRODHOMME Magali et Université Lumière - Lyon 2 - 2003.Ce document est

journalistes », titrait ***« A nos camarades – Les devoirs et les droits professionnels »***. ***« Le Bulletin du syndicat des Journalistes*** » est, de 1919 au mois de juin 1928, le titre de l'organe du SNJ, des numéros 2 à 46. ***« Le Journaliste »*** apparaît définitivement en juillet 1928. Sa parution s'interrompt en 1940 avec le numéro 145 et réapparaît en 1946. Sa publication est trimestrielle.

En septembre 2001, le SNJ revendiquait 3000 journalistes adhérents cotisants, soit près d'un dixième de la profession [31] .

- *Le Journaliste* n°204 mai-septembre 1987 : « Affairisme et déontologie »
- *Le Journaliste* n°210 1er trimestre 1989 : « Pour une Charte du journaliste »
- *Le Journaliste* n°216 3e trimestre 1990 : « Journaliste qui t'a fait juge ? »
- *Le Journaliste* n°218 3e trimestre 1991 : « Le colloque de la PQR : une déontologie défensive»
- *Le Journaliste* n°219 4e trimestre 1991 : « La déontologie à toutes les sauces »
- *Le Journaliste* n°220 1er trimestre 1992 : « Déontologie : une confrontation enrichissante »
- *Le Journaliste* n°225 2e trimestre 1993 : « Éthique : des textes à appliquer »
- *Le Journaliste* (supplément) n°226 1993 : « Livre Blanc de la déontologie des journalistes ou de la pratique du métier au quotidien » (à titre de consultation)
- *Le Journaliste* n°238 2e trimestre 1996 : « PQR : une déontologie unilatérale »
- *Le Journaliste* (supplément) n°246 octobre 1997 : « Plate-forme d'orientation adoptée par le 76e Congrès (Lyon) - chapitre 1 : « Déontologie et liberté de la presse »
- *Le Journaliste* n°253 3e trimestre 1999 : « Déontologie : quand le gouvernement s'en mêle»
- *Le Journaliste* n°254 4e trimestre 1999 : « Déontologie : le rapport Charon vise le long terme »

- UNION SYNDICALE DES JOURNALISTES CFDT (USJ-CFDT)

« Journalistes CFDT » est l'organe officiel de l'USJ-CFDT. Nous n'avons pas trouvé trace du premier bulletin mais, du second, daté de 1938 et intitulé : ***«Bulletin mensuel du SJ français*** ». Sa filiation confédérale n'est pas mentionnée. La CFDT diffusait, en novembre 1944, le premier ***« Bulletin du Syndicat des journalistes français CFDT*** ». Sa parution est tantôt mensuelle tantôt bimensuelle. Cette diffusion paraît aussi sous le nom de ***« Circulaire*** », jusqu'en novembre 1949, date à partir de laquelle elle reprend le nom de bulletin. L'USJ-CFDT a été créée en 1992 pour que les journalistes de l'audiovisuel et de l'écrit puissent se retrouver au sein d'une même centrale syndicale [32] .

En septembre 2001, l'USJ-CFDT revendiquait près de 1000 journalistes adhérents cotisants [33] .

[31] Source SNJ.

protégé en vertu de la loi du droit d'auteur.

- *Journalistes CFDT* (supplément spécial Europe) n°261 1993 : « Conditions de travail et déontologie du métier »
- *Journalistes CFDT* n°276 février 1994 : « Déontologie : les pratiques professionnelles »
- *Journalistes CFDT* n°277 avril 1994 : « Spécial élection : Aussi défendre des règles de déontologie »
- Résolution de l'A.G de L'USJ-CFDT du 10-11-12 novembre 1994 : « II- La déontologie »
- *Journalistes CFDT* n°279 mars 1995 : « Convalescence : déontologie et précarité »
- *Journalistes CFDT* n°280 juillet 1995 : « Notre déontologie n'est pas à vendre » et « les sécateurs à l'œuvre »
- Observations sur le projet de rapport présenté par Claude Chambonnaud, rapporteur, intitulé « Liberté d'information et protection du citoyen face au développement des médias ». Ce rapport a été rédigé dans le cadre du Conseil économique et social, section du cadre de vie, en mars 1999. Il est clairement stipulé, en page de garde dudit document, qu'il ne peut être ni diffusé, ni publié. Nous n'exploiterons donc que les commentaires qu'il a suscités de la part de l'USJ-CFDT.

- SYNDICAT NATIONAL DES JOURNALISTES CGT (SNJ-CGT)

« *Témoins* » est la revue trimestrielle des journalistes CGT. Elle succède au *« Journal des journalistes* ». Sa parution fut d'ailleurs épisodique jusqu'en 1995, date à laquelle apparaît la nouvelle formule baptisée « *Témoins. Le Journal des journalistes* » et numérotée à partir du 28.

Le SNJ-CGT revendique, via son secrétaire général, Michel Diard, près de 800 adhérents cotisants.

- *Témoins* n°28 juin 1995 : « Éloges du journalisme »
- *Témoins* n°30 avril 1996 : « Journalistes menacés, information en danger »
- *Témoins* n°34 mai 1997 : « Un cri de colère »
- *Témoins* n°38 septembre 1998 : « principes professionnels : ne nous laissons pas encoder » et « déontologie : ce que nous croyons »
- *Témoins* n°39 janvier 1999 : « Déontologie : ne nous laissons pas encoder (suite) »

[32] Une dépêche de l'AFP, datée du 14 juin 1992 mentionne que : « *A la suite d'un contentieux avec la Centrale sur le rôle spécifique et l'autonomie de leur organisation, les Journalistes CFDT qui tenaient à les préserver dans une structure à part pour les différentes formes de presse, avaient préféré dissoudre le syndicat national en 1991. Le différend s'est progressivement résorbé pour permettre la mise en place de cette nouvelle USJF* » et de préciser « *l'USJF est rattachée à la Fédération nationale CFDT de la Communication et de la Culture* ».

[33] Source USJ-CFDT.

protégé en vertu de la loi du droit d'auteur.

- *Témoins* (nouvelle série) n°3 avril 2000 : « Droit d'auteur : la nécessaire protection morale du journaliste »
- *Témoins*, nouvelle série, n°7 juillet 2001 : « L'aurore d'un nouveau journalisme »
- Les documents du SNJ-CGT : « Pour un journalisme de dignité »
- Commentaires du SNJ-CGT autour du rapport intermédiaire de Jean-Marie Charon sur la déontologie journalistique

- SYNDICAT GÉNÉRAL DES JOURNALISTES FO (SGJ-FO)

La « *Morasse* » est l'organe de diffusion officiel du SGJ-FO. La Morasse désigne la dernière épreuve d'une page de journal avant impression. La première parution du trimestriel date de la création du Syndicat, en 1946 (scission avec la CGT créée en 1938) [34].

FO rassemble trois syndicats de journalistes : le SGJ-FO, le SJ-FO, créé par un groupe de dissidents en 1996 et le syndicat de l'audiovisuel, le SJA-FO, créé en 1990. Le syndicat FO est réduit, eu égard aux circonstances, à constituer une liste commune pour les élections à la Commission de la carte.

Le nombre d'adhérents cotisants au SGJ-FO s'élève, selon Tristan Malle, secrétaire général, à environ 200.

- *La Morasse* n°834 juillet-août-septembre 1990 : « Les pressions et atteintes aux Libertés »
- *La Morasse* n°836 avril-mai-juin 1991 : « Une profession unique » et « Démocratie »
- *La Morasse* n°840 juillet-août-septembre 1992 : « Les anciens et les nouveaux »
- *La Morasse* n°844 juin-juillet-août 1993 : « La déontologie en question »
- Résolution générale du Congrès du SGJ-FO du 10-11-12 juin 1993 : « ordre des journalistes »
- *La Morasse* n°851 mai-juin-juillet (spécial congrès) 1996 : « Appel aux journalistes »
- *La Morasse* n°857 octobre-novembre-décembre 1997 : « Liberté de la presse : non aux journalistes boucs émissaires » et « Manifeste : à ceux qui disent aimer la liberté de la presse »
- *La Morasse* n°858 mai-juin-juillet 1998 : « Rapport sur la formation des journalistes : des propositions inacceptables »
- *La Morasse* n°861 mai-juin-juillet 1999 : « Résolution générale du 19e congrès du SGJ-FO du 27-28 mai 1999 : Déontologie »
- *La Morasse* n°864 février-mars 2000 : « Défendre en toutes circonstances l'indépendance et la liberté du journaliste »
- *La Morasse* n°867 septembre-octobre 2000 : « Attention au respect des principes professionnels avec le Web »

[34] Les archives du SGJ-FO ne sont disponibles qu'à partir de 1969. Cette information n'a donc pas pu être vérifiée.

Copyright PRODHOMME Magali et Université Lumière - Lyon 2 - 2003.Ce document est

- LE SYNDICAT DES JOURNALISTES CFTC

· « Vers l'élaboration d'un code de déontologie professionnelle »

Le Syndicat Chrétien des journalistes ne dispose pas de bulletin ou de lettre susceptibles d'être adressés aux adhérents. Selon les propos de Michel Eicher, secrétaire général du syndicat, seuls quelques courriers, dont la périodicité n'est pas fixée, sont parfois envoyés aux journalistes CFTC. Nous avons donc demandé à lire les statuts et les éventuelles brochures [35] qui servaient la cause du SJ CFTC. Après une lecture attentive de ces documents, nous avons relevé différents éléments susceptibles d'intéresser notre questionnement. En effet, les statuts adoptés par l'assemblée constitutive du 23 décembre 1971 stipulent, à l'article 5, que ***« le Syndicat, affilié à la Confédération française des travailleurs Chrétiens, revendique pour la profession, avec le souci de sauvegarder sa dignité et son bon renom, l'élaboration d'un code de déontologie professionnelle précisant les droits et les devoirs des journalistes »*** [36] . Toute admission au Syndicat est notamment soumise à l'acceptation de cette revendication. De plus, à l'occasion des élections à la Commission de la carte de presse, le syndicat chrétien des journalistes écrit : ***« La diversité de la profession fait sa richesse. Mais l'unité des journalistes est garantie par leur statut. Ce statut doit être défendu. Nous refusons : (…) des formations à la déontologie obligatoires, au contenu décidé par d'autres que par nous »*** [37] . Sur la base de ces quelques éléments, nous avons sollicité une entrevue avec le secrétaire général du syndicat chrétien des journalistes, Michel Eicher. Cet entretien s'est déroulé de manière totalement informelle, dans un restaurant parisien. Nous avons questionné Michel Eicher autour de l'article 5 ainsi que sur les propos tenus dans la revue *Vision* (voir ci-dessous) afin de dégager la ligne de conduite promue par le syndicat chrétien des journalistes. Concernant le ***« refus des formations à la déontologie obligatoires, au contenu décidé par d'autres que par nous »,*** Michel Eicher, manifestement embarrassé, a prétexté qu'il s'agissait de ***« faire réagir les militants*** » de ***« les provoquer*** ». Pour les membres du SJ CFTC, explique-t-il, ***« il n'y a pas de débat*** ». Michel Eicher concède volontiers que la question de la déontologie n'est pas ***« une priorité*** » qu'elle n'est pas ***« une urgence*** ». Le SJ CFTC ***« prône la non-intervention de l'État, y compris en matière de financement, si celui-ci entraînait un contrôle sur le contenu des formations à la déontologie au sein des écoles »*** [38] . Questionné sur l'article 5 (voir ci-dessus) Michel Eicher nous a semblé découvrir son contenu et a avoué ne s'être jamais interrogé sur ce point précis. La

[35] Il existe une brochure intitulée « *Vision* » qui constitue le support de communication de la Fédération française des syndicats de la communication écrite, graphique, du spectacle et de l'audiovisuel CFTC. Cette fédération, présidée par Marcel Caron (TF1) considéré comme une « tête brûlée » par la profession, finance les projets du Syndicat chrétien des journalistes. La revue « *Vision* » permet donc au Syndicat des journalistes CFTC, notamment à l'occasion des élections à la Commission de la carte de presse, d'exprimer son point de vue.

[36] Extrait des statuts du syndicat chrétien des journalistes, adoptés par l'assemblée constitutive le 23 décembre 1971.

[37] Document diffusé aux journalistes CFTC à l'occasion des élections à la commission de la carte du 20 juin 2000.

Copyright PRODHOMME Magali et Université Lumière - Lyon 2 - 2003.Ce document est

revendication de ***« l'élaboration d'un code de déontologie professionnelle précisant les droits et les devoirs des journalistes*** » n'a fait l'objet, selon lui, ***« d'aucun débat au sein du syndicat depuis ces cinq dernières années »*** [39] . à l'issue de notre entretien, Michel Eicher s'est engagé à questionner l'ensemble des adhérents au syndicat chrétien des journalistes autour de l'élaboration d'un code de déontologie.

Nous avons reçu, le lundi 27 août 2001, un complément d'informations envoyé par courrier électronique. En voici le contenu :

- Un syndicat chrétien ne peut se désintéresser de la déontologie.
- Nos militants, par leurs convictions, pensent souvent que le respect de la déontologie va de soi, puisqu'elle est au centre de leur conviction.
- Le syndicat CFTC a pris du retard dans la réflexion sur ce sujet, pour mettre à jour ses convictions en tenant compte de l'évolution de la presse.
- Le syndicat CFTC est d'accord avec vous qu'il est temps qu'il rattrape ce retard.

En janvier 2002, le syndicat chrétien des journalistes revendiquait près de 400 adhérents cotisants.

- LE SYNDICAT DES JOURNALISTES CGC : « LE VRAI, LE FAUX ET LE SOUHAITABLE »

Nous devions compter, parmi ces instances syndicales, sur la présence du Syndicat des journalistes CGC. Cette confédération des cadres journalistes, constituée en 1972, rassemble en son sein près de 107 adhérents cotisants et dispose d'un bulletin intitulé *NDLR* (Note de la rédaction). Nous avons rencontré à Lyon, son ancien président, Pierre Bail. Ce dernier nous avait signalés auparavant, par message électronique, ***« qu'à son grand regret, nous ne sommes pas en mesure de vous présenter nos archives « NDLR » qui se sont volatilisées dans la nature, ainsi que je le pressentais »*** [40] . Cela dit, Pierre Bail nous a transmis un exemplaire *du Livre Blanc du SJ CGC*, rédigé en 1995, et intitulé ***« Le vrai, le faux et le souhaitable. Contribution à l'élaboration d'une nouvelle charte des journalistes*** » [41] . Selon l'ancien président du SJ CGC, la rédaction de ce Livre Blanc a été motivée par de ***« trop nombreux scandales dans l'audiovisuel »***. ***« D'inspiration franc-maçonnique*** », la réalisation de ce livre visait ***« à marquer un coup à l'approche des élections à la Commission de la carte, en juin 1997 et auprès du SNJ*** ». Et Pierre Bail de préciser ***« On a gagné quelques points ! C'était aussi de dire, sans prétention, que notre syndicat existe*** » [42] .

[38] Interview de Michel Eicher, lundi 16 juillet 2001.

[39] Michel Eicher, *idem*.

[40] Courrier électronique du lundi 11 mars 2002.

[41] Syndicat des journalistes CFE-CGC, *Le vrai, le faux et le souhaitable. Contribution à l'élaboration d'une nouvelle charte des journalistes*, Éditions Bruno Le Prince, 1997.

[42] Entretien avec Pierre Bail, le 28 juillet 2002, Lyon.

protégé en vertu de la loi du droit d'auteur.

C) La syndicalisation de la profession de journalistes

Les statistiques, issues de la Commission nationale de la carte d'identité des journalistes professionnels, recensent, à la date du 3 janvier 2002, 34227 cartes de presse délivrées. Selon nos estimations et les chiffres qui nous ont été communiqués par les différents syndicats, nous pouvons évaluer le taux de syndicalisation des journalistes français à 13 %. Ce chiffre sera pondéré par la véracité des chiffres transmis par les syndicats, soupçonnés de pratiquer la surenchère d'adhérents. Jusqu'en 1938, il n'existait qu'un seul syndicat pour représenter la profession : le SNJ. A partir de cette date, Jean-Maurice Hermann, qui fut d'ailleurs l'un des secrétaires généraux du SNJ, créa le SNJ-CGT, pour représenter le courant progressiste du SNJ dont certains membres souhaitaient maintenir l'autonomie. La reconfiguration du paysage syndical des journalistes français s'amorce avec la scission FO-CGT, en 1946. L'organe officiel du SNJ, *Le journaliste*, relate les faits, non sans amertume : ***« Un syndicat national de journalistes particulièrement puissant existait. Parce qu'il adhérait, à la CGT et qu'au sein de la CGT une scission s'est produite, des confrères ont donné un exemple regrettable (…) Aussitôt que le conseil national a eu voté le retrait du SNJ d'une CGT devenue inhabitable pour l'immense majorité de ses membres, d'autres confrères ont fait acte de dissidence. Résultat : alors qu'il était possible aux journalistes de toutes les tendances de demeurer unis sur le plan de la défense professionnelle (…) trois syndicats sont désormais en présence : le SNJ qui entend être véritablement indépendant et poursuivre l'action sur le plan de la profession, le syndicat CGT-FO – qu'on appelle déjà le syndicat socialiste, et le syndicat CGT*** »[43]

Aujourd'hui, la profession de journaliste abrite six syndicats : le SNJ (3000 adhérents), le SNJ-CGT (800 adhérents), le SGJ-FO (environ 200 adhérents), le Syndicat CFTC des journalistes (400 adhérents), l'USJ-CFDT (1000 adhérents) et le SJ-CGC (107 adhérents).

Nous ne sous-estimons pas l'objection qui pourrait nous être faite concernant la différence de traitement opérée entre les organisations professionnelles. En effet, les représentants des syndicats n'ont pas été contraints au questionnaire comme l'ont été les représentants patronaux, soumis à des orientations inhérentes aux questions posées. Il nous a semblé impossible de dépasser cette contrainte sauf à envisager l'exclusion totale des positions patronales à l'égard de ces questions. Or au regard de nos hypothèses, il nous est apparu inconcevable de justifier ce rejet. Il nous était certes possible d'administrer ce questionnaire aux secrétaires généraux des syndicats de journalistes mais nous y avons renoncé pour différentes raisons. La première tient à notre volonté de travailler sur un corpus dont les caractéristiques conjoncturelles enrichissent sa dimension et donc son intérêt. La seconde porte sur notre intention d'ancrer notre réflexion sur une période suffisamment représentative en matière d'approche discursive de la chose éthique par les corps intermédiaires de la profession.

[43] *Le Journaliste*, n°4 (nouvelle série), mai 1948.

protégé en vertu de la loi du droit d'auteur.

3) Enquête : Les chartes dans les médias français

Aux discours des organisations professionnelles d'employeurs et de salariés de la presse, nous ajoutons un ensemble de Chartes collectées à l'occasion d'une enquête menée auprès des médias français. Nous considérons ces chartes et les réponses apportées à notre questionnaire comme autant d'éléments constitutifs du discours de l'entreprise médiatique à l'égard des questions d'éthique professionnelle et de déontologie journalistique.

L'enquête, réalisée sur la base d'un questionnaire, a été menée auprès d'une soixantaine de responsables (directeur de la publication ou de la rédaction) de la presse écrite (6 PQN ; 7 PHN ; 33 PQR) et de l'audiovisuel qu'il soit public (*FranceTélévisions* et *Radio France*) ou privé (TF1 ; Canal + ; M6 ; RTL ; Europe 1). Parmi eux, et en dépit de multiples relances, nombreux ont été ceux qui n'ont pas répondu.

a) Présentation de l'enquête et définition des objectifs

L'objectif de cette enquête était double. Il s'agissait, d'une part, de comprendre la motivation des entreprises de presse et de l'audiovisuel, privées ou publiques, à rédiger leur propre document en matière de déontologie ou d'éthique professionnelle. Michel Falise, directeur du centre d'éthique contemporaine des facultés de Lille encourage cette démarche en mentionnant ***« l'ambiguïté dans les motivations à instituer une éthique parce qu'elle est parfois revendiquée pour l'image de marque, la crédibilité »*** [44] .

Nous avons, d'autre part, sollicité l'envoi de ces documents (charte, codes de déontologie, pacte) afin de les distinguer les uns des autres et de comprendre, in fine, la particularité qu'établissait de fait, chaque entreprise de presse à l'égard des questions d'éthique professionnelle. Il nous est apparu clair que les documents déjà existants (*Charte du SNJ* et *Charte de Munich*) n'obtenaient sinon aucune reconnaissance du moins aucune légitimité auprès des employeurs, qui n'y font raremment ou jamais référence. Il devenait donc intéressant de dégager le positionnement respectif des différentes chartes d'entreprise par rapport à celui des chartes du SNJ et de Munich, lesquelles feront l'objet d'une analyse comparative. Cette recherche visait notamment à expliquer comment le discours éthique ou déontologique arbitre des jeux de pouvoir [45] , d'une part, au sein de la profession et, de l'autre, au sein de l'entreprise médiatique, comme lieu de conflits. Le rejet quasi systématique de *La Charte du SNJ* ou *de Munich* par les employeurs traduit et reproduit, selon nous, la division sociale (employeurs vs employés), le lien de subordination qu'il implique (voir ici les questions soulevées par la sociologie des groupes professionnels) et sa résolution idéologique. H Simonian-Gineste explique ce refus en précisant que ***« les patrons de presse sont opposés, dans leur majorité, à la démarche déontologique, celle-ci étant facteur d'indépendance de***

[44] Falise M., « L'émergence de la demande éthique », *Journalisme et éthique*, in *Cahiers du journalisme*, n°1, publication du centre de recherche de l'ESJ Lille, 1996, p 25.

[45] Ici, entre syndicats de journalistes et employeurs.

Copyright PRODHOMME Magali et Université Lumière - Lyon 2 - 2003.Ce document est

leurs personnels » [46] . Le SNJ, quant à lui, qualifie ce refus ***« d'inexpliqué*** » et note que ***«depuis une vingtaine d'années, à la faveur des renégociations de la convention collective nationale, les syndicats de journalistes ont milité en faveur de l'introduction de la Charte dans la convention, à tout le moins en guise de préambule. Les fédérations patronales s'y sont toujours opposées, sans exprimer les raisons de leur refus »*** [47] . Comme le souligne avec insistance Sophie Robert, ancienne présidente de la FNPS, qui concluait le 12ème Congrès national de la presse française en octobre 1991 : ***« les éditeurs font l'inventaire de leurs devoirs, ce qui suppose « un véritable travail de fourmis » au sein de leurs entreprises. Mais ils ne laissent pas à d'autres le soin d'établir la déontologie de leur profession. Ce sont eux qui parlent de responsabilités à tous les niveaux de l'entreprise de presse, ce sont eux qui réaffirment la finalité de leurs entreprises, ce sont eux qui élaborent, avec leurs journalistes, de véritables chartes rédactionnelles, ce sont eux qui s'interrogent sur les conséquences engendrées par l'arrivée des nouvelles technologies*** » [48] . Cette phrase résume, selon nous, l'ensemble des contradictions qui sous-tendent le discours éthique et déontologique des entreprises de presse. Ce sont « les ***« éditeurs*** » (récurrence de l'expression ***« ce sont eux »***) qui verrouillent le discours éthique car ***« ils ne laissent pas à d'autres le soin d'établir la déontologie de leur profession »*** [49] (souligné par nous). Ce verrouillage s'opère en effet au sein de l'entreprise de presse puisque selon l'enquête de la FNPF, à la question ***« qui est en charge, au sein du titre, des moyens qui lui sont propres pour la mise en œuvre de la déontologie ?*** », les réponses désignent à 62 % le directeur de la publication [50] . Or comme le rappelait Christian Delporte ***« rarement fruits d'un processus démocratique, la plupart de « ces codes » sont rédigés et imposés par l'équipe de direction*** » [51] . Cela dit, Sophie Robert admet implicitement que ***« la*** » profession existe puisqu'elle pointe « sa » déontologie mais, d'une part, rappelle que « ce sont eux » -les éditeurs- auxquels incombe la responsabilité d'élaborer la déontologie et, d'autre part, souligne que c'est au sein de l'entreprise de presse que celle-ci s'établit. Une référence commune à la profession en matière de déontologie n'est pas ici envisagée. Seule l'élaboration ***« de véritables chartes rédactionnelles »*** (souligné par nous) est envisagée puis parfois

[46] Simonian Gineste S. cité par Moret-Bailly J., *Essai sur les déontologies en droit positif*, Thèse de droit, mention droit privé,Université Jean Monnet, Saint Etienne, novembre 1996, p130.

[47] « Livre Blanc », Publication du SNJ, 1993, p 69.

[48] Robert S., « Droits et devoirs de l'Information », Conclusions de la deuxième séance, in *Actes du 12e Congrès national de la presse française*, FNPF, p 35. Sophie Robert était, à l'époque du congrès, la présidente de fédération nationale de la presse d'Information spécialisée.

[49] Robert S., *idem*.

[50] Enquête « Contentieux et déontologie », in *Médiaspouvoirs*, n°4, nouvelle série, 3e trimestre 1998, p 120.

[51] Delporte C., « Journalistes français et morale professionnelle », in *La question médiatique* (sous la dir. de Fabrice d'Almeida), Paris, Seli Arslan, 1997, p 35.

 Copyright PRODHOMME Magali et Université Lumière - Lyon 2 - 2003.Ce document est

conçue en partenariat avec les journalistes. Or, au regard des quelques résultats dégagés de notre enquête, il semblerait qu'il y ait une confusion voire une indétermination très largement entretenue (volontairement ou involontairement) entre la Charte qui rend compte d'une déontologie et d'une éthique au sein de l'entreprise de presse et celle qui établit des orientations en matière de forme rédactionnelle.

La durée de notre enquête s'est étalée sur plusieurs mois car elle a nécessité de multiples relances téléphoniques, écrites et faxées. Seules 24 réponses nous sont parvenues sur la soixantaine de questionnaires envoyée. La plupart d'entre elles ont évincé le questionnaire dont l'objectif principal était de récolter des informations relatives aux motivations à la création d'une charte [52] .

Les réponses, qui feront l'objet d'une analyse minutieuse, esquissent une double stratégie commune aux entreprises de presse : une stratégie de protection et une stratégie d'adaptation. Elles rendent compte, déjà, d'une certaine homogénéité des approches en matière de déontologie journalistique. Outre les quelques questionnaires qui nous ont été retournés [53] nous avons recueilli les chartes suivantes :

Nom du journal (ou de la chaîne de télévision)	**Document**
Le Dauphiné Libéré	La charte du correspondant local de presse
La Nouvelle République	Guide de la rédaction
Sud Ouest	Guide de la rédaction
L'Union	Les fondamentaux de la locale
Le Courrier Picard	La ligne éditoriale
DNA	Traitement des faits-divers et de la justice aux DNA
La République du Centre	Faits divers/justice. Document de synthèse
L'Express	Charte sur l'identité et l'indépendance
Libération	Principes du pacte d'indépendance
Télégramme de Brest	Quid de la rédaction
FranceTélévisions	Charte de l'antenne de *FranceTélévisions*
Arte	Les infos sur Arte
La Croix	Ce qui nous guide
L'Est Républicain	Le traitement du fait-divers
Ouest-France	Le fait-divers à Ouest-France

b) Tiré à part : « Le Canard Enchaîné »

Il nous faut faire une mention spéciale au *Canard Enchaîné* qui, comme tous les autres titres de la presse française, a été sollicité. Son rédacteur en chef, Claude Angeli, nous a accordé une interview téléphonique [54] . Sept questions ouvertes, portant sur la

[52] Voir Annexes.

[53] Voir Annexes.

protégé en vertu de la loi du droit d'auteur.

déontologie et l'éthique professionnelle des journalistes, lui ont été posées [55] . Notre démarche ne visait pas à accorder un traitement de faveur au *Canard Enchaîné* mais à considérer objectivement la position tout à fait particulière qu'occupe cet hebdomadaire dans le paysage de la presse française. Comme le souligne Laurent Martin, auteur ***du « Canard Enchaîné ou les fortunes de la vertu. Histoire d'un journal satirique. 1915-2000*** » : ***« évoquer le Canard, aujourd'hui comme hier, c'est parler d'un journal qui est une puissance, c'est citer des noms de hauts personnages raillés et fustigés, c'est entendre le bruit retentissant que font les baudruches ou les scandales lorsqu'ils éclatent*** » [56] . Au-delà de ces quelques commentaires, nous avons cherché à notre tour à comprendre ce qui dans ***« l'esprit Canard*** » d'aujourd'hui faisait référence à une éthique professionnelle.

c) Les écoles de journalisme

Nous avons par ailleurs questionné les neuf centres de formation agréés par la commission nationale paritaire de l'emploi des journalistes, afin d'évaluer leur responsabilité, souvent mise en cause par les organisations professionnelles, en matière de formation à la déontologie. Ainsi, l'école de journalisme et de communication de l'université de la Méditerranée (Marseille), l'ESJ de Lille, l'IUT de journalisme de Tours, l'IUT de journalisme de Bordeaux, le CELSA, le CFJ, l'IPJ, le CUEJ et l'école de journalisme de Toulouse ont reçu le questionnaire (voir annexes). A cette liste nous avons fait le choix d'ajouter une dixième école, l'école de journalisme de Paris (ESJ) non reconnue dans la convention collective. Si la plupart d'entres-elles a renvoyé le questionnaire rempli, seul le CUEJ de Strasbourg n'a pas répondu

4) Le discours juridique : la qualification de la faute journalistique et l'article 1382 du code civil

Enfin, pour circonscrire notre corpus, nous avons récolté un ensemble d'arrêts duquel nous tâcherons de dégager un certain nombre de considérations éthique et déontologique. Pour ce faire, nous nous sommes tout d'abord orientés vers les tribunaux prud'homaux, comme lieux de conflits sociaux. Nous avons rapidement pris conscience des écueils liés à cette démarche. Le premier écueil réside dans l'ampleur de la base de données des décisions rendues par les tribunaux prud'homaux et dans l'absence de reconnaissance des mots clés tels que ***« déontologie*** » ou ***« éthique professionnelle »*** dans cette même base de données. Nous avons questionné Emmanuel Derieux, professeur à l'Institut français de la presse, auteur d'un manuel de droit de la communication et spécialiste des questions de droit de la presse. Sa réponse est sans

[54] Cette interview téléphonique est datée du 25 mai 2000.

[55] Voir Annexes.

[56] Martin L., *Le Canard Enchaîné ou les fortunes de la vertu. Histoire d'un journal Satirique. 1915-2000*, Paris, Flammarion, 2001, p11.

protégé en vertu de la loi du droit d'auteur.

appel : ***« ni le Conseil des prud'hommes ni la commission arbitrale (qui ne sont pas des institutions permanentes et dans lesquelles les magistrats professionnels ne sont pas majoritaires) n'ont véritablement à statuer sur les questions éthiques ou déontologiques. On trouve parfois quelques allusions au « bon » travail journalistique dans les décisions rendues, par le juge civil, en matière d'atteinte à la vie privée ou de diffamation notamment »*** [57] . Le fait de pouvoir trouver ***« quelques allusions au « bon » travail journalistique dans les décisions rendues par le juge civil »*** a attiré notre attention. En effet, notre réflexion consiste à dire que le juge, dans le cadre de l'article 1382 du code civil [58] , peut être amené à apprécier l'existence d'une faute du journaliste (la faute renvoie à une norme ou à la déontologie) et, in fine, se poser comme juge naturel de la déontologie des journalistes.

b) Le corpus juridique

Nous avons donc réorienté notre recherche en consultant la base de données ***« Juridisque LAMY »*** du centre d'études et de recherches critiques du droit (CERCRID) de l'université Jean Monnet de Saint étienne, autour de la première et de la deuxième chambre civile, la chambre sociale et l'assemblée plénière de la cour de Cassation. Trois mots clés ont été utilisés pour exploiter la base de données : journalist* ; 1382 et journalist* et enfin déontologi* et journalist*. Le résultat de notre collecte est le suivant :

- Première chambre civile de la Cour de Cassation

  – Cass.civ. 1, 30 mai 2000, Bull.civ. I
  – Cass.civ. 1, 17 octobre 2000, Bull.civ. I

- - Deuxième chambre civile de la Cour de Cassation

  – Cass. civ. 2, 14 décembre 2000, Bull.civ. II
  – Cass.civ. 2, 23 mai 2001.
  – Cass.civ. 2, 9 décembre 1999.
  – Cass.civ. 2, 8 mars 2001, Bull.civ. II
  – Cass.civ.2, 21 juin 2001,
  – Cass.civ.2, 8 novembre 1989, Bull.civ.II
  – Cass.civ.2, 16 novembre 1988, Bull.civ. II
  – Cass.civ.2, 23 avril 1986.
  – Cass.civ.2,11 janvier 1984. (Arrêt n°35)
  – Cass.civ.2, 11 janvier 1984 (Arrêt n°36)

[57] Derieux E., Correspondance électronique, février 2002.

[58] L'article 1382 du code civil stipule que « *tout fait quelconque de l'homme qui cause à autrui un dommage, oblige celui par la faute duquel il est arrivé, à le réparer* ».

Copyright PRODHOMME Magali et Université Lumière - Lyon 2 - 2003.Ce document est

- Cass.civ. 2, 20 juin 1990.
- Cass.civ.2, 5 décembre 1990, Bull.civ. II

· Chambre sociale de la Cour de Cassation

- Cass.soc., 22 mai 1995, Bull.civ.
- Cass.soc., 29 mars 1995, Bull. civ. (Arrêt n°1438)
- Cass.soc., 17 mars 1993.
- Cass.soc., 29 mars 1995. (Arrêt n°1435)
- Cass.soc., 8 juillet 1992,
- Cass.soc., 27 octobre1993.
- Cass,soc., 15 novembre 1995.

· Assemblée plénière de la cour de Cassation

- Cass. Ass. Plén., 12 juillet 2000, Bull.civ.
- Cass. Ass. Plén., 25 février 2000, Bull.civ.
- Cass. Ass. Plén., 12 mai 1999, Bull.civ.

L'ensemble constitue le corpus de cette thèse laquelle, dans une première partie, présentera une approche résolument historique de l'éthique comme l'un des paramètres déterminants de la construction discursive de l'identité professionnelle du journaliste. Si cette réflexion s'amorce dès le dix-huitième siècle, nous la poursuivrons au dix-neuvième siècle avec l'analyse des archives de l'Institut mémoire de l'édition contemporaine (IMEC). Cette piste de recherche est apparue à l'issue de la lecture de l'ouvrage de Christian Delporte : ***« Les journalistes en France. 1850-1950. Naissance et construction d'une profession »***. L'auteur, lorsqu'il analyse le développement des Associations de journalistes, se réfère au fonds d'archives de l'IMEC. Nous avons donc consulté nous même ces archives en janvier 2001 puis février 2001. Il s'agit d'un fonds de Syndicats et Associations de journalistes, déposé à l'IMEC en 1990. Ces archives nous ont permis de suivre l'histoire du journalisme français depuis un siècle sous l'angle particulier de la défense des intérêts moraux et matériels de cette profession.

5) Description du fonds de Syndicats et Associations de journalistes de l'IMEC

En 1880, Edgar Monteil a lancé, dans les rédactions, des feuilles démocratiques dans lesquelles il exprime son projet vaste et encore imprécis d'une association des journalistes républicains. Il trouve un certain nombre d'appuis parmi lesquels ceux du *Rappel*, du *Voltaire*, de *La Lanterne*, du *Citoyen*, de *La France*, de *L'Indépendant*, du *Temps*, du *National* ou encore de la *République française.* Deux feuilles, lancées en

 Copyright PRODHOMME Magali et Université Lumière - Lyon 2 - 2003.Ce document est

1880, seront déterminantes pour le lancement du projet : *La Justice* de Clemenceau et *L'Intransigeant* d'Henri Rochefort. Parmi les premières adhésions parviennent celles d'Edmond Texier, Victor Poupin, Eugène Reinach et Edmond Lockroy. Plusieurs réunions ont lieu au cours desquelles les journalistes discutent, puis rédigent les statuts de ce qui va devenir *l'Association syndicale et professionnelle des journalistes républicains*. L'ensemble est entériné au cours de la première assemblée générale, convoquée le 9 avril 1881, au Café hollandais. Cette association est conçue d'emblée comme une société de secours mutuel qui assurait pensions, secours ou retraites à ses membres et à leurs familles. Elle est alors financée par les cotisations, des dons, des fêtes et des loteries [59] .

Deux ans auparavant, le 18 mai 1879, s'était créé *l'Association de la presse républicaine départementale*. Elle se définissait comme une association de propriétaires, de directeurs, de rédacteurs en chef et de rédacteurs attitrés des journaux républicains de province. Son but, fixé par l'article 2 de ses statuts, était de ***« créer un lien professionnel entre les membres de la presse républicaine départementale et d'augmenter l'autorité, l'influence et la dignité de la corporation »***. En 1882, elle devint le syndicat de la presse républicaine départementale et prit à son tour la défense des intérêts matériels et moraux de la profession.

Notre première partie s'est enrichi, outre des lectures et de l'analyse des procès verbaux des assemblées des différentes associations de journalistes, des réflexions de différents chercheurs que nous avons sollicités par courrier. Nous avons dressé le constat, après de nombreuses lectures empruntées au domaine de la sociologie et de l'Histoire, que la critique adressée aux journalistes, quelle qu'en soit la teneur et sa source, portait très souvent sur leur éthique, c'est-à-dire sur les modes d'existence du journalisme selon les catégories du bien (faire) et du mal (faire). Forts de ce constat, dont il s'agissait de vérifier l'hypothèse, nous avons consulté des dix-huitièmistes et des historiens de la presse dont l'essentiel des travaux portait sur la période du XVIIIème siècle. Ainsi ce sont Henri Duranton, Jean Sgard, Pierre Rétat et Gilles Feyel qui ont eu la bienveillance et la gentillesse de prêter attention à cette hypothèse. Ces correspondances aussi pertinentes qu'enrichissantes ont parfois éclairé d'un jour nouveau notre réflexion qui, indéniablement, s'en sort grandie.

D'autres chercheurs ont aussi éclairé notre travail de leur connaissance de l'histoire et du milieu journalistique. A titre consultatif, nous avons rencontré Michaël Palmer, Claude-Jean Bertrand, Jean-Marie Charon et correspondu avec Cyril Lemieux et Christian Delporte.

Il est apparu, à l'issue de ces rencontres, que si notre sujet s'avérait pertinent, son principal objet, l'éthique, suscitait manifestement de nombreuses réserves. Le malaise provoqué par la notion d'éthique tient sans doute au fait qu'il s'agit d'un objet délicat à manipuler tout autant qu'à greffer à une interrogation scientifique. A la croisée de plusieurs disciplines aussi diverses que la philosophie, la double sociologie de l'éthique et des groupes professionnels, l'anthropologie, l'ethnométhodologie, les sciences cognitives ou encore l'Histoire, l'éthique semble encore, en France, un objet scientifique non identifié par les sciences de l'Information et de la Communication. Or, dès lors qu'elle est saisie

[59] Présentation du fonds par l'IMEC.

protégé en vertu de la loi du droit d'auteur.

comme puissance de questionnement des pratiques médiatiques, elle devient un objet d'analyse sans égal qui pousse l'interrogation aux confins de notions aussi importantes que l'identité, la médiation ou les représentations en jeu dans une profession. Repérer l'existence d'un débat éthique et les catégories qu'il revêt s'agissant de la profession de journalistes, c'est s'enquérir de la réflexion de Durkheim : ***« Ce qui définit l'éthique ce n'est pas un texte ou un code, mais d'abord le fait que, lorsque certains actes sont commis, le sociologue peut observer un sentiment de réprobation qui, s'il n'empêche pas nécessairement la reproduction de l'acte, le marque comme non-éthique »*** [60] . Nous n'avons pas pour ambition de nous substituer au regard du sociologue qui, en matière d'éthique, a largement devancé la réflexion mais de saisir la notion comme un point de vue et, le temps d'une lecture historique et contemporaine à la fois, s'en approprier la performance dans le cadre des sciences de l'Information et de la Communication. Rappelons, avec Jean-Paul Terrenoire, que ***« l'essentiel est de rompre le silence de la théorie dans le domaine de l'éthique professionnelle en raison de l'importance des enjeux, qu'ils soient scientifiques ou sociaux »*** [61] .

II) Les hypothèses de notre recherche

Notre principale interrogation porte sur les rapports que l'éthique professionnelle entretient avec l'organisation de la profession de journaliste. Il s'agira de montrer comment des relations sociales d'une certaine nature, et l'éthique susceptible de les orienter et de les régler, s'établissent sur des rapports sociaux qui déterminent en profondeur la profession de journaliste. Il nous faudra donc étudier les effets idéologiques de l'éthique professionnelle et dégager les positions sociales qui font que les différents protagonistes constitutifs de notre corpus deviennent des agents idéologiques de tel ou tel type d'éthique. Globalement nous supposons que l'usage de l'éthique, comme objet du discours, est essentiellement stratégique. Que vise-t-il ? Notre réflexion s'articule en trois points :

« rationalité syndicale

Le corpus ayant donc été délimité, nous y chercherons, à l'appui de nos hypothèses, tout ce qui peut rendre compte du fonctionnement des différents discours et contribuer à leur compréhension. Notre approche visera à dégager de l'ensemble de notre corpus les

[60] Cité par Bourdon J., *op. cit.*, p 89.

[61] Terrenoire J.P., « Sociologie de l'éthique professionnelle. Contributions à la réflexion théorique », in *Sociétés contemporaines*, n°7, septembre 1991, p 30. La sociologie de l'éthique professionnelle est née d'une convergence entre la réflexion conduite par la sociologie des professions et celle du travail, d'abord autour de la morale puis de l'éthique. Elle vise, en reprenant les questions théoriques établies par Durkheim, Weber et Parsons et en partant des connaissances tirées d'études empiriques et d'observations récentes, à comprendre puis définir la relation qui s'établit, dans la vie professionnelle, entre éthique et organisation, éthique et autres registres normatifs, éthique et rationalité, éthique et rapports sociaux. Cette discipline, largement représentée par les travaux, en France, de Jean-Paul Terrenoire, subsume les apports théoriques de nombreuses études empiriques consacrées aux professions, auxquelles il est reproché l'absence de « portée générale ».

protégé en vertu de la loi du droit d'auteur.

objectifs fixés dans les discours et leurs différents modes d'action. Ce premier travail contribuera à éclairer les thématiques et à camper les positions discursives des acteurs (cadre général) à l'égard de notre objet de recherche, l'éthique professionnelle. Notre étude se tournera plus loin sur les structures narratives et, in fine, sur les stratégies adoptées par les différents acteurs. Nous pensons, à l'issue de ce travail, contribuer d'une part, à la compréhension du fonctionnement des discours syndicaux et, d'autre part, à la mise à jour de ce qui est dit lorsqu'on parle d'éthique professionnelle.

Nous appliquerons enfin, aux discours juridiques et aux chartes récoltées, l'analyse de contenu. Notons que l'une des principales motivations à la réalisation d'une charte maison réside dans la volonté ***« d'éviter les contentieux avec la justice*** » [62] . Cette partie sera aussi l'occasion de réfléchir aux relations ***« presse-justice*** » et plus largement au rôle que joue ou pourrait jouer la justice en matière de définition d'une éthique professionnelle des journalistes. Nous verrons que le droit reconnaît, pour certaines professions, la déontologie qui les inspire car comme l'explique Joël-Moret Bailly, ***« les règles déontologiques ne sont pas des règles juridiques mais constituent un « infra-droit » qui peut accéder à la juridicité s'il est sanctionné par la jurisprudence ou la loi*** *»* [63] *.*

[62] C'est là l'un des leitmotivs des employeurs des entreprises d'information.

[63] Moret-Bailly J., *op. cit.*, p 18.

Copyright PRODHOMME Magali et Université Lumière - Lyon 2 - 2003.Ce document est

Copyright PRODHOMME Magali et Université Lumière - Lyon 2 - 2003.Ce document est

Première Partie : La place de l'éthique dans le processus de professionnalisation des journalistes

Chapitre I : La dynamique éthicienne : entre information et journalisme

Introduction

L'éthique professionnelle se présente, selon Monique Canto-Sperber, comme ***« un champ d'interrogations éthiques très large dans la mesure où tous les secteurs professionnels de nos sociétés industrialisées sont a priori concernés*** » [64] . Elle s'interroge sur le rôle social de la profession, ses responsabilités, sa fonction, ses buts, ses attitudes et ses pratiques. L'éthique professionnelle se présente bien souvent sous forme de discours et de pratiques normatives, qu'il est *a priori* aisé de repérer. Cette

[64] Canto-Sperber M., *Dictionnaire d'éthique et de philosophie morale*, Paris, PUF, octobre 1996, p 538.

protégé en vertu de la loi du droit d'auteur.

première partie sera très largement consacrée à la présentation de ce champ particulièrement hétérogène lorsqu'il s'applique au domaine de l'information. Ce constat sera longuement étayé à travers un état des lieux de la littérature sur la question. Cette revue de la littérature sur la question éthicienne appliquée au journalisme nous permettra de positionner notre travail et d'en montrer, si possible, l'originalité.

A l'issue de cette réflexion, nous nous attarderons sur le long processus de professionnalisation des journalistes à l'aune exclusive de sa dimension normative. Nous verrons comment l'identité journalistique, dès le XVIIIème siècle, s'est construite notamment autour des catégories du bien et du mal, donc de l'éthique, et comment ce processus a rendu possible, auprès des journalistes, l'intériorisation de normes et de contraintes qui donnent à la configuration de sa professionnalisation une dimension tout à fait spécifique ? Notre argumentation sera en cela renforcée par les travaux menés par la sociologie de l'éthique professionnelle et celle des groupes professionnels, notamment ceux qui mettent en exergue l'éthique comme dimension essentielle de la construction d'un groupe et d'une identité professionnelle. Cela dit, il sera préalablement utile d'exposer les notions, empruntées à Norbert Elias, de configuration et de processus qui nous permettront non seulement d'amorcer notre réflexion mais aussi de la structurer

L'ensemble devrait à terme rendre intelligible l'économie générale de notre réflexion, laquelle s'articule principalement autour des manifestations de l'éthique professionnelle dans les discours des corps intermédiaires de la profession de journalistes.

I) La difficulté de penser l'éthique de l'information

Faire place à une réflexion sur l'éthique, dans cette première partie, procède de la volonté de délimiter et de définir cet objet éminemment complexe. Si, comme l'écrivait Daniel Bougnoux en pastichant Protagoras, ***« l'information est la mesure de toutes choses*** » [65] , l'éthique qui lui serait appliquée participerait alors à établir ses règles du jeu et celles de ses acteurs, au premier rang desquels, les journalistes. S'agissant des médias, deux niveaux de raisonnement dont nous ne pourrons faire l'économie, s'imposent à nous : le premier s'attache à l'éthique appliquée à l'information et le second à l'éthique des journalistes qui, selon Daniel Cornu, ***« constitue l'aspect le plus directement observable de l'éthique de l'information »*** [66] . Ces deux champs d'application de l'éthique, l'information et le journalisme, même s'ils sont interdépendants, possèdent une dynamique propre que les auteurs retenus saisissent bien souvent sans distinctions. Prise en étau entre des conflits d'intérêts et l'éparpillement des réflexions qu'elles suscitent, l'éthique appliquée à l'information fait l'objet d'interrogations plus souvent polémiques que réflexives, parfois anecdotiques mais toujours recommencées. Dans le cadre des sciences de l'information et de la communication, contrairement à la sociologie, la difficulté de penser l'éthique tient en premier lieu à l'impossibilité d'y greffer des concepts

[65] Bougnoux D., « Crise de l'information. Problèmes économiques et sociaux », in *La Documentation française*, dossiers d'actualité mondiale, n°737, 21 octobre 1994, p 3.

[66] Cornu D., *L'éthique de l'information*, PUF, 1997, p 10.

protégé en vertu de la loi du droit d'auteur.

forts. Une vision combinatoire entre le concept d'information et d'éthique permettrait, sans doute, d'y voir plus clair mais comme l'explique Daniel Cornu, il semble que ***« la matière information soit trop inconsistante, trop volatile, trop futile*** » [67] .

Un état des lieux de la littérature sur la question nous a conduit à questionner le ou les contexte(s) dans le(s)quel(s) les auteurs font émerger la notion d'éthique de l'information : Crise de l'information, crise du journalisme ou encore crise des médias. Cette question trouve sa justification dans les discours introductifs à la notion d'éthique appliquée à l'information, aux journalistes ou aux médias dont l'ancrage dans une crise de l'espace médiatique paraît certes systématique, mais pose, sur le plan théorique, une confusion entre les divers niveaux d'analyse. Ces éthiques qualifiées, rapportées au même espace, parlent-elles le même langage ? Pour mener à bien cette réflexion nous nous sommes appuyés sur l'ouvrage de Daniel Cornu intitulé, justement, ***« L'éthique de l'information*** ». L'auteur y privilégie ***« l'activité des journalistes, le rôle des médias et leurs relations à leur public dans les démocraties occidentales d'Europe et d'Amérique du Nord***» [68] . L'intérêt d'y puiser une grille de lecture réside dans le découpage opéré par l'auteur entre les trois niveaux d'analyse de l'éthique appliquée à l'information :

- **Descriptif** : qui consiste à observer et à décrire les pratiques de l'information mais aussi les valeurs auxquelles se réfèrent les pratiques professionnelles (analyse sociographique et historique des règles morales)
- **Normatif** : qui énonce des devoirs et des droits. Elle correspond, dans le champ d'application particulier du journalisme, aux codes de déontologie.
- **Réflexif** (méta éthique) qui pose la question de la légitimité des pratiques et des normes.
- A ces trois niveaux, il convient d'ajouter une dimension **stratégique** de l'éthique, celle qui ***« vise à rassurer le public et à dissuader le pouvoir politique d'intervenir*** » [69]

Avant de nous enquérir de ces trois niveaux d'analyse, nous nous attarderons sur les définitions de l'éthique appliquée à l'information.

1) L'éthique de l'information : une définition aux contours flous

Dès que l'on parle d'éthique appliquée à l'information, on rencontre des problèmes de lexique. Problèmes qui ne sont pas, bien entendu, sans répercussions théoriques. Définir l'éthique de l'information est une tâche mal aisée. Les auteurs semblent s'en acquitter en dégageant d'une part la notion d'éthique - qu'entend-t-on par éthique ? - et de l'autre la notion d'information - qu'est-ce qu'informer ? -

Dominique Wolton, dans son ouvrage ***« Penser la communication*** », explique que ***« la difficulté actuelle est le statut de l'information dans un univers saturé d'informations »*** [70] . C'est aussi le constat dressé par Jean-Marie Charon qui soulignait,

[67] Cornu, *Journalisme et vérité. Pour une éthique de l'information*, Genève, Labor Fides, 1994, p 19.

[68] Cornu, *op.cit.*, 1997, p 9.

[69] Cornu, *op.cit.*, 1997, p 7.

à l'occasion d'un entretien, que ***« c'est la transformation du rôle et de la nature de l'information qui est en jeu (…) le volume d'informations diffusé est beaucoup plus important mais le rôle de ce qu'est l'information aujourd'hui pour le citoyen est beaucoup moins homogène*** » [71] . Parallèlement et s'agissant de l'éthique, Gilles Lipovetsky, dans son ouvrage titré ***« Crépuscule du devoir*** », s'en prend à la coquille ***« éthique*** » vidée de son sens et en appelle à la réhabilitation de l'intelligence en éthique. Ces deux premiers constats pointent la difficulté majeure à appréhender une éthique de l'information dès lors que les deux notions suscitent déjà l'ambiguïté. Avant même d'envisager de rapprocher les deux termes et d'en dégager une signification et un champ d'application, il y a à l'évidence un travail de clarification qui s'impose. Qu'en est-il ?

Alain Etchegoyen dans ***« La valse des éthiques*** » tantôt appliquées aux médias, tantôt à l'information, inscrit la démarche dans l'air du temps et explique que ***« la transition de la morale singulière aux éthiques plurielles est un signe des temps »*** [72] . Le philosophe met en garde : ***« les repères ont disparu, les devoirs s'effacent et nous héritons du vide »*** [73] . Qu'en est-il de la valse des éthiques de l'information, des médias, des journalistes qui sert de fonds d'écritoires aux critiques en tous genres ? Michel Mathien, qui a consacré un ouvrage aux journalistes, esquisse une définition lorsqu'il évoque au chapitre ***« un sujet sensible*** », l'éthique qu'il qualifie plus loin de fondatrice. Selon lui, l'éthique pose la question du ***« journalisme moderne*** » et d'expliquer ***« il s'agit de savoir si le traitement de l'information médiatisée doit pouvoir ou non, présenter les garanties de véracité, de fiabilité et d'exactitude, et être labellisés par des professionnels »*** [74] . Le qualificatif ***« moderne*** » employé par Michel Mathien pour désigner la profession, nous renvoie aux caractéristiques de l'éthique déclinées par Daniel Cornu : ***« Souplesse, capacité d'adaptation, faculté de réponse aux situations concrètes, en efficacité stratégique*** » [75] . Il s'agit donc pour l'éthique de s'adapter aux nouvelles exigences que requiert le journalisme ***« moderne*** », c'est-à-dire de s'inscrire dans un contexte et d'en accepter les mutations.

L'éthique de l'information est-elle ***« une discipline*** » déclinée dans le cadre d'une théorie des médias ? A cette question, Henri Pigeat répond par l'affirmative dans l'ouvrage ***« Médias et déontologie*** ». Selon lui, ***« la recherche d'une déontologie de l'information se situe ainsi dans la zone de recoupement de quatre disciplines*** » et d'énumérer ***« la morale, l'éthique de l'information ou des médias, le droit et la déontologie professionnelle »*** [76] . Il donne à l'éthique de l'information « ou des médias »

[70] Wolton D., *Penser la communication*, Paris, Flammarion 1997, p 192.

[71] Charon J.M., entretien du 18 janvier 2002, Maison des Sciences de l'Homme, Paris.

[72] Etchegoyen A., *La valse des éthiques*, Paris, François Bourin, 1991, p 13.

[73] Etchegoyen A., *op. cit.*, p 14.

[74] Mathien M., *Les journalistes*, Paris, PUF, 1995, p 7.

[75] Cornu D., *op. cit.*, 1997, p 5.

Copyright PRODHOMME Magali et Université Lumière - Lyon 2 - 2003.Ce document est

une définition qui témoigne de l'ambiguïté : ***« elle reste l'objet de recherches et de définitions, sans doute dans le cadre d'une théorie des médias en train de se faire*** » [77] .

2) L'éthique appliquée : médias, journalisme et information des termes interchangeables

Il apparaît déjà une confusion certaine quant à la définition de l'éthique de l'information qui se meut sous la plume des auteurs tantôt en discipline, tantôt en méthode. Si l'on observe les quelques définitions délivrées dans les usuels, le constat reste identique. Le dictionnaire encyclopédique de l'information et de la communication ne référence pas le terme ***« éthique*** » mais celui de déontologie. Jean Meyriat, auteur de la définition, précise que ***« le mot déontologie a été employé pour la première fois au début du XIXème siècle par Jeremy Bentham pour désigner la science des devoirs. C'est au XXe siècle qu'il s'est spécialisé dans son sens actuel d'éthique appliquée à la pratique d'une profession*** » [78] . Cette dernière remarque nous paraît intéressante car elle explique en partie l'utilisation indifférenciée des termes d'éthique et de déontologie. En effet, au fil de notre recherche, nous avons été acculés à soustraire à la notion d'éthique de l'information celle de la déontologie de l'information. Retenons pour exemple, l'étude comparative des règles de morale pratique dans les métiers de l'information à travers le monde, réalisée sous l'égide de l'UNESCO et intitulée : ***« La déontologie de l'information*** » [79] . Rappelons que la déontologie désigne les règles de mise en œuvre de l'éthique, c'est-à-dire l'ensemble des devoirs assurant la régulation d'une pratique. Le dictionnaire d'éthique et de philosophie morale marque sa différence en optant pour l'éthique des médias. C'est le philosophe belge, Boris Libois, qui signe l'article. Il place au sommet de la hiérarchie, l'éthique des médias pour recentrer plus loin sa réflexion sur l'éthique de l'information. Selon lui, le champ historique et sociologique de l'éthique de l'information est structuré par quatre grandes doctrines : autoritaire, libertarienne, libérale et de la responsabilité sociale des médias. Il propose ***« une approche transcendantale des médias*** » qu'il résume ainsi : ***« Quel statut philosophique attribuer aux médias afin qu'ils satisfassent à nos intuitions démocratiques premières et qu'ils assurent aux individus et aux groupes une communication politique dépourvue de toute domination structurelle ?*** » [80] . Boris Libois se veut toutefois plus précis lorsque, dans son ouvrage intitulé ***« Éthique de l'information. Essai sur la déontologie journalistique*** », il souligne que : ***« le statut philosophique du journalisme, les***

[76] Pigeat H., *op. cit.*, p 8.

[77] *Idem.*

[78] Meyriat J., « Déontologie », in *Dictionnaire encyclopédique de l'information et de la documentation*, Paris, Nathan, 1997, p174.

[79] Lire à ce propos « Les enquêtes existantes », paragraphe II du chapitre VII de notre thèse.

[80] Libois B., « éthique et médias », in *Dictionnaire d'éthique et de philosophie morale*, sous la direction de Monique Canto-Sperber, Paris, PUF, 1996, p 943.

protégé en vertu de la loi du droit d'auteur.

principes qui déterminent la spécificité, la légitimité et les limites de cette profession connaissent une évolution qui, dépassant la stricte – et déclarée comme telle – éthique déontologique, glissent partiellement et explicitement vers une éthique téléologique » [81]. C'est l'utilitarisme déontologique des pratiques journalistiques qui est ici clairement dénoncé.

Le petit dictionnaire d'éthique retient l'expression d'éthique de l'information. Sa définition nous entraîne sur le sentier des généralités, éclairantes à bien des égards. L'éthique de l'information est présentée comme un outil qui s'ajusterait aux abus et dérives des systèmes médiatique, politique et économique. Elle est définie d'abord comme ***« une réflexion sur les abus commis par les régimes de dictature, puis s'est occupée des conditions de réalisation de l'idéal de liberté de la presse (…) par la suite, en réaction au libéralisme extrême en matière d'information, elle s'est inquiétée de la responsabilité des moyens d'informations et des journalistes, soulignant une déontologie en matière d'information. Plus récemment on a ressenti la nécessité d'élaborer une éthique de l'information qui aborderait non plus des problèmes particuliers de l'information, mais la totalité du processus »*** [82]. L'auteur souligne l'importance du contexte économique (libéralisme), politique (dictature) et social (la responsabilité des moyens d'information) dans lequel évolue l'éthique de l'information. Benoît Grevisse, membre de l'Observatoire du récit médiatique (ORM), apporte une définition beaucoup plus claire puisqu'il distingue, dans le champ journalistique, ***« le droit, corps de normes contraignantes appliquées de l'extérieur de la profession et sans son accord nécessaire, de la déontologie, corps de normes codifiées par la profession elle-même, et que le raisonnement éthique légitimerait et compléterait*** ». Il ajoute d'emblée ***« l'éthique, selon l'acception la plus classique, désigne la zone de réflexion personnelle de recherche du bien professionnel, là où l'énoncé de la règle déontologique ne suffit pas à apporter une réponse satisfaisante*** » [83]. On ressent là, la volonté de l'auteur de clarifier et de distinguer non seulement les notions qui serviront de supports d'analyse mais aussi leur champ d'application, le journalisme.

3) Un champ d'application à géométrie variable

A l'aune de ces quelques définitions, loin d'être un panel exhaustif, on comprend la difficulté d'application d'une éthique en matière d'information, tant est complexe le système de référence auquel elle renvoie. L'équivoque entretenue par la littérature abondante en matière de philosophie des médias, entendue dans une acception critique, ne facilite guère la délimitation non seulement d'une définition mais aussi d'un champ d'application de l'éthique de l'information. En effet la critique ne vaut que si elle permet, comme le préconise Boris Libois, de fixer un cadre organisationnel pertinent, c'est-à-dire d'établir un champ d'application. Ce qu'a fait, par ailleurs, Daniel Cornu qui souligne

[81] Libois B., *é thique de l'information. Essai sur la déontologie journalistique*, Bruxelles, éditions de l'Université de Bruxelles, 1994, p 113.

[82] Höffe O., *Petit dictionnaire d'éthique*, Fribourg, éditions universitaires, 1993, p 123.

[83] Grevisse B., « Légitimité, éthique et déontologie », in *Hermès*, n°35, CNRS éditions, 2003, p 223.

protégé en vertu de la loi du droit d'auteur.

« qu'une éthique de l'information ne se résume pas à l'action de ses agents les plus visibles : les journalistes, les photographes de presse, les réalisateurs et opérateurs de télévision. Elle concerne tout autant, à travers l'action de leurs dirigeants, les médias comme organisations » [84] . Donc il semblerait que l'éthique appliquée à l'information, jusqu'alors objet non identifié, abrite des pratiques professionnelles très hétérogènes et les structures dans lesquelles elles s'exercent. Pourtant, nous serions tentés d'affirmer que l'éthique de l'information n'est pas l'éthique des médias. Elle s'en distingue par son champ d'application, l'un structurel, l'autre conceptuel.

Pierre Bourdieu souligne l'intérêt de distinguer ***« selon le vieux précepte stoïcien, ce qui dépend de nous et ce qui ne dépend pas de nous, c'est-à-dire de distribuer les responsabilités*** » [85] . Certains auteurs font fi de ces considérations, postulant que l'exercice de la profession de journaliste comme élément du système médiatique est soumis à diverses normes qu'il convient avant tout d'analyser et non de redessiner. C'est le cas d'Emmanuel Derieux qui intervient dans le dictionnaire critique de la communication, sur ce qui existe déjà en la matière. Il aborde dans les grandes lignes les questions d'ordre moral, telles que les limites apportées à la liberté d'expression des journalistes, le secret professionnel ou encore la protection de la source d'information. La notion d'éthique, diluée dans les spécificités du statut de journaliste examinées par l'auteur, se voit relayée au second plan : ***» un journaliste devrait sans doute aussi dans l'exercice de sa profession respecter, au-delà ou en marge des obligations légales ou se substituant à elles, certaine règle d'éthique ou de déontologie professionnelle »*** [86] . Cela dit, c'est clairement la responsabilité des journalistes qui est ici mise en cause et non celle des médias.

La définition de l'éthique de l'information ne trouve aucun consensus dans la littérature et ne fait l'objet d'aucune sédimentation dans les discours qui la soutiennent. La notion renvoie à la dynamique –les occurrences de marqueurs temporels tels que ***« contemporaine, moderne, aujourd'hui, notre temps »***, qui qualifient le contexte d'émergence de l'éthique, sont nombreuses - d'un contexte médiatique traversé par des crises et suspend de fait la réflexion au seul constat, certes légitime mais figé, des responsabilités partagées entre les journalistes et les médias. L'attitude des auteurs consiste, de manière générale, à élaborer des répertoires argumentaires qui embrassent le factuel et produisent in fine une lecture à court terme d'une éthique rapportée à l'information ou aux journalistes. Démêler l'écheveau du champ d'application de l'éthique permettrait de cristalliser sa définition et de créer les conditions d'une véritable recherche en la matière. S'il s'agit de fonder en raison l'éthique de l'information nous pourrions envisager de transférer la problématique de la thèse de doctorat de Jean-Louis Santoro, qui pose la question suivante : ***« Comment une logique institutionnelle et une logique***

[84] Cornu D., *op. cit*., 1997, p 8.

[85] Bourdieu P., « Journalisme et éthique », in *Cahiers du journalisme*, n°1, publication du centre de recherche de l'ESJ Lille, p 11.

[86] Derieux E., « Les conditions morales de la pratique journalistique », in *Dictionnaire critique de la communication*, sous la direction de Lucien Sfez, Paris, PUF, tome 2, 1988, p 1023.

Copyright PRODHOMME Magali et Université Lumière - Lyon 2 - 2003.Ce document est

professionnelle ont-elles réussi à engendrer un ordre juridique de l'information *?* » [87] et légitimement nous interroger sur la logique, institutionnelle et/ou professionnelle, qui permettrait d'engendrer un ordre éthique de l'information ?

4) L'éthique du journalisme : une éthique comme morale astucieuse

La valse des éthiques, précise Alain Etchegoyen, nous propose ***« des éthiques divisées, corporatistes, bien insérées dans des espaces de pouvoirs. N'est-ce pas dès lors une morale de l'intérêt, une éthique comme morale astucieuse »*** [88] s'interroge-t-il ? Cette entrée en matière, quelque peu brutale, pourrait qualifier ce que d'autres désignent comme ***« une morale d'exception ».*** S'interroger sur l'éthique professionnelle du journalisme, outre l'inventaire des codes et autres chartes auquel nous avons procédé plus loin, c'est aussi relever les dimensions qui gèrent son application dans un espace médiatique où les conflits d'intérêts sont nombreux, et ainsi mieux comprendre la rationalité des acteurs en jeu. L'éthique devient alors objet de convoitise en tant qu'instrument d'organisation, de régulation et de légitimation de la profession. Philippe Meyer note cyniquement à ce propos ***« qu'apparemment aucun patron de presse, aucun directeur de journal n'est prêt à partager un pouvoir déontologique…que, dans la plupart des cas, il n'exerce pas »*** [89] . Ce constat fait référence selon nous à la distinction implicite entre intention éthique et compétence éthique que les gestionnaires des médias s'appliquent à maîtriser.

Daniel Cornu précise que la déontologie ***« qui fait référence au devoir*** » désignerait ***« les règles de mise en œuvre d'une éthique dans le champ qui lui est propre »*** [90] . Si le devoir guide la conduite dans l'action l'idée émise par Philippe Meyer d'un ***« pouvoir déontologique*** » nous paraît légitime. L'éthique journalistique prend en effet des dimensions à la fois stratégique, pragmatique, politique et idéologique dont les journalistes se font bien souvent l'écho à travers une analyse réflexive de leur pratique. La rhétorique conservatrice des journalistes témoigne d'une volonté d'autorégulation qui exclut de fait les non-initiés voire les non-professionnels du cercle de la réflexion au motif d'une méconnaissance des conditions de production. Olivier Da Lage, membre du SNJ, précise à cet égard que ***« les nombreux articles de chercheurs, hommes politiques, intellectuels extérieurs à la profession pèchent, aux yeux de nombreux journalistes de terrain, par une conception quelque peu désincarnée de l'exercice de la profession*** » [91] . Cette disqualification des jugements extra corporatistes s'explique aussi par les thèmes brûlants auxquels renvoie la réflexion sur l'éthique et les codes qui la

[87] Santoro J.L., *La liberté de l'information : logiques institutionnelles et logiques professionnelles au plan international (1947-1972)*, thèse de doctorat, Bordeaux III, 1991, p 12.

[88] Etchegoyen A., *op.cit*., p 81.

[89] Meyer P., « Une presse en quête d'avenir », in *Le Débat*, n°75, mai-août 1993, pp.18-19.

[90] Cornu D., *op.cit*., 1997, p 4.

[91] Da Lage O., « Les combats syndicaux », in *Hermès*, n°35, CNRS éditions, 2003, p 220.

 Copyright PRODHOMME Magali et Université Lumière - Lyon 2 - 2003.Ce document est

dévoilent : l'identité du journalisme, la formation, le recrutement, la liberté d'expression, la liberté de la presse, la crédibilité des journalistes, l'image de la profession, l'interventionnisme…bref autant de fondements du journalisme qu'il convient de ménager pour ne pas faire voler en éclats le mythe. Les discours des professionnels des médias mettent le plus souvent en exergue les formes abusives que peut revêtir l'éthique professionnelle, qui sera alors qualifiée de stratégique. Ces prises de position sont liées la plupart du temps à une conception endogène du travail journalistique. En effet la plupart des journalistes essayistes soulignent pour l'essentiel les contraintes nombreuses de la profession et mettent en avant la difficulté et les dangers de fonder une éthique applicable au journalisme. Leurs avis traduisent bien souvent une méfiance voire un rejet systématique à l'égard de la chose éthique. C'est le cas notamment des livres, guidées par une analyse stratégique, d'Albert du Roy, d'Alain Woodrow et de Jean Schwoebel ou encore des articles de Bruno Frappat et de Jacques Lesourne.

Albert du Roy est ferme sur la question : ***« aucun code ne peut définir, encadrer la déontologie journalistique »*** [92] . L'élite du journalisme va au plus court et dans une formule patinée par le temps précise que ***« définir la liberté de la presse, c'est déjà la limiter*** ». Il renvoie dos à dos les devoirs et les droits énoncés dans *la Charte de Munich* : ***« Certes, toujours il faut « respecter la vérité » et « ne pas user de méthodes déloyales pour obtenir des informations, des photographies des documents ». Mais comment obéir à ces deux derniers devoirs tant que n'est pas observé le premier droit des journalistes : « le libre accès à toutes les sources d'information et le droit d'enquêter librement sur tous les faits qui conditionnent la vie publique ? »*** [93] . Or à cette question Dominique Wolton répond : ***« au lieu de regarder la réalité du XXIème siècle, la presse se pense dans les catégories du XIXème siècle. Elle parle de ses droits pour n'avoir pas à parler de ses devoirs, se voit dans le rétroviseur du passé pour ne pas réfléchir aux obligations liées à ses victoires*** » [94] . A cette vision très libérale de la régulation des pratiques journalistiques vient s'ajouter, selon Albert Du Roy, le constat, renversé quelque temps plus tard par Pierre Bourdieu, que ***« les journalistes sont victimes des idées dominantes*** » [95] .

Jean Schwoebel aborde la chose différemment. Selon lui ***« aussi longtemps que la presse restera exclusivement mercantile, un ordre des journalistes n'aura guère d'efficacité pour faire respecter les règles d'une éthique de l'information »*** [96] . Défendant les sociétés des rédacteurs, dont il fut l'un des initiateurs, Jean Schwoebel explique que le problème éthique est inhérent à l'indépendance de la profession. Alain Woodrow pose, au détour d'une réflexion sur la place occupée par l'information dans la

[92] Du Roy A., *Le serment de Théophraste. L'examen de conscience d'un journaliste*, Paris, Flammarion, 1992, p 230.

[93] Du Roy A., *op.cit*., p232.

[94] Wolton D., *op.cit*., p 192.

[95] Du Roy A., *op.cit*., p232.

[96] Schwoebel J., *La presse, le pouvoir et l'argent*, Paris, Seuil, 1968, p139.

protégé en vertu de la loi du droit d'auteur.

vie internationale, la question suivante : ***« Faut-il imposer aux journalistes une régulation extérieure ? Un cinquième pouvoir pour contrôler le « quatrième » ?*** ». La réponse est sans appel : ***« Illusoire et même dangereux*** ». Plus loin il soulignera : ***« sans sa totale liberté de critique, le quatrième pouvoir perd sa raison d'être : surveiller et équilibrer les trois autres (…) Dans ce sens, la fierté du journaliste est d'être incontrôlable*** » [97] . Bruno Frappat et Jacques Lesourne, après avoir dressé un état des lieux, pour le moins exhaustif, des contraintes qui pèsent sur la profession, exposent les principes déontologiques de la rédaction du quotidien ***« Le Monde*** » : ***« l'indépendance économique du Monde, Le Monde n'a pas d'ambitions dans le domaine du ragot, les rédacteurs du « Monde », la direction du « Monde » ».*** La réflexion déontologique n'est guère élargie en dehors des frontières du quotidien même si l'on relève que la profession est en générale ***« hostile à tous dispositifs de surveillance »*** car d'une part, l'exemple du CSA a ***« montré son impotence déontologique »*** et, de l'autre, ***« il paraît préférable que la réflexion déontologique de chaque équipe rédactionnelle s'affiche –ce que fait Le Monde - et s'entretienne de débats internes, mais aussi externes »*** [98] . Philippe Meyer s'en prend, quant à lui, à la profession. Le Chroniqueur de France Inter, après avoir souligné que ***« l'ego des journalistes devenu, la télévision aidant, un abîme de complexité (…) »*** que ***« les journalistes sont psychologiquement fragiles, agressifs, aussi imperméables à la critique que feu Ceausescu »*** et enfin » que ***« la presse souffre d'une crise de direction »***, propose en guise de solutions de ***« cesser de pratiquer le petit jeu qui consiste à se confesser et à se donner l'absolution (…) et que les réflexions déontologiques ne masquent pas que l'une des grandes faiblesses de la presse française, écrite ou électronique, c'est l'insuffisant niveau de compétence de ceux qui la font »*** [99] .

Le terrain du consensus autour d'une éthique ou d'une déontologie appliquée à la pratique journalistique semble être déserté, parfois au profit d'une éthique ***« maison*** ». La création d'une référence commune en matière d'éthique professionnelle suppose de préciser le cadre qui pourrait abriter une concertation tendant à favoriser le rapprochement des différentes parties sur le sujet. Dans un communiqué diffusé par l'AFP, le ministère de la Culture et de la Communication précisait à ce sujet que : ***« si la multiplication des codes et des chartes doit être appréciée positivement, elle ne permet pas qu'une référence commune soit proposée au public et à l'ensemble des professionnels »*** [100] . Si comme le pense Philippe Meyer, le pouvoir déontologique n'est apparemment pas prêt d'être partagé, Marc-François Bernier esquisse quant à lui une autre réponse en notant que : ***« c'est peut être l'hypothèse d'un public bien informé au sujet de ceux qui prétendent l'informer qui alimente les craintes des***

[97] Woodrow A., *op.cit.*, pp 167-169.

[98] Frappat B. et Lesourne J., « Information et déontologie », in *Le Monde*, samedi 13 février 1993.

[99] Meyer P., *op. cit.*, p 18.

[100] Dépêche AFP, 12 février 1999.

protégé en vertu de la loi du droit d'auteur.

propriétaires, gestionnaires et praticiens des entreprises de presse, face au métajournalisme » [101]. Quoiqu'il en soit les journalistes, lorsqu'ils s'en préoccupent, témoignent d'une grande méfiance à l'égard de l'encadrement de leur pratique. Méfiance, certes, mais ***« ce à quoi on se heurte aujourd'hui c'est à une immense indifférence d'une partie de la profession qui considère que tout ne va pas si mal que ça*** » [102] constate Jean-Marie Charon.

II) Les différents niveaux d'analyse de l'éthique de l'information

Outre notre tentative de recenser les définitions d'une éthique appliquée à l'information, nous avons cherché à dégager, en amont, ce qui alimentait la réflexion éthique d'un certain nombre d'auteurs, toutes disciplines confondues. L'historien, le philosophe, le sociologue ou encore le linguiste ont en effet adopté différentes postures d'observation. Les discours qui habillent la réflexion éthique rapportée à l'information ont la particularité de planter le même décor, ***« les trois crises du journalisme »*** -celles présentées par Dominique Wolton dans ***« Penser la Communication »*** -, sans pour autant donner la même réplique à l'éthique de l'information. Ces crises correspondent ***« aux contraintes économiques, aux contraintes politiques et aux contraintes techniques »***, qui sont présentés comme autant de déterminismes que subit la profession. Les différents niveaux d'analyse de l'éthique, empruntés à Daniel Cornu, nous permettront de quadriller la réflexion éthique des auteurs retenus. D'aucuns analysent l'éthique de l'information sur plusieurs niveaux, d'autres forcent le trait sur des qualifications plus précises. Ainsi les historiens et les sociologues soulignent les valeurs, les coutumes ou les mœurs qui animent les pratiques journalistiques (éthique descriptive). Toutefois les rôles ne sont pas aussi nettement distribués. Les jugements ont une dynamique propre en dépit de certaines ressemblances des prises de position, tantôt polémiques, tantôt réflexives. Nous tâcherons de redistribuer les différents niveaux d'analyse de l'éthique qui incombent aux auteurs et de dégager les tendances qui dominent la littérature.

1) La prédominance de l'analyse descriptive

L'analyse descriptive domine très largement la littérature. Elle est un passage obligatoire pour la plupart de nos auteurs qui puisent l'inspiration dans la réflexion autour des pratiques professionnelles et de son univers, notamment de contraintes. Elle procède d'une approche empirique et permet d'imprimer un discours au cœur des préoccupations. Par ailleurs elle légitime les prises de positions des auteurs qui s'appuient sur des faits, notamment ceux observés en période de crise. Ainsi les travaux de chercheurs, sociologues et autres, sur le traitement d'une information aboutissent bien souvent à une

[101] Bernier M.F., « L'autorégulation pragmatique du journalisme en Amérique du Nord », in *Recherches en Communication*, département communication de l'Université catholique de Louvain, n°9, 1998, p 59. Nous avons transposé l'hypothèse de Marc-François Bernier applicable au champ médiatique Nord américain à celui de la France. En effet, elle nous semble tout aussi pertinente pour le modèle français.

[102] Charon J.M., entretien du 18 janvier 2002, Maison des Sciences de l'Homme, Paris.

Copyright PRODHOMME Magali et Université Lumière - Lyon 2 - 2003.Ce document est

interrogation éthique ou déontologique, comme c'est le cas dans l'entretien réalisé par Isabelle Veyrat-Masson avec Dominique Wolton et Marc Ferro. L'article intitulé ***« Guerre et déontologie de l'information*** » retrace les points de vue des trois chercheurs autour du traitement de l'information réservé à la guerre du Golfe. La réflexion déontologique se pose ainsi : ***« la question intéressante, est de savoir si historiquement un jour, cette profession aura suffisamment de légitimité pour admettre ses propres limites ?*** ». Dominique Wolton s'interroge plus loin sur ***« Qu'est-ce que produire une information ?*** ». Puis sur ***« un problème très important des limites de notre logique occidentale de l'information »*** [103] .

Jean-Marie Charon dans ***« Questions de déontologie*** » dresse le même constat s'agissant de la guerre du Golfe : ***« c'est ainsi que l'on trouve pêle-mêle l'habituelle tendance à exprimer d'abord la solidarité nationale dans une crise internationale (…) »*** [104] . Plus loin, il cède rapidement la place à une analyse normative de l'éthique de l'information. Son ouvrage ***« Cartes de presse »*** alterne aussi entre une analyse descriptive et normative de l'éthique de l'information. Il introduit d'ailleurs son livre avec le thème de ***« la crise de confiance*** » puis achève sa réflexion sur ***« l'enjeu déontologique*** » précisant que ***« cette tolérance du milieu journalistique français à l'égard des petites approximations recouvre un défaut d'exigence professionnelle et de vérification scrupuleuse qui deviendra gravissime à propos d'un événement conséquent »*** [105] . La démarche analytique est similaire lorsque l'on s'attarde sur le site Internet de l'ORM de l'université catholique de Louvain, dirigé par Marc Lits. Les membres de l'ORM, spécialistes de l'analyse des médias écrits ou audiovisuels ***« estiment indispensable de développer une observation systématique des pratiques médiatiques qui posent des questions d'ordre déontologique*** » [106] . La lettre de l'ORM analyse régulièrement les traitements opérés sur l'information et replace la réflexion dans une perspective déontologique. Benoît Grevisse, s'exprimant sur l'affaire Monica Lewinsky, parle de ***« dérive molle »*** et précise que ***« ce qui se joue dans tous ces cas où la déontologie journalistique est sans cesse interrogée et sans cesse prise en flagrant délit d'incapacité de trancher, c'est moins la question de savoir si les journalistes sont sincères, s'ils mettent en place les outils de régulation de leurs pratiques que de savoir s'ils pourront, encore à l'avenir, faire leur vrai métier ?*** » [107] .

[103] Ferro M. et Wolton D., *op. cit*., p 140.

[104] Charon J.M, « Questions de déontologie », in Esprit, n°12, décembre 1990, p 67.

[105] Charon J.M, *op.cit*, 1993, pp.280-281.

[106] L'observatoire du récit médiatique, créé en 1991, est un centre de recherches du département de communication de l'université catholique de Louvain. L'ORM développe ses recherches autour de trois axes : l'analyse socio-économique, la recherche narratologique, l'approche ethnosociologique. Traversant ces trois axes, une prise en compte des aspects déontologiques et éthiques du métier de journaliste est aussi très largement présente. Voir le site http://www.comu.ucl.ac.be/RECI/ORM/ORM.html.

[107] Grevisse B., « Monica…où est l'obscène ? », in *Lettre de l'ORM*, n°15, novembre 1998, p 6.

Copyright PRODHOMME Magali et Université Lumière - Lyon 2 - 2003.Ce document est

Le Centre d'études des médias (CEM) de l'université Laval du Québec, qui concilie l'anecdote avec l'observation scientifique, dispose aussi d'un site Internet qui recense sur les questions éthiques, des sujets directement liés à l'actualité. Ils sont classés par médium ***« télévision, presse écrite, Internet… »*** ou par thème ***« journalisme, politiques et réglementations, éthique et droit des médias*** ». Sa revue de presse témoigne de l'importance de la dimension culturelle dans laquelle s'inscrivent les pratiques journalistiques. A titre d'exemple nous avons relevé ***« qu'un juge iranien a condamné à mort l'ancien rédacteur en chef du quotidien iranien de langue anglaise « Iran news », Morteza Firoozi. Le Iran News, lancé en 1994, a été accusé de complaisance envers les USA par des publications radicales »*** ou encore ***« qu'un journaliste américain en Corée est détenu dans une prison de la Corée du sud après avoir rapporté la rumeur qu'un quotidien coréen était en difficulté financière et pourrait être acheté par un puissant conglomérat. Le quotidien a porté plainte en vertu d'une loi coréenne statuant que « quelqu'un qui diffuse une fausse information et qui fait tort ainsi à une autre personne peut être sujet à un emprisonnement d'une durée maximale de 5 ans*** » [108] . D'autres événements semblables sont intervenus alors que plusieurs pays notamment asiatiques, tentent encore de trouver le juste équilibre entre la liberté d'expression et l'ordre social. Ce no man's land qui sépare les différentes conceptions de l'information, du métier de journalistes et des lois qui les encadrent demeure, à l'aune de ces exemples, infranchissable. Les exemples présentés sur le site du CEM sont foisonnants et permettent de resituer la question de l'éthique de l'information dans des modèles culturels et professionnels divers. Ce n'est pas sans rappeler ici, la remarque de Dominique Wolton : ***« la même information n'a pas le même sens selon les aires culturelles et les systèmes symboliques*** » [109] ()

L'ouvrage de Roselyn Koren centre aussi la réflexion éthique sur l'observation des pratiques, celles de l'écriture de presse via la mise en mots du terrorisme. L'auteur évoque ***« la déontologie langagière »*** et postule que ***« la thèse du langage purement informationnel joue un rôle décisif dans la définition de la déontologie d'une profession en mal de légitimité (…) il existe selon nous un lien direct entre la conception spéculaire de la mise en discours et le refus de prendre parti présenté comme le refus d'une subjectivité faillible*** » [110] . Roselyn Koren avance en conclusion une thèse intéressante sur la crédibilité de la presse écrite, affirmant ***« qu'aussi longtemps qu'elle continuera à souscrire au mythe de l'objectivisme, elle risque d'être contestée*** » [111] . Or c'est bien là un des points essentiels qui alimente le débat éthique de type réflexif [112] . A l'instar de ces travaux, ceux du sociologue Pierre Bourdieu apportent un autre éclairage. Le sociologue rappelle ***« qu'une éthique en l'air, non***

[108] Centre d'études des médias : http://www.cem.ulaval.ca/actualitele cadre.html.

[109] Wolton D., *op. cit*., 1997, p193.

[110] Koren R., *Les enjeux éthiques de l'écriture de presse et la mise ne mots du terrorisme*, Paris, L'Harmattan, 1996, pp. 7-10.

[111] *Ibid*., p 267.

protégé en vertu de la loi du droit d'auteur.

enracinée dans une connaissance des pratiques réelles, a de bonnes chances de fournir seulement des instruments d'autojustification, pour ne pas dire d'auto-mystification » [113] . Après quelques rappels théoriques sur les effets de champ, Pierre Bourdieu propose de ***« renforcer les contraintes vertueuses, c'est-à-dire les mécanismes qui tendent à imposer les règles constitutives du jeu (…) en vue de renforcer la spécificité et l'efficacité de ces règles en travaillant l'autonomie du champ journalistique »*** [114] . Il invite plus loin les journalistes à réfléchir ***« sur la constitution de lieux où ils travailleraient à s'analyser collectivement et objectivement avec l'assistance de spécialistes*** » [115] .

S'interrogeant sur les vrais buts et les valeurs défendues dans les sociétés de rédacteurs, Francis Schwarz décortique l'histoire de ce mouvement, présenté à la fois comme différent et complémentaire des syndicats. Sa thèse met aussi en perspective, s'agissant du volet moral, le statut du journaliste et la loi de 1935 qui en sont le pilier. L'auteur relève la remarque de François Valentin : ***« la haute définition du journalisme*** »par le SNJ ***: « le but d'un statut devrait être de sanctionner la profession*** » [116] . Empruntant la réflexion d'Emmanuel Derieux sur le thème « déontologie et organisations des professions de l'information en France », Francis Schwarz met en exergue les enjeux éthiques : ***« il s'agit d'établir des règles nouvelles adaptées à notre époque d'industrialisation et de mondialisation de la communication*** » [117] . La dernière partie de sa thèse insiste sur l'importance de l'éthique dans la presse et souligne ***« la nécessaire prise en charge de l'information par les professionnels*** » [118] .

La revue *Médiaspouvoirs*, dont la ligne éditoriale était très souvent guidée par des préoccupations d'ordre éthique et déontologique, versait régulièrement dans l'analyse descriptive. L'intérêt de la revue résidait dans le recueil d'articles d'horizons divers qui traitaient d'un thème donné autour des questions médiatiques. Deux numéros ont retenu notre attention : ***« La déontologie des médias. Les exigences de la démocratie »*** et ***« L'éthique du journalisme*** » [119] . Ce dernier numéro rassemble des réflexions qui s'appuient très largement sur une approche descriptive des pratiques professionnelles.

[112] Lire à ce propos l'article de Delforce B., « La responsabilité sociale du journaliste : donner du sens », in *Cahiers du journalisme* n°2, 1996, pp. 16-31.

[113] Bourdieu P., *op.cit*, 1996, p 10.

[114] *Ibid*., p 14.

[115] *Ibid*., p17.

[116] François Valentin cité par Schwarz F., *Les sociétés de rédacteurs en France ; actions et pensées d'un mouvement démocratique pour la presse quotidienne (des origines à nos jours),* thèse de doctorat, Bordeaux 3, 1991, p 95.

[117] Schwarz F., *op.cit*., p 554.

[118] Schwarz F., *op.cit*., pp. 560-561.

protégé en vertu de la loi du droit d'auteur.

L'éclairage différent lié aux disciplines ou aux professions respectives des auteurs permet d'appréhender la question éthique sous des angles multiples. ***« L'éthique du journalisme*** » balaie les thèmes de l'aggravation des problèmes structurels, de la crise d'identité, de l'intrusion de nouveaux acteurs dans le domaine de la communication et pose à terme cette question : ***« l'éthique journalistique aura-t-elle quelque chance d'être homogène ? »***. Eric Rohde, intervenant dans le numéro, précise ***« qu'il existe des réalités d'ordre différent qui pèsent sur le métier d'informer*** *» et d'énumérer* ***« le flou ontologique, le handicap de la tradition, les faiblesses structurelles, l'arrivée de la vie économique dans la communication, la spectacularisation et la logique de la démocratie »*** [120] . Il conclue son intervention sur ***« l'impératif éthique*** », produit de la confrontation entre les réalités et les exigences de la profession.

Parmi nos auteurs, nombreux sont ceux qui se sont sentis investis d'une mission, celle d'esquisser des solutions. Leur démarche consiste à positionner leur discours dans l'existant. De l'analyse descriptive à l'énoncé des moyens de régulation (analyse normative), ils posent soigneusement les enjeux, selon une conception tantôt libérale tantôt interventionniste. Denis Huisman ainsi que François-Xavier Alix, tous deux philosophes de formation, dressent des plans d'actions dans leur ouvrage respectif. Denis Huisman s'interroge sur la nécessité de concevoir et de mettre en pratique une ***« info éthique*** » qui régulerait une partie importante des processus communicationnels. L'info éthique entendue, selon lui, comme ***« les règles qui forment la déontologie des professionnels des médias »*** [121] , est, dans son ouvrage, essentiellement destinée aux acteurs de la télévision et promue ***« pour stimuler les énergies individuelles en vue d'un état plus libre (...) en vue d'une situation plus autonome des individus et des communautés auxquelles ils appartiennent. L'appareil des médias ne joue pas immédiatement dans ce sens et vers de telles finalités*** » [122] . Ce n'est pas sans rappeler les propos de Pierre Bourdieu sur l'hétéronomie du champ journalistique. L'intérêt de cet ouvrage réside dans l'application qu'il opère de l'info éthique à tous les niveaux du traitement de l'information. Il concède, au terme de sa réflexion que ***« sans doute, ne faut-il pas renoncer à user d'arguments utilitaires et pragmatiques pour inciter les agents de la communication médiatique à respecter la vérité, comme une norme nécessaire*** » [123] . François-Xavier Alix entreprend quant à lui de définir les fondements d'une éthique de l'information et soutient que ***« notre époque a le devoir de s'inscrire dans l'histoire des médias comme celle d'une prise de conscience claire de l'impératif éthique »*** [124] . L'auteur avisé, développe la thèse de la création ***« d'une***

[119] Ballanguy E. et Missika J.L (sous la dir. de), « L'éthique du journalisme », in *Médiaspouvoirs*, n°13, janvier 1989.

[120] Rohde E., « Le journaliste et ses pièges », in *Médiaspouvoirs*, n°13, 1989, p 71.

[121] Huisman D., *L'âge du faire. Pour une morale de la communication*, Hachette, coll. Pluriel, février 1994, p 170.

[122] Huisman D., *op. cit*., p200.

[123] Huisman D., *op. cit*., p204.

[124] Alix F.X., *Une éthique pour l'information. De Gutenberg à Internet*, Paris, l'Harmattan, 1997, p 9.

Copyright PRODHOMME Magali et Université Lumière - Lyon 2 - 2003.Ce document est

fédération des médias d'information générale » [125] et sollicite pour ce faire, la concertation de l'ensemble des acteurs, journalistes et éditeurs, interpellés par le sujet, postulant que ***«les médias affrontent les situations délicates sans concertation organisée »*** [126] .

L'approche systémique de l'espace médiatique montre avec acuité la nécessité d'élaborer une éthique de l'information qui soit totalisante, globale, c'est-à-dire appliquée à l'ensemble des acteurs du système, récepteur compris, car le jeu de l'information engage chacun. Bernard Spitz qui intervient dans une tribune libre du journal *Le Monde*, dans un article titré ***« Pour une éthique globale des médias*** » précise à cet égard ***« qu'une véritable éthique des médias, pour être globale, devrait prendre en compte les quatre côtés du carré magique de l'espace médiatique : le divertissement, l'information, la technologie et la propriété capitalistique*** » [127] . Dans un ouvrage intitulé ***« La morale à zéro*** », dans lequel ce même auteur consacre une large réflexion à l'éthique des médias, le maître de requête au Conseil d'État explique ***« qu'une véritable éthique des médias doit redonner toute sa place à la logique de régulation par opposition à la logique de réglementation et qu'elle doit s'inscrire dans une démarche globale*** » [128] . Il préconise par ailleurs la constitution d'une instance ***« dont les membres seraient élus par les journalistes ou leurs représentants, et qui aurait la faculté d'intervenir sur les différents médias*** » [129] . Conscient que cette solution ***« est peut être la plus mauvaise mais comme la démocratie, c'est-à-dire à l'exception de toutes les autres*** », il conclut en rappelant l'enjeu capital que revêt la règle éthique.

Les exemples pourraient se multiplier tant la littérature sur le sujet est abondante. Près d'un ouvrage sur deux qui a trait au journalisme ou aux médias, traite des questions d'éthique ou de déontologie. Elles interviennent généralement pour conclure une analyse critique et permettent à l'auteur d'esquisser de nouvelles pistes de réflexion pour la profession. Jérôme Bourdon dresse aussi ce constat et tente même de catégoriser les interventions sous trois rubriques : ***« l'éthique des médias a ceci de particulier, si on la rapporte à d'autres éthiques sectorielles, d'être le plus souvent abordée sur le mode de la dénonciation (interne ou externe) ou de la déploration –qu'il s'agisse d'ailleurs de débats professionnels ou de réflexions de chercheurs. On s'en inquiète quand les normes (ou des normes) paraissent violées, on établit un catalogue, on propose, le cas échéant, des remèdes »*** [130] .

[125] Alix F.X., *op. cit*., p 132.

[126] Alix F.X., *op .cit*., p 136.

[127] Spitz B., « Pour une éthique globale des médias », in *Le Monde*, mercredi 31 mai 1995.

[128] Spitz B., *La morale à zéro. Pour une reconquête civique*, Paris, Seuil, octobre 1995, p 364.

[129] *Idem.*

[130] Bourdon J., *op.cit*., 1996, p 4.

Copyright PRODHOMME Magali et Université Lumière - Lyon 2 - 2003.Ce document est

Conclusion : l'absence de cohérence du débat

Hormis quelques ouvrages dont ceux de Daniel Cornu, de François-Xavier Alix, d'Henri Pigeat ou encore de Boris Libois et les numéros de *Médiaspouvoirs* qui traitent spécifiquement de la question de l'éthique et de la déontologie de l'information ou des journalistes, le lecteur devra puiser ci et là pour s'enquérir des réflexions, certes nombreuses, mais trop souvent anecdotiques. En effet, l'éthique de l'information subit la contrainte d'une analyse essentiellement descriptive, d'une lecture instrumentale, à géométrie variable. Le fonds bibliographique qui a été examiné témoigne d'une saisie ***« tous azimuts*** » de la notion de l'éthique de l'information ou des journalistes et d'une approche scientifique ou du moins philosophique qui met en cause quelques évidences et certitudes s'appuyant sur une critique malgré tout assez élaborée. L'interrogation du point de vue de la double analyse logique et épistémologique de l'éthique appliquée à l'information et au système médiatique n'est guère pointée dans la littérature. Ce principe d'inadaptation de l'éthique de l'information se traduit dans une littérature dominée par une absence de cohérence et inspirée souvent par un phénomène de mode : crise du journalisme, une chance pour l'éthique. Dès lors l'éthique de l'information s'insère dans un dessein à visée pragmatique et technique, bien davantage que dans un système réfléchi des valeurs (approche réflexive).

Cela dit, il semble évident que cet éparpillement des approches reflète un certain nombre de réalités liées à l'espace journalistique. Nous distinguons quatre caractéristiques du champ journalistique qui seraient susceptibles d'expliquer l'absence de cohérence du débat éthique. En premier lieu, l'hétéronomie du champ ainsi que la très grande hétérogénéité des pratiques journalistiques [131] rend impossible la constitution d'une problématique éthique appliquée au journalisme. Cette problématique devient inéluctablement plurielle et son champ d'application relativement flou. Ce qui vient, perturber le débat, en second lieu, c'est la scission de la communauté journalistique : soit-elle manifeste une très grande indifférence, soit, lorsqu'elle se préoccupe de ces questions, c'est pour exprimer la volonté d'une autorégulation qui exclut de fait toute intervention extérieure. Enfin, ce sont bien souvent des conflits d'intérêts entre les acteurs du système médiatique – ceux issus principalement d'une conception différente du rôle et de la nature de l'information - qui ruinent non pas le débat mais la concertation entre les parties.

L'impossibilité d'opérer une lecture cohérente de l'éthique professionnelle des journalistes tient principalement à ces quatre caractéristiques qui révèlent, toutes, une crise indéniable du modèle professionnel. Le témoignage de la littérature sur l'état de la réflexion éthicienne rapportée à l'information et aux pratiques journalistiques, ouvre toutefois deux perspectives d'analyse : d'une part celle d'une typologie des répertoires argumentaires des différentes disciplines, articulée autour de la notion d'éthique de l'information et, de l'autre, (suscité par certains de nos auteurs) de l'appropriation de

[131] Jean-Marie Charon parle « *d'éclatement de la profession* », entretien du 18 janvier 2002, Maison des Sciences de l'Homme, Paris.

protégé en vertu de la loi du droit d'auteur.

l'éthique de l'information ou des journalistes par les organisations syndicales, comme rhétorique qui induit des visions du monde social et politique, par lesquelles elles entendent être reconnues.

Chapitre II : Histoire, sociologie et anthropologie du journalisme : la convergence vers le questionnement éthique

Introduction

Deux auteurs, d'obédience scientifique différente, ont récemment marqué le débat sur la construction et la professionnalisation du journalisme. En effet, Christian Delporte et Denis Ruellan ont porté une attention tout à fait particulière à ce processus sans pour autant négliger la question de l'éthique professionnelle des journalistes. Un troisième auteur, Cyril Lemieux, a aussi très largement crédité la place de l'éthique professionnelle en approchant, de l'intérieur, la profession de journalistes dans ses pratiques quotidiennes. Le sociologue, qui avait déjà consacré une réflexion dans un article au titre révélateur ***« Les journalistes, une morale d'exception ?*** » [132] , revient à la charge, cette fois-ci à l'appui de plusieurs années d'enquête sociologique dans différentes entreprises de presse.

Ces trois auteurs aux travaux relativement récents -Ruellan 1997 ; Delporte 1999 ; Lemieux 2000 – opèrent par trois approches distinctes : le premier, Denis Ruellan, a inscrit sa réflexion dans une perspective anthropologique. Le second, Christian Delporte, opte pour la posture d'observation historique. Enfin, Cyril Lemieux a fait le choix d'une ***« sociologie compréhensive*** » du travail journalistique et de ses critiques, accompagnée préalablement, d'une approche historique. Tous trois consacrent une réflexion élaborée de la place de la morale et de l'éthique professionnelle inscrite, soit dans le processus de professionnalisation, soit dans celui de la pratique journalistique. Nous débuterons notre analyse par les travaux de Cyril Lemieux dont la particularité, outre l'originalité de l'approche ***« grammaticale*** » [133] réside dans la volonté explicite de l'auteur de ***« repérer et d'encourager la mise en place des nouveaux moyens de régulation dont manquent les formes contemporaines du journalisme pour devenir plus acceptables aussi bien aux yeux du public qu'aux yeux des journalistes***

[132] Lemieux C., « Les journalistes, une morale d'exception ? », in *Politix*, n°19, 1992, pp. 7-30.

[133] Cyril Lemieux définit la grammaire comme « *l'ensemble des règles à suivre pour agir d'une façon suffisamment correcte aux yeux des partenaires de l'action* » et explique que « *Grammaire est à rapprocher, dans l'éventail des notions proposées par Boltanski et Thévenot, non pas à l'idée de cité mais plutôt de celle de régime d'action* ». *Mauvaise Presse. Une sociologie compréhensive du travail journalistique*, Paris, Métailié, 2000, respectivement p110 et notes de bas de page, p 13.

protégé en vertu de la loi du droit d'auteur.

eux-mêmes » [134] . Notre réflexion s'achèvera par la présentation des perspectives anthropologiques et historiques du processus de professionnalisation du journalisme et nous permettra d'amorcer notre propre analyse, certes inspirée par ces perspectives, mais s'en démarquant par l'observation exclusive de la construction d'une représentation normative de la profession de journaliste.

I) L'analyse socio-génétique de la faute journalistique par Cyril Lemieux

Après s'être interrogé sur l'ambiguïté des postures journalistiques par rapport au droit et aux formes d'objectivation de type juridique et en avoir conclu que ***« c'est en jouant sur les différentes définitions possibles de leur civisme que les journalistes parviennent à revendiquer une déontologie (…) »*** [135] , Cyril Lemieux récidive huit ans plus tard en questionnant, cette fois-ci, ***« les dilemmes moraux que les journalistes rencontrent presque tous les jours dans l'exercice de leur activité*** » [136] . Fort d'un corpus de 125 entretiens approfondis et d'enquêtes ethnographiques menées au sein de trois entreprises médiatiques, *Le Monde*, *Sud Ouest* et *France 2*, Cyril Lemieux conjugue deux projets : D'une part, celui d'étayer une critique interne du travail journalistique et, de l'autre, celui de contribuer au perfectionnement de moyens de régulation nouveaux. Sa démarche consiste à ***« analyser la dynamique des investissements grammaticaux successifs qui conduisent parfois les individus, en passant du respect d'un ensemble de règles au respect d'un autre ensemble, à commettre, à la fin, une confusion entre deux ensembles et à se rendre vulnérable à la désapprobation et à la critique fondées de leurs partenaires »*** et d'ajouter, in fine, ***« il s'agit en somme d'une forme d'analyse socio-génétique de « comment on en vient à commettre une faute ? »*** [137] . A l'issue d'une analyse historique de la critique faite aux gens de presse, qui emprunte beaucoup à Robert Chartier pour ces travaux sur les origines culturelles de la révolution, à Robert Darnton ou encore à Michaël Palmer et Christian Delporte, Cyril Lemieux s'attarde sur le dispositif de l'organisation professionnelle et sa capacité, sur différentes périodes, à légitimer son pouvoir de nuisance. Il souligne l'importance du rôle du syndicat unifié de la profession, le SNJ, qui a su imposer la ***« morale professionnelle comme premier principe régulateur*** » et d'expliquer ***« la faute professionnelle devenait, à travers cette tentative de codification, un critère pour restreindre la capacité de nuire des journalistes »*** [138] . Il s'est inspiré de la réflexion Durkheimienne selon laquelle ***« c'était moins l'accentuation de la division du travail social qui, à son époque, posait problème que l'insuffisance désastreuse de sa régulation***

[134] Lemieux C., *op.cit*., 2000, p 69.

[135] Lemieux C., *op. cit*., 1992, p 8.

[136] Lemieux C., *op.cit*., 2000, p10. Le point de convergence entre les deux travaux du sociologue réside dans la mise en exergue, par l'auteur, du « *pouvoir de nuisance des gens de presse* ».

[137] Lemieux C., *op.cit*., 2000, p 14.

juridico-morale » [139] . Cela dit, bien avant l'instauration d'une charte par le SNJ, la capacité de nuisance des journalistes avait été nuancée par un concept émergé au milieu du XVIIIe siècle : l'opinion publique et ses vertus régulatrices. Plus tard, après les premiers mouvements de salarisation du journalisme à la fin du XIXe et au début du XXe siècles, l'industrialisation de la presse aidant, le principe régulateur de l'opinion publique cède la place à celui du verdict populaire lequel ***» n'a d'ailleurs eu d'autres usages que critique. Il a toujours servi à imposer, contre la morale restrictive des Lumières, la légitimité de certains goûts réputés mauvais ou de certaines opinions réputées aveugles, dont le succès populaire rendait désormais impossible de ne pas leur accorder de la valeur*** » [140] .

1) Les étapes de la modernité et la régulation journalistique

L'élargissement de leur périmètre d'intervention – et implicitement celui de leur pouvoir de nuire – a largement participé à une remise en cause de la morale restrictive de la modernité libérale. Cela dit, et ce fut le pari gagné du SNJ, il fallait mettre sur pied ***« des principes d'action et d'autorité alternatifs et élaborer un nouveau droit susceptible de permettre la stabilisation de l'évolution engagée »*** [141] . La mise en place, plus tard, d'une convention collective, d'un statut légal du journalisme, d'échelles de salaires a permis ce que Cyril Lemieux appelle ***« le processus de clôture de la modernité»*** et amorcé, après la seconde guerre mondiale, celui qu'il désigne comme «la modernité organisée » [142] . Cette période dite de ***« modernité organisé*** » a consacré la référence à la morale professionnelle du journaliste ainsi que l'invocation d'un contrôle que l'État se doit d'exercer dans l'organisation commerciale et industrielle de l'activité journalistique. Or, la continuation du processus de démocratisation ainsi que les nouvelles formes que revêt le capitalisme de la fin du XXe ont contribué à la remise en cause du modèle, de l'arbitraire, des rapports d'autorité (mai 68) mais aussi à l'érosion de la morale professionnelle devenue ***« incompatible*** » avec cette configuration nouvelle, celle du ***« triomphe du spectacle et du relativisme éthique*** ». A nouveau, des principes de régulation alternatifs tentent d'être mis sur pied. Cyril Lemieux en esquisse deux avant de s'interroger sur ceux susceptibles de ***« juguler la crise actuelle »*** [143] . Selon lui,

[138] Lemieux C., *op.cit*., 2000, pp.50-51. Nous avions, nous-même, analysé ce processus comme « *une démarche civilisatrice* », Magali Prodhomme, « La place de l'éthique dans la construction de l'identité journalistique », mémoire de DEA, Lyon2/Enssib, 1999, pp. 34-38.

[139] Cité par Cyril Lemieux, *op. cit*., 2000, p 17.

[140] Lemieux C., *op. cit*., 2000, p 49.

[141] *Ibid*., p 62.

[142] Cyril Lemieux a emprunté les expressions de « *clôture de la modernité* » et de « *modernité organisée* » à Peter Wagner, in *Liberté et Discipline. Les deux crises de la modernité*, Paris, Métailié, 1996.

[143] *Ibid*., p 69.

 Copyright PRODHOMME Magali et Université Lumière - Lyon 2 - 2003.Ce document est

l'impératif de communication constitue non pas un principe régulateur mais un principe critique car ***« il allait permettre de critiquer le refus de rendre des comptes à des tiers et d'être évalué par eux »*** [144] , explique-t-il. Le second principe, cette fois-ci de régulation, est celui appelé ***« le plus d'authenticité »*** qui conduit les individus à se départir des représentations médiatiques dominantes. Le sociologue précise que ***« le plus d'authenticité constitue bel et bien, dans la postmodernité, un principe régulateur décisif face à la fausse présence que sont réputés instaurer les médias, car il est, par définition, ce qui leur demeure à jamais inatteignable »*** [145] . Cyril Lemieux, après avoir ainsi décrit la démocratisation et l'extension du capitalisme comme ***« processus conflictuels »*** dans le domaine de la presse et des médias, s'enquiert in vivo de la praxis journalistique, de ***« ce qui se lit dans la pratique »*** [146] . Sa conclusion entame une réflexion sur la possibilité, d'une part, d'institutionnaliser ***« la liberté de critique »*** et, d'autre part, sur la capacité des journalistes à respecter un certain nombre de règles dérivées de la grammaire publique. Ce dernier point suppose, selon le sociologue, que soit limité l'emploi par les journalistes, mais aussi contre les journalistes, de techniques de pouvoir ou, en d'autres termes, que soit imposé le recours à l'interlocution – Cyril Lemieux évoque ***« l'établissement d'arènes de confrontation »*** -, en tant qu'elle permet d'actualiser la grammaire publique et de produire une attitude critique.

L'analyse ***« socio-génétique »*** comme moyen d'appréhension de la faute journalistique apporte considérablement à la connaissance de la pratique journalistique. Elle permet de relier le respect d'une éthique professionnelle à des ***« inflexions et pertinences motivationnelles »*** et de conjuguer l'individu au collectif. Cyril Lemieux ne cède pas aux sirènes du déterminisme, ni même à celle de l'interactionnisme duquel pourtant il se rapproche notamment avec l'usage du concept de grammaire. Proche de la sociologie cognitive, dans laquelle le concept de ***« grammaire »*** se réfère aux théories de la grammaire générative de Noam Chomsky, l'analyse socio-génétique rend possible l'usage de notions qui, jusqu'alors, faisaient défaut à la plupart des analyses sociologiques de la pratique journalistique. Ainsi, Cyril Lemieux articule sa réflexion autour des notions de ***« distanciation »***, ***« d'élans et d'attentes »***, ***« de réalisation »*** ou encore autour des expressions ***« d'humeur »***, ***« de bonne volonté »***, ***« d'impudeur »*** et de ***« compassion »***, autant de catégories destinées à réduire l'hétérogénéité des événements multiples liés à la pratique journalistique. Cette lecture inédite des motivations ou non des journalistes à commettre une faute professionnelle s'inscrit dans la perspective durkheimienne de l'analyse de la chose éthique : ***« Ce qui définit l'éthique, ce n'est pas un texte ou un code, mais d'abord le fait que, lorsque certains actes sont commis, le sociologue peut observer un sentiment de réprobation qui, s'il n'empêche pas nécessairement la reproduction de l'acte, le marque comme non éthique »*** [147] . Ce travail serait aussi à rapprocher de la sociologie

[144] *Ibid*., p 63.

[145] *Ibid*, p 65.

[146] *Ibid*., p 111.

protégé en vertu de la loi du droit d'auteur.

des conflits de responsabilité et notamment de la réflexion de Francis Chateauraynaud sur ***« la faute professionnelle*** ». Celui-ci précise que ***« pour établir une faute ou une défaillance professionnelle ou plus généralement pour donner des raisons d'une perturbation quelconque qui s'est révélée sur un lieu de travail et en assurer la résolution, les acteurs puisent dans les ressources à disposition, font surgir les liens, les états, les conventions ou les structures dans lesquelles ils agissent et font la part de ce qui est conforme à ce qu'ils pouvaient attendre et de ce qu'il ne l'est pas. Autrement dit, les imputations de responsabilité professionnelle sont des opérateurs de dévoilement des états et des relations dans lesquels s'accomplissent les activités quotidiennes*** » [148] . En traitant les disputes comme un moment d'explication et de transformation des règles et des conventions qui régissent les rapports entre les personnes, Francis Chateauraynaud participe, lui aussi, à mettre en exergue l'engagement simultané de procédés cognitifs et de jugements moraux. Or dans un tel modèle, la notion de faute professionnelle prend une place centrale puisqu'elle découle des contraintes pesant sur l'action des êtres moraux. Cela dit, et comme le souligne Cyril Lemieux, ce modèle implique une ***« condition de félicité de la critique »*** : ***« Reprocher à des journalistes de mal faire leur métier nécessite d'adopter soi-même, pour que cette critique puisse bénéficier d'une certaine efficacité, d'une définition interne du bon journaliste, seul véritable moyen de remonter à ceux à qui on a des reproches à faire qu'en telles ou telles circonstances, ils ne font pas ce qu'exige, d'un point de vue qui peut être le leur, leur éthique professionnelle »*** [149] . Or, c'est là un risque intellectuel que Cyril Lemieux n'a pas pris tant l'hétérogénéité des pratiques qu'il analyse rend inacessible cette définition, même interne.

II) Histoire et socio-anthropologie du journalisme :

1) Les processus de professionnalisation et de moralisation comme articulation récurrente

L'approche historique et socio-anthropologique, du processus de professionnalisation du journalisme, est abordée dans les travaux respectifs de Christian Delporte et de Denis Ruellan, tous deux auteurs d'ouvrage de référence sur la question. L'intérêt pour nous d'y revenir réside dans la mise en exergue d'une articulation qui fait de la construction du groupe des journalistes, la conjugaison de deux processus. En effet, la prise en compte de l'historicité par les deux auteurs a permis de faire émerger une articulation récurrente qui, d'évidence, a émaillé les différentes phases de la construction de la communauté sociale des journalistes en groupe professionnel : processus de professionnalisation et processus de moralisation.

[147] Durkheim E., cité par Jérôme Bourdon, *op.cit*., 1996, p 89.

[148] Châteauraynaud F., *La faute professionnelle. Une sociologie des conflits de responsabilité*, Paris, Métailié, 1991, p 24.

[149] Lemieux, *op.cit*., 2000, p 10.

protégé en vertu de la loi du droit d'auteur.

Qu'il soit appréhendé comme ***« constructions énonciatives et organisationnelles, issues de rivalités collectives impliquant des intérêts individuels*** » [150] (Ruellan) ou comme une édification aux courbes irrégulières [151] (Delporte), le processus de professionnalisation du groupe des journalistes est consubstantiel au processus de moralisation de l'espace journalistique. Ce constat n'est certes pas original dans la mesure où l'analyse sociologique des groupes professionnels (théorie fonctionnaliste ou interactionniste des professions) et notamment celle menée par Durkheim, a mis l'accent sur l'intégration éthique qu'entraînerait (ou devrait entraîner) tel ou tel type d'institutionnalisation de la division du travail, propre à limiter ou à faire disparaître les conflits de classe. Or à cet égard, la moralisation de la vie professionnelle s'est trouvée être au cœur des préoccupations des premiers théoriciens des professions. Ainsi les travaux de Parsons et Merton, dans la tradition fonctionnaliste, ont mis en exergue les caractéristiques spécifiques des corps professionnels par l'analyse des fonctions sociales objectivement remplies par les professions. Il est intéressant de noter que les fonctionnalistes tiennent pour les causes efficientes de la professionnalisation, deux caractéristiques du type idéal des professions : d'une part, ***« une compétence techniquement et scientifiquement fondée*** » et, d'autre part, ***« l'acceptation et la mise en pratique d'un code éthique réglant l'exercice de l'activité professionnelle*** » [152] . Le modèle fonctionnaliste présente cela dit deux écueils majeurs que Denis Ruellan s'emploie à démontrer. Selon lui, ***« penser les journalistes comme un « groupe professionnel » consiste préalablement à échapper à une représentation idéal typique des « professions » héritée de l'approche fonctionnaliste*** » [153] . Pour le sociologue, l'inadéquation du modèle se révèle dans l'absence de reconnaissance d'une dimension historique du processus de professionnalisation [154] . Quant à Jean-Michel Chapoulie, lui aussi sociologue, il explique que ***« dans la mesure où la description idéale typique des professions permet de formuler des propositions susceptibles d'être soumises à des vérifications empiriques, il est facile de mettre en évidence qu'aucun métier ne s'approche de ce modèle »*** [155] . Ainsi, le caractère idéal typique des professions se révèle presque identique au modèle professionnel, similitude qui selon

[150] Ruellan D., « Groupes professionnels et marché du travail du journalisme », in *Réseaux*, n°81, 1997, p 136.

[151] Lire à ce propos Delporte C., *Les journalistes en France. 1880-1950. Naissance et construction d'une profession*, Paris, Seuil, janvier 1999, p 419.

[152] Lire à ce propos l'ouvrage de Dubar C. et Lucas Y., *Genèse et dynamique des groupes professionnels*, PUL, 1994, 410 p ou encore Dubar C., *La socialisation. Construction des identités sociales et professionnelles*, Paris, éditions Armand Colin, 1991, 256 p.

[153] Ruellan, *idem*.

[154] La professionnalisation désigne, selon Jean-Michel Chapoulie, *« un processus selon lequel un corps de métier tend à s'organiser sur le modèle des professions établies* ». L'expression « profession établie » désignera « *les métiers (médecine, barreau, etc.) qui ont développé un ensemble de caractéristiques spécifiques, monopole d'exercice de certaines fonctions, contrôle des praticiens par leurs pairs, etc.* » Chapoulie J.M., « Sur l'analyse sociologique des groupes professionnels, in *Revue française de sociologie*, XIV, n°1, janvier-mars, 1973, p 89.

Copyright PRODHOMME Magali et Université Lumière - Lyon 2 - 2003.Ce document est

Chapoulie ***« n'apparaît peut-être jamais aussi clairement que dans les analyses du savoir et de l'éthique professionnelle comme causes efficientes de la professionnalisation »*** [156] . Pour Denis Ruellan, qui trouve là l'occasion de justifier les vertus de l'imprécision, ***« renoncer à l'idéal type conduit donc à rechercher le parti de l'imprécision, de la variation et de la fluidité des groupes*** » [157] . C'est là le parti pris des interactionnistes et notamment celui de Becker qui réfute ***« les classifications étanches et les distinctions strictes*** » précise Denis Ruellan [158] . En effet, l'approche interactionniste, autre grand courant qui traverse l'analyse sociologique des groupes professionnels, propose de se défaire des argumentations fonctionnalistes et récuse même la possibilité d'une théorie générale des groupes professionnels. Claude Dubar explique que ***« pour les interactionnistes, c'est la reconnaissance commune d'un diplôme contrôlant l'accès à la profession et d'une mission, légitimant sa position éminente dans la division du travail qui permet au professionnel de jouir des privilèges acceptés et de se construire une identité spécifique*** » [159] . Cela dit, ces séquences significatives communes du processus de professionnalisation constituent une dynamique qu'il s'agit non seulement de contextualiser mais aussi de confronter aux diverses catégories d'acteurs ayant des intérêts et des représentations différentes. Claude Dubar évoque la nécessité, pour les partenaires (employeurs, salariés, État, organisations syndicales), de parvenir à construire des ***« espaces communs de rationalité à partir de logiques différentes*** » [160]

2) Le concept de fluidité et la dynamique des frontières par Denis Ruellan : l'exemple du SNJ

Considéré du point de vue de sa dynamique, le processus de professionnalisation des journalistes révèle, selon la thèse défendue par Denis Ruellan, ***« qu'en deçà des discours professionnalistes tendant à représenter le journalisme comme un monde structuré et fondé sur une compétence claire et spécifique, il fallait voir un univers fluide, aux modes de gestion flous et mouvants, à la culture professionnelle métissée par nature*** » [161] . Le concept de fluidité et celui, emprunté à Luc Boltanski, d'effet dynamique de la frontière ont d'évidence rendu possible l'étude du processus de professionnalisation des journalistes. Ces concepts réunis ont permis de souligner les

[155] Chapoulie J.M., *op.cit*., p 93.

[156] *Ibid*., p 96.

[157] Ruellan D., *op.cit*., p 137.

[158] *Idem.*

[159] Dubar C. et Lucas Y, *op.cit*., p 249.

[160] Dubar C., *op. cit*., 1991, p 172.

[161] *Idem*.

Copyright PRODHOMME Magali et Université Lumière - Lyon 2 - 2003.Ce document est

étapes et les enjeux de la structuration du groupe des journalistes. Cela dit, l'une des articulations essentielles du travail de Denis Ruellan consiste à faire du marché du travail le motif fondamental de la constitution des groupes professionnels, ainsi que son instrument. Évoquant le cas exemplaire du journalisme, il distingue quatre paliers pour décrire l'histoire du journalisme : avant le début de la presse industrielle (le marché du travail n'existe pas) ; la période d'expansion de la frontière qui dure jusqu'à la première Guerre mondiale (développement du marché du travail) ; la guerre de 14-18 (processus de différenciation sociale) ; la période 1935 à nos jours (achèvement de la régulation des frontières). Il concède que ***« pour le journalisme, la période essentielle du travail de construction est sans conteste l'entre-deux-guerres*** » et ajoute qu'elle est ***« indissociablement liée à une organisation, le Syndicat national des journalistes*** » [162] . Dans ***« les « Pro » du journalisme*** », il explique que ***« le SNJ fut la structure essentielle du processus de construction, il inventa, porta et enfanta le projet du groupe journalistique tel que nous le connaissons*** » [163] . Le passage obligatoire par le SNJ pour analyser le processus de professionnalisation, mais surtout celui de la fermeture du territoire aux seuls professionnels, conduit Denis Ruellan à approcher un second processus, la moralisation. Il note que ***« se félicitant que désormais, grâce à la carte, un lien soit établi entre les « intérêts moraux » et les « intérêts matériels » de la profession, le SNJ rappelait que son objectif depuis 1918 était « la police de la profession*** » [164] . Il nous a semblé, toutefois, que l'auteur ne donnait pas à ce processus de moralisation de la profession, l'importance qu'elle revêtait notamment du point de vue du contexte, lequel apparaît essentiel dans une approche interactionniste. En effet, Denis Ruellan a largement privilégié la piste de la stratégie unitaire du syndicat et notamment celle qui a consisté à donner le privilège aux formes ***« professionnelles*** » du journalisme comme élément distinctif du marché du travail. L'auteur remarque que ***« le SNJ va choisir sa clientèle sur un argument simple : le journalisme aux journalistes authentiques*** » [165] . Cela dit, en observant les discours du SNJ de l'époque, il est intéressant de constater qu'à défaut de définition légale du journaliste, le SNJ va s'appuyer sur la définition d'un « journaliste digne de ce nom » comme première figure de professionnalité. Nous sommes d'accord pour dire, avec Denis Ruellan, que ***« le SNJ a choisi délibérément de se positionner sur un créneau bien spécifique. Alors que les autres organisations étaient constituées sur des bases d'affinités politiques (…) de cohérences régionales(…) ou de spécialités (…) alors que certains admettaient en leur sein des journalistes comme des directeurs (…) le SNJ s'est présenté comme un syndicat unitaire, sans orientation politique et voué à la défense des intérêts des travailleurs*** » [166] . Pour mener à bien cette stratégie défensive à l'encontre des

[162] *Ibid*., p 140.

[163] Ruellan D., *Les « Pro » du journalisme. De l'état au statut, la construction d'un espace professionnel*, Rennes, PUR,1997, p 23.

[164] *Ibid*., p 80.

[165] Ruellan, *op. cit*., in *Réseaux*, 1997, p 142.

[166] *Ibid*., pp. 142-143.

protégé en vertu de la loi du droit d'auteur.

associations, le SNJ va s'imposer par un acte symbolique fort. Le contexte aidant, le conseil d'administration décida de déterminer ***« un petit code des devoirs du journaliste*** », tout premier objet d'identification du journaliste professionnel. L'incrédulité que suscitaient les journalistes au sortir de la Grande Guerre, dont les dérives nombreuses contribuèrent à exhumer les sempiternels thèmes de l'amateurisme et du professionnalisme, fut portée à l'acmé. C'est donc dans ce contexte délétère que le SNJ a puisé l'impulsion de son mouvement et son inspiration éthicienne. Le premier code des devoirs des journalistes est apparu d'emblée comme une action qui visait à séparer le bon grain de l'ivraie, à baliser l'identité journalistique à l'aune du professionnalisme. Deux exemples empruntés au BSJ, étayent cette hypothèse. Le premier bulletin du syndicat des journalistes (BSJ) annonce, dans son sommaire, un article intitulé ***« les journalistes professionnels et la concurrence des non-professionnels*** ». Sa lecture est éclairante puisque l'on y relève que ***« le SJ n'obéit nullement à des préoccupations de « professionnalisme » étroit et tyrannique. Nous savons que la profession de journaliste est une profession constamment ouverte à tous, et qu'il ne peut en être autrement » et d'expliquer « notre protestation vise simplement et catégoriquement le cas où le métier de reporter est exercé par des membres du parlement »*** [167] . Nous sommes en décembre 1918. En 1922, la protestation du SNJ s'élargissait cette fois-ci contre les ***«procédés dont sont capables d'user d'âpres concurrents appuyés par la force financière*** » et faisait appel, à nouveau, à l'argumentaire du professionnalisme à l'appui du ***« code des devoirs du journaliste*** » [168] . Ces concurrents n'étaient autres que les deux directeurs de Flammarion, Max et Alex Fischer, des ***« personnages qui font acte de distributeurs de publicité bien plus que d'écrivains*** » [169] . Ces derniers, par ailleurs qualifiés de ***« voleurs de rubriques*** » ont remplacé, au journal ***« La Liberté*** », Robert Beauplan, désigné par le SNJ ***« d'écrivain et de journaliste professionnel*** ». Sur ce ***« scandaleux renvoi*** » le SNJ concluait : ***« Si ces personnages (Alex et Max Fischer) avaient fait partie du syndicat nous les aurions immédiatement traduits devant la commission de discipline »*** [170] . Or, cette commission de discipline évoquée par Georges Bourdon était prévue dans le cadre du code des devoirs du journaliste qui stipulait : ***« Pour les délits de presse entachant l'honneur, il peut, même après avoir été condamné par la juridiction légale, faire appel devant le conseil de discipline du Syndicat des journalistes qui sera qualifié pour lui rendre, devant ses confrères son honorabilité de journaliste. De même un journaliste absout avec des considérants comportant un blâme, pourra être cité devant ce tribunal professionnel et frappé de disqualification »*** [171] . Si le SNJ, par la voix de Georges Bourdon, invoque dans le cadre

[167] J. Ernest Charles, « Les journalistes professionnels et la concurrence des non-professionnels », in *Le Syndicat des journalistes*, n°1, décembre 1918, pp. 3-4.

[168] Bourdon G., « un renvoi scandaleux », in *BSJ*, n°11,octobre 1922, p 1-2-3.

[169] *Idem.*

[170] *Idem.*

[171] Le comité fondateur, « A nos camarades », in *Le syndicat des journalistes*, bulletin n°1, décembre 1918.

protégé en vertu de la loi du droit d'auteur.

de ce renvoi scandaleux, la commission de discipline, c'est en référence à l'un des articles du code des devoirs du journaliste qui mentionne qu'un journaliste digne de ce nom ***« ne sollicite jamais la place d'un confrère, ne provoque jamais son renvoi en offrant de tenir sa rubrique pour une rémunération moins élevée »*** [172] . En l'absence d'une reconnaissance d'un statut pour le journaliste, l'intervention du SNJ apparaît ici arbitraire car rien ne définissait à l'époque ce qu'est un journaliste professionnel. Ce qui a légitimé l'intervention du SNJ sur le marché du travail des journalistes, c'est la référence systématique au code des devoirs du journaliste et la commission de discipline qu'elle abrite. Cette hypothèse nous paraît être renforcée à la lecture de la conclusion qu'émet le SNJ sur l'affaire Fischer. En effet, aucun pourvoi devant la justice n'étant rendu possible, l'issue envisagée par le SNJ fut celle de traduire les frères Fischer devant le conseil de discipline, instance légitimée par le code de l'honneur professionnel. Malgré son impuissance à gérer ce conflit, le SNJ ne manquera pas, à l'égard des journalistes indécis, de réaffirmer ce qu'il incarne, en rappelant que ***« dans tout différend, nos camarades ont intérêt à ne prendre aucune décision avant d'en avoir référé au Syndicat*** » [173] . Ce racolage fait partie de la propagande syndicale, mais pour le journaliste de l'époque, l'alternative est réduite à peau de chagrin, car nulle autre association n'a explicitement revendiqué la défense d'un journaliste ***« digne de ce nom*** » pour attirer des adhérents. Robert de Beauplan, journaliste d'autant plus subtil dans sa démarche qu'il n'est pas syndiqué, relève le rôle et la compétence que s'est assignée le SNJ en lui écrivant : ***« Est-il admissible que des non-professionnels du journalisme puissent usurper la place d'un journaliste professionnel (…) N'est-ce pas précisément pour combattre cet abus que le SNJ s'est constitué ?*** » [174] . Les exemples d'instrumentalisation du code des devoirs des journalistes par le SNJ, pour délimiter l'espace professionnel du journaliste et, in fine, légitimer son action, pourraient se multiplier. Notre objectif, à l'issue de cet exemple, est de montrer que les processus conjugués de professionnalisation et de moralisation ont émaillé la construction du groupe professionnel des journalistes. La dynamique des processus a d'ailleurs sans cesse conduit le SNJ à interpréter la création du statut du journaliste ou la délivrance de la carte de presse en étroite relation avec l'objet premier du syndicat : ***« de donner aux professionnels, sans distinction de lieu, ni d'opinion, ni de rang, le sentiment aigu de leur solidarité, de leur assurer des garanties élémentaires sans lesquelles tous les mauvais hasards et tous les risques de l'arbitraire et de l'instabilité feraient peser sur leur existence une menace perpétuelle, d'unir si étroitement, dans leur préoccupation, les intérêts moraux et les intérêts matériels, qu'ils se sentent comme grandis dans leur dignité, constamment arbitrés sous la sauvegarde d'une discipline morale formée d'une commune conscience »*** [175] .

[172] Extrait des « devoirs professionnels du journaliste », in *Le syndicat des journalistes*, bulletin n°1, décembre 1918.

[173] Bourdon G., « un renvoi scandaleux », in *BSJ*, n°11,octobre 1922, pp. 1, 2, 3.

[174] *Idem*.

[175] Bourdon G., « La montée du SNJ, 1935, année cardinale : construire », in *Le journaliste*, n°108, octobre-novembre 1935.

Copyright PRODHOMME Magali et Université Lumière - Lyon 2 - 2003.Ce document est

3) Le thème de la moralisation des journalistes par Christian Delporte

Christian Delporte a pris la mesure du phénomène de moralisation de la profession puisqu'il y a consacré de nombreux chapitres : ***« Responsabilité morale et légitimité : un Ordre des journalistes ? »*** ; ***« Frontière morale et formation*** » ; ***« la crise morale : le souffle des scandales*** » ; ***« la dignité morale*** » ; ***« la moralisation contrainte : un retour à l' » Ordre » ?*** » [176] . L'historien pose dès l'introduction l'enjeu du débat : ***« le journalisme n'est pas une profession comme les autres, en raison du caractère universel de son objet et des implications morales de son exercice*** ». Il rappelle que, dans le journalisme, ***« règne traditionnellement un individualisme, renforcé par la référence mythique à la profession libérale, qui, par exemple, pousse le journaliste à refuser les contraintes morales au nom de la liberté d'expression*** » et de souligner ***« les racines mêmes de cette attitude contradictoire, qui domine le monde des journalistes aujourd'hui, sont à chercher dans la période que nous nous proposons de considérer »*** [177] .

Son travail s'est donc articulé autour de quatre lignes de réflexion et enrichi des résultats de recherches antérieures telles celles de Marc Martin et de Michaël Palmer. Le premier axe de réflexion a consisté en ***« l'étude des pratiques professionnelles »*** de l'époque. La seconde réflexion tente de comprendre ***« comment se dessine un milieu social original, comment se définissent des comportements communs, des formes de solidarités et de sociabilités particulières et mouvantes ?*** ». La troisième préoccupation majeure interroge ***« la place du journaliste dans la société »***. Enfin, la quatrième ligne de réflexion, a consisté à s'interroger sur ***« la conscience de soi, du legs communautaire et des modalités de sa prise en charge, des modèles et des contre modèles qui en découlent, des efforts collectifs pour se distinguer des autres*** ». Christian Delporte ajoute à tout cela que ***« classiquement confondue avec une mission, la pratique journalistique suscite un profond débat éthique dont il conviendra d'exposer les causes, de comprendre les mécanismes, d'évaluer les effets*** » [178] . Avant d'en présenter l'essentiel, il convient de revenir sur l'analyse historique du processus de professionnalisation du groupe des journalistes.

L'observation historique a conduit Christian Delporte à situer la période d'émergence, d'édification et de légitimation de la profession de journaliste entre 1880 et le seuil des années cinquante. Il commence son étude par la loi du 29 juillet 1881 sur la liberté de la presse la qualifiant de ***« consubstantielle à la République*** ». Il écrit qu'elle fut ***« considérée par les journalistes comme la première charte professionnelle*** » et de préciser ***« son contenu contribue à définir une partie essentielle des référents culturels et identitaires de la profession*** » [179] . C'est donc pour l'auteur une première

[176] Voir la table des matières de l'ouvrage de Christian Delporte, *La construction de la profession de journaliste*, cité plus haut.

[177] Delporte C., *op. cit*., 1999, p 10.

[178] Delporte C., *op. cit*., p 14.

[179] *Ibid*., p 19.

Copyright PRODHOMME Magali et Université Lumière - Lyon 2 - 2003.Ce document est

étape vers la construction de la profession. A cette même période, il relève le rôle primordial du comité général des Associations de la presse française, créé en 1887 et regroupant les six principales associations de patrons de journaux et de rédacteurs. Leur but est clair, rappelle-t-il, ***« parler et agir au nom de l'ensemble de la presse française*** ». ***« Elles en arrivent implicitement à concevoir l'origine des revenus comme l'élément discriminant, la frontière qui sépare le monde des journalistes du monde des non-journalistes*** » [180] souligne-t-il plus loin. L'historien consacre aux Associations de journalistes une analyse très fouillée, persuadé qu'elles sont une des sources incontournables de l'histoire du journalisme. Sa démonstration est convaincante et traduit l'intérêt de faire remonter le processus d'émergence de la profession à partir du second empire. En effet, lorsqu'il étudie l'évolution de la figure professionnelle du journaliste, il note l'amalgame entretenu à l'époque entre l'écrivain et le journaliste et précise, avec raison, que ***« peut-être convient-il de chercher ici, l'un des facteurs du retard avec lequel se construit la profession*** » [181] . Pour l'auteur, le journalisme est trop longtemps resté attaché à la figure professionnelle de l'écrivain libre considéré comme modèle social et moral. C'est sans doute le développement du capitalisme de presse qui vient briser cet attachement et réduire son indépendance intellectuelle dès lors soumise aux contraintes hiérarchiques. Le journalisme devient alors progressivement une activité salariée. La deuxième période est celle de l'entre-deux guerres, laquelle est qualifiée par Christian Delporte de ***« phase active de la construction professionnelle et, à ce titre, sans doute, l'époque la plus importante de l'histoire du journalisme contemporain*** » [182] . L'auteur, après avoir longuement souligné l'importance du rôle joué à l'époque par le SNJ, pose l'hypothèse que ***« La Charte du SNJ, si elle clarifie le sens à donner aux mots « vérité », « responsabilité », « devoir », reste un code à usage personnel. L'argument de l'Ordre, chaque fois avancé sous la pression du discrédit des moyens d'information dans l'opinion, est surtout brandi pour exiger une moralisation de la presse que les journalistes guideraient et où ils prendraient leur part, mais seulement leur part*** » [183] .

Cette hypothèse conclusive de la deuxième période du processus de professionnalisation des journalistes vient amorcer ce qui, selon l'auteur, domine l'ultime période : le thème de la moralisation. La Libération est présentée comme une rupture et qualifiée de période de grands enjeux et de grandes utopies, lesquels aboutiront à un échec. Elle cède la place à une nouvelle ère qui, aujourd'hui encore, interroge la validité des modèles identitaires du journalisme français. Ces trois phases historiques du processus de professionnalisation du journalisme correspondent aussi à l'évolution du processus de moralisation de la profession sans cesse convoquée. Cela dit, Christian Delporte démontre que ce processus, s'il s'est d'abord appliquée à la profession

[180] *Ibid*., p 85.

[181] *Ibid*., p 42.

[182] *Ibid*., p 421.

[183] *Ibid*., p 423.

protégé en vertu de la loi du droit d'auteur.

naissante, à la fin des années 1880, il s'est plus tard déplacé non plus sur la profession mais, selon lui, sur la presse dont on souligne, à l'issue de la seconde guerre mondiale, la faillite de sa mission morale. Si nous sommes en partie d'accord avec ce point de vue, nous viendrons plus loin le pondérer s'agissant de la période 1918-1935 durant laquelle le SNJ a triomphé.

Dans les deux travaux dont nous venons de rendre compte, les thèmes de la professionnalisation et de la moralisation du journalisme apparaissent rarement éloignés. Le processus de moralisation constitue, semble-t-il, un des éléments qui cimentent la profession et façonnent la construction d'une culture et d'une identité collective. Il révèle par ailleurs les logiques d'argumentation et de représentation émanant des acteurs de l'époque. Si Denis Ruellan s'en est tenu aux discours du SNJ, Christian Delporte a quant à lui poussé l'investigation jusqu'aux Associations de journalistes de la fin du XIXème siècle. L'émergence de comportements collectifs dès la fin des années 1880 permet d'esquisser un portrait du journaliste respectable : ***« il n'est plus celui qui s'engage par amour des lettres mais celui qui a conscience de ses responsabilités vis-à-vis de l'opinion*** » [184] . Selon l'historien, ***« le discours sur les fondements moraux du journalisme est largement développé par les auteurs catholiques, parfois même hommes d'église, effrayés par l'influence nouvelle et le pouvoir funeste de la presse*** » [185] . Cela dit, les républicains manifestaient aussi une volonté de voir la profession se responsabiliser. Pour les premiers ***« la moralisation de la profession passe essentiellement par la conquête de l'opinion, grâce à la diffusion de la bonne presse, animée par des journalistes « instruits, religieux et honnêtes » »*** [186] souligne Christian Delporte. Pour les seconds, il faut imposer des conditions d'honorabilité via la création d'un Ordre des journalistes, inscrit dans la loi. ***» Les journalistes républicains (…) ne conçoivent la question morale qu'au travers des conflits de personnes à l'intérieur de l'organisation. Le débat éthique est exclusivement perçu par le prisme de l'honneur*** » [187] constate plus loin l'historien. Or en dépit d'un débat clairement repéré sur les questions de moralisation de la profession, Christian Delporte concède que ***« si l'association des journalistes républicains regroupe des hommes qui partagent les mêmes principes éthiques, il est bien entendu que la morale professionnelle reste une affaire individuelle*** » [188] . Ce n'est qu'à l'issue de la grande Guerre, la crise des Associations aidant, que le SNJ pose la première pierre de la réalisation morale de la profession. Or à cet égard, notre lecture des faits diffère quelque peu de celle de Christian Delporte, comme nous le mentionnions plus haut.

En effet, l'observation des discours du SNJ, produits sur la période 1918-1935, nous

[184] Delporte C., *op.cit.*, p 158.

[185] *Idem*.

[186] *Ibid.*, p 173.

[187] *Idem*.

[188] Delporte C., *op.cit.*, p 175.

protégé en vertu de la loi du droit d'auteur.

a permis de comprendre comment une logique syndicale a contribué à faire de la dimension morale l'un des socles originels de l'identité professionnelle des journalistes. L'analyse sémio-pragmatique, inspirée par les travaux de Greimas et Courtès, a permis d'exhumer du discours syndical un dispositif stratégique basé sur la réalisation morale et professionnelle du journaliste par identification aux objets ***« syndicat*** », ***« charte*** » et ***« carte de presse*** » construits comme des lieux d'investissements de valeurs différentielles. Le journaliste se trouvait donc déterminé, dans son existence sémantique, par sa relation aux valeurs investies dans les trois objets d'identification qui constituaient les frontières de l'argumentaire éthique du SNJ.Cet argumentaire est implicite en ce sens que ***« l'unité professionnelle »***, comme programme narratif de base, est un prétexte pour légitimer les réquisitoires du SNJ en matière d'éthique et imposer la charte des devoirs professionnels en tant que première figure de professionnalité. La dignité, en tant que valeur morale, précède donc la compétence en tant que valeur professionnelle dans la définition du journaliste. Certes, le syndicat des journalistes ne disposait d'aucun moyen de coercition auprès des journalistes pour faire respecter l'application de la charte. Ce qui amène Christian Delporte à écrire que ***« La Charte du SNJ reste un code à usage personnel »***. Cela dit, et les travaux de Christine Leteinturier en témoignent [189] , le lien qui est opéré par les journalistes après la seconde guerre mondiale, comme ceux d'aujourd'hui, entre l'attribution de la carte par la commission et le SNJ, est tenace. Il y a là une identification qui opère parfaitement et qui corrobore notre analyse discursive. ***« L'argument de l'Ordre »***, comme le désigne Christian Delporte, a servi la cause du SNJ qui le convoque pour faire valoir son succès. Ainsi, Georges Bourdon écrivait à l'occasion de la délivrance de la carte, en juin 1936 : ***« Ce n'est pas d'hier que beaucoup d'entre eux, évoquant la discipline que se sont imposés les avocats, ont appelé la création d'un Ordre des journalistes. Je crois même, que le mot est parti, pour la première fois en 1918, du Syndicat des journalistes. Mais ce n'était qu'un mot – ou plutôt une aspiration. Voici une réalité : la carte professionnelle*** » [190] . La figure de proue du Syndicat national des journalistes tient à préciser plus loin que ***« Tous, ici, nous savons qu'il n'est pas question de choisir entre les professionnels. Non, non nulle acceptation de doctrine, de philosophie, de politique. Nous ne connaissons que deux frontières : celle de la profession, celle de la moralité »*** [191] . Or à ces deux frontières, il faudrait en ajouter une qui manifestement apparaît implicite : celle du SNJ. Cela dit, au détour d'un article publié dans *Le journaliste*, en octobre-novembre 1937, et titré ***« Lettre à un impertinent*** », cette troisième frontière se

[189] Lire à ce propos l'article de Christine Leteinturier, « Les demandes de carte professionnelle en 1945 », in *Journalisme. Études et documents*, Actes du colloque de Strasbourg, sous la direction de Michel Mathien et Rémy Rieffel, Aphacom, CUEJ, 1995, pp. 39-59. Nous tenons à préciser qu'en 1995, Christine Leteinturier n'avait pas encore achevé le traitement de l'ensemble des informations notamment celles concernant l'activité mensuelle de la commission, les spécialités journalistiques, les salaires, la répartition par type d'entreprises aux différentes périodes, la participation à des associations professionnelles, les cotisations à des caisses de retraite et les domiciliations à la date de la dernière carte.

[190] Bourdon G., « La délivrance de la carte professionnelle va commencer », in *Le journaliste*, n°114, juin 1936.

[191] *Idem*.

révèle pour le moins explicite. L'amorce de l'article campe le contexte : ***« nous étant aperçu que la commission de la carte d'identité avait attribué la carte à un certain nombre de journalistes qui n'étaient pas membres du SNJ, nous avons jugé bon de leur adresser un appel, et, leur rappelant tout ce que le Syndicat a fait pour notre profession, de leur montrer l'opportunité qu'il y aurait à ce que tous les journalistes réellement professionnels y fussent inscrits*** » [192] . Si cet appel a été entendu, un rédacteur attaché à un journal parisien s'en est offusqué et ***« peu soucieux de ridicule, ne craignait pas de voir, dans la circulaire qu'il avait reçue, ce qu'il appelait « une manœuvre intolérable*** » [193] . Le SNJ, par la voie de Georges Bourdon, n'a pas hésité à répondre à ***« l'impertinent*** » : ***« Libre à vous de dénoncer comme « une manœuvre intolérable » l'exercice d'un droit strict qui n'est qu'un effort nouveau d'organisation professionnelle et, en vous essayant à un mépris qui ne va pas à tout le monde, de désigner comme le « syndicat de M. Bourdon » la grande organisation professionnelle du journalisme français »*** [194] . La sentence syndicale tombe plus loin : ***« vous êtes un parasite de notre profession. Vous avez bien raison de vous défier de l'organisation syndicale. Elle est faite pour les journalistes, non pour les profiteurs du journalisme »*** [195] . Ce constat est aussi dressé par Denis Ruellan. Il explique en citant la fameuse insertion du SNJ ***« » Eh ! Bien, vous avez la carte : l'ORDRE DES JOURNALISTES EST CREE »***, que ***« le transfert sémantique de l'Ordre à la carte implique, nous le soulignons, une assertion totalement infondée : La carte d'identité n'est en rien, dans les textes, un instrument de police morale ; Elle ne fait que conférer légalement un statut social à une catégorie de travailleurs »*** [196] . L'argument de l'Ordre est donc bien une rhétorique qui vise, dans la stratégie syndicale, à identifier la création et l'attribution de la carte de presse avec le rôle du SNJ dont le travail de liminologue (séparer les amateurs des professionnels) a largement participé à induire, dans l'esprit des journalistes, une représentation du journaliste ***« digne de ce nom »***. Or, si en effet le processus de professionnalisation est validé par le statut légal et l'attribution de la carte, celui de la moralisation n'a jamais été clôt, et ce, en dépit des propos grandiloquents du SNJ sur la question. La frontière de la moralité, pour reprendre l'expression de Georges Bourdon, devient une dimension marginale et ambiguë, comme en témoigne la fréquence du débat au sein de la commission, entre 1936 et 1940. Selon Denis Ruellan ***« en quatre années d'activité, la dimension morale sera abordée quatre fois ou plutôt exprimée »***. L'auteur cite plus loin H. Simond (patron) et G. Bourdon (journaliste), à l'occasion de l'installation officielle de la

[192] Bourdon G., « Lettre à un impertinent », in *Le journaliste*, n°121, octobre, novembre 1937.

[193] *Idem*.

[194] *Idem*.

[195] *Idem*.

[196] Ruellan D., « L'invention de la carte de presse ou la fermeture de la frontière journalistique (1936-1940) ». L'identité professionnelle des journalistes, in *Actes du colloque de Strasbourg,* (sous la dir. de Michel Mathien et Rémy Rieffel), le 25 et 26 novembre 1994, Aphacom, CUEJ 1995, p 21.

Copyright PRODHOMME Magali et Université Lumière - Lyon 2 - 2003.Ce document est

commission, le 22 mai 1936, qui : ***«célèbrent à leur tour l'institution de la carte d'identité professionnelle, qui leur apparaît comme un instrument indispensable de la moralité et qui, attribuée à tous les journalistes réellement professionnels, hors de toute préoccupation politique, interdira désormais aux indésirables, et à tous les autres, de se donner comme professionnels*** ». Denis Ruellan commente : ***« on notera, dans cette phrase, certes le lien fait entre morale et professionnalisme, mais surtout l'ordre d'argumentation (l'instrument moral va permettre d'exclure et de reconnaître les seuls professionnels) et l'insistance à justifier la fermeture du territoire »*** [197]

Conclusion : la pensée éliasienne autour des processus évolutifs

La conjugaison des processus de professionnalisation et de moralisation a donc été portée à l'acmé sur la période 1918-1950 et a très largement servi la stratégie syndicale de l'unité professionnelle du SNJ. Les travaux respectifs de Denis Ruellan et de Christian Delporte en font d'ailleurs état, sans pour autant en faire l'articulation principale de leur analyse de la construction du groupe professionnel des journalistes. Pour le premier, c'est le marché du travail qui devient un point de vue par lequel il est possible d'objectiver le processus de professionnalisation, pour le second, ce sont les pratiques professionnelles et les formes de sociabilité et de solidarité en jeu qui guident la démarche scientifique. Notre ambition est de conjuguer ces recherches sous l'angle exclusif du processus de moralisation de la profession, processus que nous ferons remonter au XVIIIème siècle.

Nous prenons ici le risque de l'anachronisme avec l'économie générale de notre réflexion. Cela dit, notre objectif, dans cette première partie est de procéder à une génèse de l'appel à l'éthique ***« professionnelle*** » des journalistes et ce, dès ses premières figures. Nous avons été surpris de constater, à travers différentes lectures, que la profession à peine naissante, a toujours été confrontée à des catégories du bien faire et du mal faire. Nous pensons, par ailleurs, à l'instar de Denis Ruellan et de Christian Delporte, que les racines des composantes de l'identité journalistique, sont à chercher dans l'histoire du journalisme. Pour Christian Delporte ***« les questions sur la crise identitaire des journalistes des années 1990 trouvent leurs origines, et peut-être quelques-unes de leurs réponses, dans les temps, désormais lointains, où la profession se construisait*** » [198] . Quant à Denis Ruellan, convaincu que les groupes professionnels sont à étudier comme des ***« construits historiques »***, il souligne que ***« la prise en compte de l'historicité doit permettre de faire émerger le caractère séquentiel de la construction des groupes*** » [199] . S'il est vrai que le processus de professionnalisation s'est amorcé à la fin du XIXème siècle, celui de la moralisation, quoique éparpillé, a précédé cette période. Parler de ***« construits historiques*** », c'est d'emblée réfuter l'anachronisme et confier notre recherche à l'Histoire. C'est aussi

[197] Ruellan D., *op. cit*., 1995, p 25.

[198] Delporte C., *op. cit*., 1999, p 11.

[199] Ruellan D., *op. cit*., 1997, p 138.

protégé en vertu de la loi du droit d'auteur.

prendre le parti de dénoncer, avec Norbert Elias, le ***« repli sur le présent*** » et d'adopter une orientation systématiquement processuelle, pour reprendre sa terminologie [200]. Nathalie Heinich, dans un ouvrage consacré à la sociologie de Norbert Elias, explique que ***« dans une étude sur l'histoire de la profession navale (…) Elias montrait comment le statut de marin s'est professionnalisé à partir de la Renaissance, en rassemblant les qualités artisanales du navigateur expérimenté et les qualités militaires du gentilhomme portant les armes »***. L'auteure précise plus loin que ***« ce travail empirique est un autre exemple de la méthode éliasienne qui replace toujours la réflexion sociologique dans une perspective historique envisagée dans le long terme*** » [201]. Nous pensons que la dimension éthique de l'identité et de la pratique journalistiques relève d'un processus d'intériorisation des normes qui a débuté dès l'Ancien régime. Ce processus, entendu dans une acception éliasienne, a largement façonné la manière d'être et celle de faire du journalisme d'hier et d'aujourd'hui. Guidé par la sociologie configurationnelle de Norbert Elias et l'étude des processus d'intériorisation, de moralisation et professionnalisation, autrement dit de la dynamique des positions, notre réflexion vise à comprendre comment s'est progressivement installé le désir de reconnaissance de ceux qui faisaient de la rédaction de feuilles d'information, leur métier. ***« Apprendre à penser les configurations »***, souligne Nathalie Heinich ***« c'est raisonner non plus en termes d'individualités reliées les unes aux autres mais en termes de relations, forcément variables entre des positions définies par le système de ces relations »*** [202]. L'originalité de la pensée éliasienne réside d'une part dans l'usage du concept d'habitus et, d'autre part, dans celui de ***« configuration*** ». En effet pour le sociologue, qui fait apparaître le terme d'habitus dès 1939, dans son ouvrage ***«Uber den Prozess der Zivilisation »*** [203], il s'agit, grâce à ce concept, de fournir un moyen concret de contourner l'habituelle dichotomisation entre individu et société en montrant que l'habitus va des comportements les plus apparemment individualisés aux plus partagés par les autres membres d'un même groupe, dépositaires et acteurs d'une identité collective. L'intérêt ici, comme chez Bourdieu, est de mettre en évidence la dépendance de l'individu envers des comportements, à la fois, appris et propres au groupe d'appartenance.

Quant au concept de configuration, Norbert Elias explique, dans son ouvrage ***« Sport et civilisation : la violence maîtrisée*** », que ***« ce que nous désignons par « structures » lorsque nous considérons les gens en tant que sociétés sont des « configurations » lorsque nous les considérons en tant qu'individus »*** [204]. La notion

[200] La pensée éliasienne procède d'un raisonnement en termes de processus évolutifs, admettant des moments d'accélération et de régression, des avancées et des reculs, voire des superpositions d'états différents.

[201] Heinich N., *La sociologie de Norbert Elias*, Paris, La Découverte, coll. Repères, 2002, p 70.

[202] Heinich N., *op. cit*., p 92.

[203] Traduit en français par *La civilisation des mœurs*, Paris, Calmann-Lévy, 1991, 342 p.

[204] Elias N., *Sport et civilisation. La violence maîtrisée*, Paris, Fayard, 1994, p 212.

protégé en vertu de la loi du droit d'auteur.

désigne donc toute situation concrète d'interdépendance et s'applique aussi bien aux groupes relativement restreints qu'aux sociétés. Nathalie Heinich précise d'ailleurs que ***« le concept a été popularisé par Pierre Bourdieu, sous le terme de champ*** » [205]. Enfin notre référence à la pensée éliasienne et à ses concepts procède aussi d'un choix épistémologique. Résolument constructiviste et même nominaliste, Norbert Elias a toujours témoigné son attachement à la vérification empirique en adoptant, selon sa propre expression, la posture du ***« chasseur de mythes*** ». ***« Dans cette primauté accordée à l'observation du réel au détriment des idées générales et des opinions, il y a un véritable défi à la sociologie*** » conclut Nathalie Heinich [206]. Foin les spéculations théoriques et épistémologiques, selon Norbert Elias, seul le travail empirique permet la vérification des hypothèses. Indifférent aux frontières disciplinaires, le sociologue allemand a mis à disposition du chercheur des outils tout à fait originaux pour analyser toute dynamique de groupe présenté comme configurations et appréhendé dans le cadre d'un processus évolutif lequel est empirique et non pas théorique, réfutable et non pas axiomatique et surtout non assignable à une finalité.

Chapitre III : Approche historique du processus de moralisation de la profession de journalistes

Introduction : catégorisation du débat éthique

« Tout acte de naissance établit une filiation. Il existe un chemin d'accès aux origines, qui permet de retrouver les aïeux fondateurs et de recueillir leurs legs précieux. Plonger dans les profondeurs de l'Histoire, c'est aller retrouver dans le bas social les reliques enfouies du legs des pères » explique Anne-Marie Thiesse [207]. Nous tâcherons de repérer, dès la période du XVIIème siècle, l'existence d'un débat éthique (quelles sont les catégories qu'il revêt ?) en nous appuyant sur la réflexion durkheimienne, déjà citée plus haut [208]. Nous postulons que des règles « implicites » sont en jeu, puisqu'on en dénonce sans cesse les transgressions et que celles-ci, autre hypothèse, mettent le plus souvent en jeu des problèmes de frontières. Nous essayerons de catégoriser les interventions au débat portant sur l'éthique de la profession sous trois rubriques :

[205] Heinich N., *op. cit.*, p 91.

[206] *Ibid.*, p 117.

[207] Thiesse A.M., *La création des identités nationales. Europe XVIIIe-XXe siècle.*, Paris, Seuil, 1999, p 21.

[208] Durkheim E. cité par Bourdon J. : «*Ce qui définit l'éthique ce n'est pas un texte ou un code, mais d'abord le fait que lorsque certains actes sont commis, le sociologue peut observer un sentiment de réprobation qui, s'il n'empêche pas nécessairement la reproduction de l'acte, le marque comme non-éthique » op.cit.*, p 89.

Copyright PRODHOMME Magali et Université Lumière - Lyon 2 - 2003.Ce document est

- **Dénonciation externe** : la plus ancienne, la dénonciation externe émanait des gens de lettres (écrivains, philosophes, hommes de sciences et politiques de l'époque). Cette première catégorie s'insère dans un contexte politique et sociologique particulier qu'il s'agira d'analyser
- **Dénonciation interne** : elle est intervenue avec le développement de la presse et l'institutionnalisation progressive de la profession. Nous pourrons distinguer deux approches : téléologique et déontologique. Pour ne pas tomber dans des représentations stéréotypées du débat autour de l'éthique, nous consacrerons une large étude aux Associations de journalistes en nous référant, pour l'occasion, à l'analyse dressée par Marc Martin : ***« Le ralliement a été avant tout un phénomène politique, mais qui a été préparé dans la presse par un large mouvement de sociabilité au cours des années 80. Ce mouvement de sociabilité n'était pas qu'un reflet ou un effet d'un début d'évolution politique. Indépendamment des raisons sociologiques, de ce déracinement déjà évoqué, qui l'ont stimulé, il a des causes proprement professionnelles, plus précisément de déontologie professionnelle*** » ecrit-il [209] .
- **Codification** : cette dernière catégorie permet de dépasser la simple dénonciation et de synthétiser les codifications ou les préconisations dressées, notamment les nombreux projets qui ont pointé à l'issue de la seconde guerre mondiale. Elle nous permettra d'esquisser différents cadres dans lesquels la profession aurait puisé ses ***« nouvelles*** » références [210] .

I) La figure du journalisme pré-révolutionnaire : entre honnête homme et homme de vérité

1) Une éthique de la vérité par Théophraste Renaudot

Émile Gabel, éditeur du *Courrier véritable des Pays-Bas* donnait dans son premier numéro, paru le 28 août 1649, les éléments d'une morale professionnelle : ***« les choses y seront récitées brièvement et naïvement, sans affectation ni déguisement : vous n'y rencontrerez point des descriptions inutiles, ni des dénombrements superflus, qui ne servent qu'à multiplier les feuillets, moins encore ces exagérations de petites choses, ni ce rabaissement des plus grandes dont on abuse les peuples par une comparaison servile et une envieuse malignité. En un mot ce ne seront point des gazettes dont le nom et le procédé seront décriés. Voyez donc ces premiers discours de nostre courrier cependant qu'il vous en prépare de plus amples, plus exacts et plus ponctuels pour les semaines suivantes. Que si les bonnes intentions sont recondées et son travail favorisé, les honnestes gens en auront la satisfaction et les ennemis du repos public de la honte de la confusion*** » [211] . Selon Émile Gabel, ***« ce n'est pas d'aujourd'hui que l'on essaie de « moraliser » la profession »*** [212] .

L'éditeur hollandais prend pour exemple la bulle lancée contre les gazetiers par Grégoire

[209] Martin M. « La grande Famille : l'association des journalistes parisiens 1885-1939 », in *Revue Historique*, n°557, janvier-mars 1985, pp 151-152.

[210] Ces trois catégories ne sont pas étanches et peuvent, sur certaine période, se chevaucher. Cela dit, nous pensons qu'elles sont des catégories pertinentes de l'évolution du processus de moralisation de la profession.

[211] Gabel E. cité par Francis Schwarz, *op.cit.*, p 552.

Copyright PRODHOMME Magali et Université Lumière - Lyon 2 - 2003.Ce document est

XIII, pape de 1572 à 1585, pour les rappeler au respect de la religion et de l'ordre établi. En effet, l'autorité ecclésiastique de l'époque s'était émue de certains abus. Son prédécesseur, le Pape Sixte Quint, ***« appelait les nouvellistes – ces ancêtres des journalistes – des pestiferi uomini*** » [213]. Le clergé redoutait la capacité de nuisance de ceux qui écrivaient des feuillets. Un demi-siècle plus tard, le cardinal Richelieu et le roi Louis XIII avaient eux aussi pressenti l'immense pouvoir de la presse naissante et, sans doute, compris toute l'importance de disposer d'un organe de publicité. En 1631, inspiré par les gazettes vénitiennes et hollandaises, un ingénieux médecin met au service de la propagande du cardinal et du roi une publication, *La Gazette,* qu'il qualifiait déjà de ***« plus ordonnée et plus méthodique, plus véridique aussi »*** [214]. Paul Ginisty remarque que ***« ce souci de la vérité, fort altéré par les colporteurs de nouvelles, quand elle n'était pas travestie par les auteurs de pamphlets clandestins, le préoccupait fort »*** [215]. En effet, Théophraste Renaudot, que l'on a coutume de présenter comme le père du journalisme, a su parfaitement énoncer une véritable éthique du métier de gazetier. Cette éthique légitimait sa fonction d'information auprès du roi et de Richelieu, auprès de son public nobiliaire mais probablement aussi auprès de lui-même, soucieux qu'il était de conserver un moyen d'indépendance. Il précisa, à l'occasion d'un exposé à l'adresse du public, que ***« mes gazettes seront maintenues pour l'utilité qu'en reçoivent le public et les particuliers : le public, pour ce qu'elles empeschent plusieurs faux bruits qui servent souvent d'allumettes aux mouvements et séditions intestines ; les particuliers, chacuns d'eux ajustant volontiers ses affaires au modèle du temps*** » [216]. Déjà esquissa-t-il une fonction sociale de propagande et d'information des gazettes avec la volonté de distinguer ce qui relie et ce qui sépare l'histoire (fonction d'historien) et la gazette (fonction de gazetier). Selon Renaudot, nommé plus tard historiographe de France, ***« l'histoire est le récit des choses advenues ; la gazette, seulement le bruit qui en court. La première est tenue de dire toujours la vérité. La seconde fait assez si elle empesche de mentir. Et elle ne ment pas, mesme quand elle rapporte quelque nouvelle fauce qui luy a esté donnée pour véritable. Il n'y a donc que le seul mensonge qu'elle controuveroit à dessein qui la puisse rendre digne de blâme »*** [217]. C'est donc l'édification de toute une éthique de la vérité que mettait progressivement en place Théophraste Renaudot, vérité pas facile à atteindre au milieu de tant de nouvelles ***« escrites à la hâte*** ». Ce sont des nouvelles qu'il faut d'ailleurs contrôler : ***« En une seule chose ne céderai-je à personne, en la recherche de la vérité, de laquelle néantmoins je ne me feray pas garand. Estant malaisé qu'entre***

[212] *Idem*.

[213] Voyenne B, *Les journalistes français. D'où viennent-ils, qui sont-ils, que font-ils ?,* Paris, éditions du CFPJ, 1985, p 7.

[214] Ginisty P., *Anthologie du journalisme*. Du XVIIe siècle à nos jours, Paris, Librairie Delagrave, 1922, pp.2-3.

[215] *Idem*.

[216] *Idem*.

[217] Renaudot T. *La Gazette, Relations des nouvelles du monde recues tout le mois de mars 1632*.

protégé en vertu de la loi du droit d'auteur.

cinq cens nouvelles escrites à la haste d'un climat à l'autre, il n'en eschappe quelqu'une à nos correspondans qui merite d'estre corrigée par son père le temps » [218] . Théophraste Renaudot ne pratiquait pas l'argument commercial puisque le privilège de la Gazette était exclusif. Dès le mois de novembre de l'année 1631, un arrêt du Conseil du Roi spécifiait à cet égard que ***« quiconque porterait préjudice à Renaudot seroit puni de six mille livres d'amendes »*** [219] . Il lui arrivait même, selon Paul Ginisty, de ***« s'excuser de quelque erreur malgré sa bonne foi »*** [220] . Cette ligne de conduite corrobore une estampe contemporaine représentant ***« La Gazette sous la figure d'une femme, assise sur un trône –le futur quatrième pouvoir -. Ce trône a pour marches quantité de feuillets d'imprimerie. La Gazette fait tomber le masque du Mensonge. Elle est vêtue d'une robe toute parsemée d'oreilles*** » [221] souligne Paul Ginisty. C'est le triomphe de la vérité sinon son avènement qui est représenté. Cela dit, comme l'explique Gilles Feyel ***« pour ce qui regarde le monde des « journalistes » au sens premier du terme, il est évident qu'il y a concurrence sur le même marché entre l'écrivain ou l'homme de sciences et le journaliste, comme il pouvait y avoir concurrence dans le dévoilement de la vérité entre le pouvoir d'État et le gazetier »*** [222]

Si *La Gazette* fut le premier journal français, *Le Journal des Savants*, fondé en 1665, fut la première revue française. Il était consacré à des dissertations de littérature et de science. La profession de foi de son fondateur, Denis de Sallo, juriste de formation et janséniste convaincu, augurait, elle aussi, une certaine manière sinon d'être du moins de faire : ***« donner des extraits des livres, faire connaître le mérite des livres sans pourtant mêler une critique directe*** » [223] . Ici, l'éthique rejoint la prudence : être le plus près du texte proposé. C'est donc là aussi la recherche de vérité qui prime. Quelques sept années plus tard, ce fut la création du *Mercure Galant*, volume de petit format, comprenant trois cents pages, édité tous les trois mois d'abord, puis tous les mois. Mêlant faits-divers, articles littéraires et mondains, *Le Mercure Galant* devint plus tard *Le Mercure de France* et accrut son succès grâce aux ***« contes moraux*** » de Marmontel. Ce dernier, par la protection de Mme de Pompadour, en obtint le brevet en avril 1758 et rédigea lui aussi une profession de foi du journaliste : ***« (…) Dans la partie critique, l'homme estimable à qui je succède, sans oser prétendre à le remplacer, me laisse un exemple d'exactitude et de sagesse, de candeur et d'honnêteté, que je me fais une***

[218] Préface du recueil de *La Gazette*, 1631. Voir Albert P., « Renaudot et le journalisme », *Théophraste Renaudot. L'homme, le médecin, le journaliste, 1586-1986*, Cahiers de l'Institut français de Presse, n°1, septembre 1987, pp. 29-41.

[219] Ginisty P., *op. cit*., p 3.

[220] *Idem*.

[221] Ginisty P., *op. cit*., p 4.

[222] Feyel G., correspondance du 29 mai 2001.

[223] Feyel G., correspondance du 29 mai 2001.

protégé en vertu de la loi du droit d'auteur.

loi de suivre. Je me propose de parler aux gens de lettres le langage de la vérité, de la décence et de l'estime, et mon attention à relever les beautés de leurs ouvrages justifiera la liberté avec laquelle j'en observerai les défauts » [224] . L'ancêtre de la fameuse maxime de Beaumarchais ***« Sans la liberté de blâmer, il n'est pas d'éloge flatteur***», s'explique par le passage de la présentation des extraits supposés représenter véritablement le contenu total du livre, à la critique de moins en moins implicite de ce qu'il faut penser vraiment de tel ou tel contenu. En effet, ***« Le gazetier n'a plus la même fonction. Il n'est plus seulement l'homme de vérité, celui qui informe en célébrant les hauts faits guerriers de la noblesse, il peut désormais juger explicitement, distribuer des éloges et des blâmes. Contribuer explicitement à la formation de l'opinion. C'est déjà un journaliste pré-révolutionnaire*** » souligne Gilles Feyel [225] . Avec la multiplication des feuilles littéraires autour des années 1750, la critique est de plus en plus présente. ***« Assurément*** » note Daniel Mornet, ***« l'esprit cartésien, puis l'esprit expérimental, l'esprit de critique historique et même d'exégèse rationnelle pénètrent les journalistes plus ou moins profondément*** » [226] . On comprend, dans ces conditions l'image négative du ***« journaliste*** » chez les écrivains des Lumières. La concurrence de ceux qui apportent leurs ***« Lumières*** » à l'opinion va donner naissance, de la part des écrivains, à une méfiance exacerbée et à une critique sans détour de la profession. Elle sera qualifiée ***« d'ignorante, de frivole, de malsaine, de malhonnête, de vile, de vénale, etc.*** » et assimilée au ***« besoin de déraisonner réuni au besoin de nuire*** » [227] . Mais à qui nuit-elle vraiment ? Au pouvoir d'État ? Pas encore, puisque auteurs et imprimeurs de journaux ne pouvaient guère échapper aux sévérités du gouvernement s'ils s'aventuraient à lui déplaire [228] . En revanche, le journalisme, dont on ne cesse de soupçonner la manière de faire autant que la manière d'être, s'avise d'empiéter sur le terrain du jugement, de ce qu'il faut penser, terrain conquis de longue date par les hommes de lettres.

2) La querelle entre hommes de plume : le déni de la fonction critique du journalisme

A l'époque classique, le monde littéraire a, maintes fois, témoigné son hostilité à l'égard des journalistes, dont la première occurrence remonterait à 1705. Certains hommes de lettres considéraient alors le terrain de la pensée comme leur chasse gardée et se méfiaient de l'éthique de ceux qui font de l'écriture un moyen de subsistance. ***« Quand***

[224] Ginisty P., *op.cit.*, p 14.

[225] Feyel G., correspondance du 29 mai 2001.

[226] Mornet D., *Les origines intellectuelles de la révolution française. 1715-1787*, Paris, éditions Armand Colin, 1967, p 60.

[227] Delisles de Salles in « Essai sur le journalisme » cité par Wagner J., *Marmontel journaliste et le Mercure de France (1725-1761)*, PUG, 1975, p 18.

[228] Lire à ce propos : Ginisty P., *L'Anthologie du journaliste*, notamment le paragraphe concernant le sort réservé aux « gazetiers à la main » et autres « nouvellistes » par le roi Louis XIV, pp. 18-19.

Copyright PRODHOMME Magali et Université Lumière - Lyon 2 - 2003.Ce document est

est apparue, en France en 1665, la critique périodique du Journal des Savants, le monde intellectuel est passé soudainement de la féodalité – où l'on s'affrontait entre pairs – à l'âge du procès, où l'individu se mesure à des pouvoirs, à des groupes de pression qui le hissent au pinacle ou l'éreintent » explique Jean Sgard [229] . La pluralité des opinions aidant, la presse est devenue, en quarante ans, l'instance de toutes les critiques. Jean Sgard livre à cet égard le témoignage d'un savant du temps, Tanneguy Le Fèvre, professeur à l'Académie protestante de Saumur et en prise aux critiques du *Journal des savants.* Il note que ***« le Journal des savants s'étant permis de relever des fautes dans ses traductions, Le Fèvre s'insurge contre cet abus de pouvoir de celui qui, pour la première fois, il nomme un « journaliste »*** » [230] . Or évoquer le terme de journaliste n'est pas ici un hasard. Le Fèvre insista même en écrivant ***« vous me permettrez de dire journaliste, et non pas journalier, ainsi que volontiers vous direz Annalistes, mille fois plutôt qu'Annalier*** » [231] . A l'instant même où apparaît le terme de ***« journaliste*** », la fonction critique lui est donc contestée. Jean Sgard explique que ***« le public lettré voudrait que le journaliste apporte les preuves de sa compétence, qu'il justifie ses critères, qu'il agisse en savant équitable, ce qui visiblement est impossible »*** [232] . Pourtant, nombreux furent les gazetiers, à l'instar de Marmontel qui sut donner au métier de journaliste une dignité mal reconnue, à proposer aux gens de lettres de leur parler ***« le langage de la vérité*** » et à s'afficher comme ***« honnête*** » et ***« bienveillant*** », qualités qui leur sont totalement déniées.

La dénonciation externe a été, à cette époque précise, d'une extrême virulence. Parmi les plus illustres critiques, Voltaire, dans sa lettre philosophique 18, traita les journalistes ***« de canailles de la littérature »***. ***« Il plaçait la malheureuse espèce qui écrit pour vivre*** *» - cette* ***« lie du genre humain*** *» -* ***à un niveau social au-dessous de celui des prostituées »*** note Robert Darnton [233] . Le philosophe défendait par ailleurs ***« la noblesse des auteurs*** » et usa de cette rhétorique pour ***« faire progresser la cause de « sa classe » - les gens de lettres - unis par leurs valeurs, leurs intérêts, leurs ennemis communs pour former un nouveau groupe professionnel, un nouvel « État »*** », souligne l'auteur [234] . Voltaire, inspiré *par les Nouvelles Républiques des Lettres* d'Amsterdam, modèle, selon lui, ***« d'un journalisme érudit, critique et utile »***, écrivit en 1737 ***« Les conseils à un journaliste*** » publié dans *L'Encyclopédie* [235] . Il proposa une éthique de la pratique journalistique dont voici quelques extraits : ***« Soyez***

[229] Sgard J. » La critique est aisée », in « *Critiquer la critique* », textes réunis et présentés par Roux J.L., Ellug, 1994, p 15.

[230] Sgard J., *op. cit*., pp.16-17.

[231] *Idem*.

[232] *Idem*.

[233] Darnton R., *Bohème littéraire et révolution. Le monde des livres au XVIIIe siècle*, Hautes études. Paris, Gallimard/Le Seuil, mars 1983, p 18.

[234] Darnton R., *op. cit*., p 8.

 Copyright PRODHOMME Magali et Université Lumière - Lyon 2 - 2003.Ce document est

impartial » ; ***« vous vous gardez sans doute de suivre l'exemple de quelques écrivains périodiques, qui cherchent à rabaisser tous leurs contemporains, et à décourager les arts dont un bon journaliste doit être le soutien*** » ; ***« prouvez solidement ce que vous pensez et laissez au public le soin de prononcer »***, etc. [236] . Plus que des Conseils, Voltaire séparait, pour le journaliste, le bon grain de l'ivraie notamment en matière de ***« Comédie*** » ou de ***« Tragédie*** ». Ainsi, il énonçait : ***« quand les Français seront assez heureux pour qu'on leur donne une pièce telle que Le Glorieux, gardez-vous bien de vouloir rabaisser leur succès, sous prétexte que ce ne sont pas des comédies dans le goût de Molière*** » ou encore ***» Osez avouer avec courage que beaucoup de nos petites pièces, comme Le Grondeur, Le Galant Jardinier, La Pupille, Le double veuvage, l'Esprit de contradiction, La Coquette de Village, Le Florentin, etc. sont au-dessus de la plupart des petites pièces de Molière »*** [237] . Il en allait de même pour la Tragédie. Voltaire affichait aussi ses préférences : ***«Apprenez aux lecteurs que La Phèdre de Smith est une des plus belles pièces qu'on ait à Londres*** » ou encore ***« souvenez-vous que, quand je vous ai défié de me montrer, dans les tragiques de l'antiquité, des morceaux comparables à certains traits des pièces de Pierre Corneille, je dis de ses moins bonnes, vous avouâtes que c'était une chose impossible*** » [238] . Diderot s'est aussi exercé à la critique du journalisme et a livré, à son tour, quelques conseils dans son *Encyclopédie*. Non sans ironie, Diderot expliquait que ***« quelques-uns des journalistes donnent aussi le ton à la province ; on achète ou on laisse un livre d'après le bien ou le mal qu'ils en disent ; moyen sûr d'avoir dans sa bibliothèque presque tous les mauvais livres qui ont paru et qu'ils ont loués, et d'en avoir aucun des bons qu'ils ont déchirés »*** [239] . Ici, la fonction de critique est très clairement déniée aux journalistes. Diderot poursuivit en préconisant ***« il serait plus sûr de se conduire par une règle contraire, et de prendre tout ce qu'ils déprisent, et de rejeter tout ce qu'ils relèvent*** » [240] . La définition qu'il donna du journaliste révélait son mépris à l'égard de la jeune profession. Le journaliste est un ***« auteur qui s'occupe à publier des extraits et des jugements des ouvrages littéraires, des sciences et des arts, à mesure qu'ils paraissent ; d'où l'on voit qu'un homme de cette espèce ne ferait jamais rien, si les autres se reposaient. Il ne serait pourtant pas sans mérite, s'il avait les talents nécessaires pour la tâche qu'il s'est imposée. Il aurait à cœur les progrès de l'esprit***

[235] Le texte fut remanié en 1765 apprend-t-on dans *Le dictionnaire de la pensée de Voltaire par lui-même*, Versailles A. (textes choisis et édition établie par), éditions Complexes, 1994.

[236] Versailles A., *op. cit.*, pp. 666-676.

[237] Versailles A., *op. cit.*, p 669.

[238] Versailles A. op. cit., p 671. Voltaire ne fut pourtant pas irréprochable lorsqu'il pourvoyait nombre de nouvellistes en articles. Lire à ce propos le chapitre « Voltaire journaliste » in *Voltaire* de John Charpentier, Paris, Ed. Jules Tallandier, 1938, pp.175-196.

[239] Diderot D., *Encyclopédie ou dictionnaire raisonné des sciences, des arts et des métiers*, vol.2, Flammarion, 1986, p 199.

[240] *Idem*.

protégé en vertu de la loi du droit d'auteur.

humain, il aimerait la vérité et rapporterait tout à ces deux objets » [241] . Là encore, aucune mention de sa fonction critique n'est relevée. Il est évident que Voltaire et Diderot ne rassemblent pas à eux deux l'ensemble de la critique de la pratique journalistique de l'époque. Ils furent bien plus nombreux et parfois plus acerbes. Ceci dit, il était impossible pour les journalistes de l'époque de manquer cette critique tant elle fut appuyée et relayée par les érudits.

Le journaliste savait pourtant manier la plume et devenait, l'esprit critique aidant, un nouvel agent de la contestation, sans racine dans le passé du monde des lettres. Ils appartenaient, avec les philosophes inconnus, à la Bohème Littéraire de la République des Lettres, c'est-à-dire à ***« ceux qui ne connaissaient pas de principes et ne possédaient pas d'institutions formalisées comme les salons. C'était un monde d'individus flottants*** » explique Robert Darnton [242] . Or, ce prolétariat littéraire auquel appartenait de fait journalistes et gazetiers n'a eu de cesse de justifier sa pratique et de définir eux-mêmes, le but poursuivi : ***« il s'agit d'être impartial et vrai*** ». Pierre Rétat ajoute au commentaire ***« Souci affiché, et sans doute réel, d'exactitude, mais volonté quoique timide encore – le journaliste éprouve le besoin de se justifier – d'analyser l'événement*** » [243] . Si les critiques n'ont pas tari, alors même que la profession amorçait sa transformation dans le milieu du XVIIIème siècle, il faut sans doute en trouver l'origine dans le difficile partage du commerce des idées. La défiance qu'ont toujours entretenu, à tort ou à raison, les écrivains à l'égard des ***« journalistes*** » relève d'un problème qui dépasse la seule critique de l'incompétence journalistique. On pourrait même se risquer à comparer le problème à celui qu'a soulevé l'apparition de la photographie au milieu du XIXème siècle. En donnant pour référence le célèbre texte de Charles Baudelaire, extrait du Salon de 1859, Daniel Bougnoux explique comment la photographie, ***« nouveau média de masse peut faire craindre aux détenteurs attitrés de la reproduction par image, les peintres, une menace pour leur monopole »*** [244] . Si nous quittons le point de vue médiologique pour rejoindre celui de la sociologie des groupes professionnels, le constat reste identique. Le problème réside dans le monopole du champ sinon littéraire du moins culturel qui, jusqu'à l'apparition de la presse, est resté le domaine réservé de l'écrivain. Comme l'explique Alain Viala ***« dès ses débuts, la presse fut très largement affaire d'écrivains. Les liens étroits qui existent depuis entre la littérature et le journalisme ont là leur source. Son développement contribua à spécifier le champ littéraire, en séparant de plus en plus l'actualité politique, les sujets scientifiques et l'information littéraire*** » [245] . L'auteur souligne plus loin que ***« l'existence d'un champ littéraire créait la possibilité pour des individus de vivre en écrivains. C'est-à-dire***

[241] *Idem*.

[242] Darnton R., *op. cit*., p 21.

[243] Retat P., *Le journalisme d'ancien régime*, Lyon, PUL, 1982, p 142.

[244] Bougnoux, *op. cit*., 1993, p 630.

[245] Viala A., *Naissance de l'écrivain*, Paris, Les éditions de Minuit, coll. Le sens commun, 1985, p 132.

protégé en vertu de la loi du droit d'auteur.

que la littérature pouvait devenir une raison sociale (…) Pour autant, l'écriture ne faisait pas la base du statut social de tous : l'ambiguïté constitutive du premier champ littéraire se manifeste ainsi dans les diverses positions occupées par les écrivains » [246] . Pour opérer une distinction parmi les gens de lettres, les écrivains se donnent une fonction, celle de former l'esprit et le goût par des lectures de qualités, mais aussi une manière d'être, celle de l'honnête homme. Ceci dit, comme l'explique Alain Viala ***« aux yeux des honnêtes hommes qui composaient l'élite du public élargi, s'il était bon d'avoir des Lettres, il était mal venu d'en faire trop état »*** [247] . Or le prestige des écrivains se trouva rapidement menacé par ceux qui ont fait de la critique littéraire, leur métier. ***« Coincé entre l'humeur et le parti pris, le critique littéraire –forme naissante du journalisme - est mal dans son être*** », note Jean Sgard [248] . Pour parer la critique des écrivains et autres philosophes, le journaliste allait lui aussi afficher sa stratégie de distinction et puiser dans les registres existants. Le modèle dominant du champ culturel de l'époque et celui auquel il était de bonne augure de s'identifier était celle de l'honnête homme qui cultive la politesse et l'art de plaire. L'idéal d'honnêteté devint l'idéal social. Or ***« en se diffusant largement dans la noblesse et la bourgeoisie, le modèle de l'honnête homme échappait à l'emprise des écrivains qui l'avaient promu. Ceux-ci proposèrent alors une image de l'écrivain qui donne un superlatif de l'honnêteté : le « bel esprit*** » [249] . La trajectoire des écrivains a eu sans conteste une influence sur la manière dont les gazetiers et autres nouvellistes ont légitimé d'abord leur existence puis leur pratique. S'ils revendiquaient eux aussi la figure de l'honnête homme pour contrer un sentiment général de réprobation, ils construisirent aussi la figure de l'homme de vérité parce que sa fonction devait être la recherche de la vérité. Cette figure augurait déjà le journalisme du XIXème siècle puisque, comme le remarque Gilles Feyel : ***« La recherche de la vérité est demeurée, naturellement l'une des grandes exigences du métier, bien au-delà, avec le développement industriel de la grande presse d'information et le journaliste en est demeuré « un homme de vérité », celui qui indique la voie à suivre »*** [250] .

Ce processus de moralisation a servi de mode d'arbitrage, dans le champ culturel des XVIIe et XVIIIe siècles, au processus de légitimation de la profession naissante de journaliste. Celui-ci s'est peu à peu professionnalisé en s'inspirant de l'idéal d'honnêteté puis, en renforçant sa fonction critique, s'est affiché comme l'homme de la vérité.

II) La Révolution et la figure de « l'écrivain patriote » comme nouveau

[246] Viala A., *op. cit.*, p 178.

[247] *Ibid.*, p 270.

[248] Sgard. J, *op. cit.*, p18.

[249] Viala A.,*op. cit.*, p 148.

[250] Feyel G., correspondance du 29 mai 2001.

modèle journalistique

« La révolution venue, l'opposition entre les couches supérieures et les couches inférieures de la littérature allait disparaître. La bohème littéraire se souleva, abattit le « monde » et réquisitionna les postes qui donnaient pouvoir et prestige. Ce fut une révolution culturelle, qui créa une nouvelle élite et lui procura de nouvelles situations. Tandis que Suard, Marmontel et Morellet perdaient leurs revenus, Brissot, Carra, Gorsas, Manule, Mercier, Desmoulins, Prudhomme, Loustalot, et bien d'autres représentants l'ancien prolétariat littéraire menaient une vie nouvelle, ils étaient journalistes et bureaucrates » écrit Robert Darnton [251] . Le journaliste devenait un acteur primordial puisque ***« son nouveau rôle politique – le journaliste était désigné sous le terme « d'écrivain patriote » - n'avait plus rien à voir avec les littérateurs et les philosophes consacrés dans l'ancienne Républiques des lettres*** » explique Jean-Claude Bonnet [252] . Si Les figures de l'honnête homme et de l'homme de vérité sont maintenues, elles sont désormais subordonnées, le contexte de la Révolution aidant, au modèle idéal de ***« l'écrivain patriote*** » comme en témoigne l'éloge funèbre de Loustalot que dressa Camille Desmoulins : ***« Aujourd'hui, il fallait à l'écrivain périodique et la véracité de l'historien qui parle à la postérité et l'intrépidité de l'avocat qui attaque les hommes puissants et la sagesse du législateur qui règne sur ses contemporains*** » [253] . Mireille Jacob, dans un article qu'elle consacre à la presse et au pouvoir au début de la Révolution, observe, dans ***« les feuilles périodiques nouvelles qui paraissaient sans autorisation »***, que la plupart d'entre elles abondent de termes tels que ***« exactitude*** », ***« exactement*** », ***« exact*** », ***« vérité*** », ***« vrai*** », ***« impartial*** », ***« sincère*** » [254] . Or s'il est vrai qu'il s'agissait sans doute là d'un moyen d'éviter la censure, il n'en demeure pas moins qu'il perpétue la tradition d'un journalisme soucieux de véracité. L'auteure conclut dans notre sens en soulignant que ***« plus qu'une lutte pour la liberté, les revendications de la presse constituent un refus du despotisme. Son émancipation s'inscrit dans le sens de l'histoire (…) Aucune réglementation, de fait, ne s'avérera possible tant que la presse n'aura pas compris que pour assurer sa sauvegarde, elle devra créer sa propre déontologie. Et cela n'est peut-être pas un héritage moindre de la Révolution »*** [255] .

1) L'exigence de publicité comme nouveau principe éthique

La critique politique du journaliste s'institutionnalise peu à peu et avec elle le journalisme

[251] Darnton R., *op. cit*., p 33.

[252] Bonnet J.C., « les rôles du journaliste selon Camille Desmoulins », in *Le journalisme d'ancien régime,* Rétat P.*, op. cit.,* p 180.

[253] *Ibid*., p 181.

[254] Jacob M., « Presse et pouvoir au début de la Révolution », in *Le journalisme d'ancien régime,* Rétat P.*, op. cit.,* p 261.

[255] *Ibid*., p 266.

Copyright PRODHOMME Magali et Université Lumière - Lyon 2 - 2003.Ce document est

et ses principes professionnels. Aux exigences de vérité, de véracité et d'honnêteté s'ajoutent celles de la publicité, de la transparence, désormais érigées en principe éthique. Cyril Lemieux précise ***«qu'autant la convenance et l'étiquette, vertus par excellence de la société de cour, étaient dénigrées depuis le nouveau point de vue (comme feinte, dissimulation, hypocrisie) autant l'ordre nouveau qui s'érigeait réclamait, pour sa part, « l'austère franchise » dans les rapports sociaux (…) »*** [256] . La figure du ***« bon journaliste*** », hissée progressivement durant la période révolutionnaire, est aussi à l'image d'un autre phénomène, celui de l'émancipation du public désormais ***« apte à entretenir une relation de réelle bilatéralité et de réelle réciprocité avec les journalistes qui l'informent »*** [257] . Le journalisme est donc obligé de composer avec le public lequel, selon Arlette Farge, ***« vit –il le sait- entre le vrai et le faux, le possible et l'invérifiable. L'incertitude ressentie provoquée par les manipulations politiques et policières renforce le goût de savoir qui se nourrit de la dispersion contrastée des nouvelles*** » [258] .

2) De l'écrivain au journaliste « professionnel »

La Révolution a donc largement permis aux journalistes de s'intégrer non seulement dans l'espace politique mais aussi dans l'espace public. Il a toutefois fallu attendre le XIXe siècle pour que la profession prenne conscience de l'intérêt sinon de s'organiser du moins de s'unir mais aussi et surtout de se battre dans l'espace symbolique pour légitimer sa fonction de journaliste et non d'écrivain. Or l'imprécision qui sépare le champ journalistique du champ littéraire, en dépit de leur distinction progressive, a perduré jusqu'à la fin du XIXe siècle

Le sentiment de réprobation de la pratique journalistique, pour ne pas dire de dédain, a en effet persisté bien au-delà du XVIIIe siècle. ***« Tout au long du XIXe siècle, alors que beaucoup d'entre eux s'étaient déjà distingués, nous retrouvons les journalistes abreuvés d'injures*** » note Marc Martin [259] . La critique du journalisme devient encore plus virulente avec le développement des feuilles à un sou qui touchent un public populaire. Dès lors la presse est accusée de faire des ravages et ***« l'objectif des journalistes, qualifiés de malfaiteurs, est de gagner de l'argent en flattant les instincts mauvais, les passions honteuses*** » [260] . Il est précisé ***« qu'en journalisme, pour faire du bruit, on tuerait père et mère. En cas identique, les notaires se fussent adressées à leur chambre, les avocats au conseil de l'ordre »*** relève Michaël Palmer [261] . Dans de telles circonstances, il parut difficile aux journalistes de ne pas répondre aux

[256] Lemieux C., *op. cit*., 1992, p 12.

[257] *Ibid*., p 33.

[258] Farge A., *Dire et mal dire l'opinion. L'opinion publique au XVIIIe siècle*, Paris, Seuil, Février 1992, p 289.

[259] Martin M., *Médias et journalistes de la République*, Paris, Odile Jacob, avril 1997, p 7.

[260] Bautier R. et Cazenave E., *Les origines d'une conception moderne de la communication. Gouverner l'opinion au XIXe siècle*, PUG, 2000, p 87.

protégé en vertu de la loi du droit d'auteur.

critiques incessantes dont ils font les frais.

III) L'amorce du processus de professionnalisation

La première réponse à ses critiques a été politique, républicaine même, puisque s'est instauré, en juillet 1881, la loi sur la liberté de presse. Si elle a permis la liberté et l'indépendance progressive de la presse, elle ne garantissait pas la dignité de la profession, comme en témoigne cette remarque extrait du journal officiel de la chambre des députés daté du 28 janvier 1881 : ***« Parmi les journalistes, il y en a qui sans être de grands journalistes font honneur à leur profession ; mais il y en a d'autres qui remplacent les études, le talent par la violence, par l'éclat et la réclame : que voulez-vous y faire ? (…) La commission a cherché à étudier et finalement s'est aperçue qu'elle ne pouvait rien. Il n'est pas possible de faire quelque chose. Il n'est pas possible de faire la différence entre l'annonce loyale et l'annonce déloyale. Il n'est pas possible de faire la différence entre l'annonce prospectus et l'article qui se couvre de l'apparence de l'article politique*** » [262] . La profession est donc invitée, explicitement, à s'organiser du moins du point de vue de sa dignité professionnelle. Or, en effet, ***« à l'action émancipatrice des républicains correspond la mission d'éveil des consciences journalistiques*** » explique Christian Delporte [263] . La même année du vote de la loi, en 1881, s'est créé l'Association des journalistes Républicains. Elle témoignait déjà d'un certain ***« éveil des consciences journalistiques*** » et, la loi promulguée, renforçait la légitimité de sa pratique. Cette association, comme beaucoup après, était destinée à développer la solidarité entre les gens de presse. ***« Les associations de presse ont assuré avant tout, semble-t-il, la définition de l'identité du journaliste dans une période de grand essor et d'élargissement des rangs de la profession »*** souligne Marc Martin [264] . C'est le moment à partir duquel, dans le long processus de moralisation de la profession, la dénonciation externe, même si elle restait importante, céda peu à peu la place à une dénonciation interne de certaines pratiques journalistiques. En effet, le sentiment de réprobation qu'évoquait Durkheim émanait, cette fois-ci, des journalistes eux-mêmes, manifestement décidés à en découdre avec l'amateurisme comme en témoignait l'article de Jules Claretie à l'occasion de la création de l'Association des journalistes parisiens : ***« (…) Le journalisme a bien des ennemis. Il en a autant que de solliciteurs, ce qui n'est pas peu dire. Mais ce qui lui nuit surtout ce ne sont pas les journalistes de profession, ce sont les journalistes de rencontre, les journalistes qui ne journalisent pas (...)*** » [265] . Pour preuve encore, l'accès à cette

[261] Palmer M., *Des petits journaux aux grandes agences. Naissance du journalisme moderne*, Paris, éditions Aubier Montaigne, 1983, p 81.

[262] Lemieux C., *op. cit.*, 1992, p14.

[263] Delporte C., *op. cit.*, 1999, p 21.

[264] Martin M., *op. cit.*, 1986, p 132.

[265] Martin M., *op. cit.*, 1997, p 121.

protégé en vertu de la loi du droit d'auteur.

même association n'était pas libre : ***« il fallait que le journalisme constitue l'occupation habituelle et la principale profession du candidat qui devait avoir été attaché pendant plusieurs années à un ou plusieurs journaux ou revues politiques, économiques, littéraires, scientifiques ou artistiques paraissant à Paris »*** [266] . Outre ces critères professionnels qui amorçaient le processus de professionnalisation, il fallait aussi compter sur des critères d'ordre moral parmi lesquels ***« les qualités de sociabilité, l'art de savoir se faire estimer ou aimer*** » précise Marc Martin. L'auteur ajoute que ***« l'Association des journalistes parisiens a été la première à essayer d'imposer des règles de bonne conduite de part et d'autre du clivage politique principal (…) Chaque association était aussi le lieu où se constituait, notamment par référence aux confrères disparus, un code de bons comportements »*** [267] .

1) Les Associations de journalistes et la dignité professionnelle

La consultation des archives de l'IMEC et notamment celles des procès verbaux des associations de journalistes rendent difficilement compte d'un modèle ou d'un idéal journalistique. S'agissant de l'Association syndicale professionnelle des journalistes républicains français, fondée le 9 avril 1881, l'objectif principal est clair et présenté dès le 5 avril 1880, avant la promulgation de la loi sur la liberté de la presse : ***« Edgar Monteil, conseiller municipal de Paris, faisait imprimer à 10000 exemplaires et envoyait à tous les journaux la circulaire suivante : «(…) Je viens vous proposer de fonder une société républicaine de la presse française(…) Nous sommes isolés et déclassés. Pour être forts, il ne faut, parmi nous, ni intrus, ni faux frères*** » [268] . L'action de la société est déclinée autour de plusieurs points parmi lesquels ***« Se livrer à la propagande des ouvrages républicains ; Défendre les intérêts des rédacteurs contre les propriétaires de journaux et la dignité des rédacteurs le plus souvent congédiés d'une façon plus brutale qu'un domestique ; établir un tribunal arbitral toujours prêt à s'entremettre dans les conflits, à la demande des parties*** » [269] . La première séance datée du 5 juillet 1880 n'a pas entériné les statuts de l'association mais a proposé, d'une part, de modifier les conditions pour l'admission, et, d'autre part, de ***« viser uniquement l'association de secours mutuel »***. La séance du 10 juillet 1880 rappelait ***« qu'il est grand temps d'assurer par une représentation énergique la défense de notre dignité, de nos droits et nos intérêts, si souvent abandonnés par un syndicat sans homogénéité et sans vigueur*** » [270] . En 1881, l'association comptait 85 adhérents, puis 370 en 1882 et plus de 500 en 1883. Les rapports de séances

[266] Martin M., *op. cit*., 1986, p 132.

[267] Martin M., *op. cit*., 1986, p 152.

[268] IMEC, AJ (Association de journalistes), ASPJRF (association syndicale des journalistes républicains), PV, séance du 5 juillet 1880.

[269] IMEC, AJ, ASPJRF, PV, séance du 5 juillet 1880.

[270] IMEC, AJ, ASPJRF, PV, séance du 10 juillet 1880.

Copyright PRODHOMME Magali et Université Lumière - Lyon 2 - 2003.Ce document est

témoignent de la priorité de l'association : ***« La constante préoccupation de vos syndics, au cours de l'année qui s'achève, a été l'émission de notre loterie*** », loterie qui servait à alimenter les caisses de la société de secours mutuel [271] . Ou encore ***« Le grand fait, le fait capital, c'est la rentrée régulière des cotisations*** » [272] .

Nous avons trouvé la trace d'un modèle ou d'un idéal journalistique sous la seule rubrique nécrologique des rapports de séance, rubrique intitulée ***: « Nos morts, hommage aux services rendus à la cause républicaine »***. Nous avons répertorié un hommage à Paul Bert qui fut rédacteur à la *République française* : ***«Ce savant dont le nom restera à côté de celui des plus grands physiologistes de ce siècle, était un des nôtres. Il ne se borne pas à écrire dans les journaux pour faire connaître sa pensée quand une occasion plus ou moins pressante l'y invite. Non il fut un journaliste au sens complet du mot. Les feuilletons de la République française c'était encore de la science, et il y conserva jusqu'au bout le ton de la sereine impartialité qui est celui de la science. Là on peut juger de la redoutable précision de son esprit de la claire fermeté de son style, de la hauteur de ses vues, de la sagacité de son observation (…)*** » [273] . Les qualités du journaliste se confondent ici avec celles du savant et nous rapprochent de l'idéal de l'homme qualifié d'abord de ***« républicain*** » ***(« un des nôtres*** ») puis ***« de vérité*** ». Hormis ces quelques considérations quasi anecdotiques, il est difficile, à la lecture des rapports de séances de l'association, de dresser le portrait du journaliste digne de ce nom. Nous avons cherché, à travers les décisions rendues par le tribunal arbitral de l'association des journalistes républicains, auquel sont déférés tous les différends professionnels, à distinguer les éléments d'une dignité professionnelle. Notre quête fut vaine puisque, pour elle, la chose est entendue ainsi : ***« (…) Plusieurs fois, on a eu recours à notre arbitrage. Des confrères mis en cause dans des polémiques d'une certaine gravité nous ont priés de nous constituer en tribunal d'honneur et de se prononcer entre eux et leurs accusateurs. Après avoir entendu les parties, nous nous sommes déclarés incompétents afin de ne point compromettre la neutralité du syndicat de nos querelles politiques. Autant nous nous sommes résolus à couvrir l'honneur professionnel et privé de nos sociétaires, autant il nous paraîtrait dangereux d'intervenir dans les polémiques entre républicains*** » [274] . L'handicap du parti pris politique se révélait incontournable et augurait déjà des problèmes rencontrés plus tard par cette forme d'association, problèmes que n'a pas manqué de souligner, quelques années plus tard, le SNJ. Deux ans auparavant, le 4 avril 1884, l'idée de la création d'un ***« Conseil professionnel*** » fut lancée en même temps que celle d'un tribunal arbitral. Si ce dernier a réellement vu le jour, ***« la constitution d'un conseil professionnel chargé***

[271] IMEC, AJ, ASPJRF, PV, séance du 7 février 1886.

[272] IMEC, AJ, ASPJRF, PV, séance datée de 1890.

[273] IMEC, AJ, ASPJRF, PV, séance du 7 février 1886, rubrique nécrologique « nos morts », hommages rendus à la cause républicaine.

[274] IMEC, AJ, ASPJRF, PV, séance du 7 février 1886.

Copyright PRODHOMME Magali et Université Lumière - Lyon 2 - 2003.Ce document est

de résoudre les questions de dignité et d'honneur professionnel sur la base d'un accord préalable avec tous les autres syndicats ou associations de la presse » [275] a été un échec et n'a d'ailleurs donné lieu qu'à une explication pour le moins laconique ***« Quant au conseil professionnel, il n'a pu être constitué. Cette question est réservée*** » [276] .

2) L'idéal de l'homme de vérité soumis à des lectures politiques : l'affaire Dreyfus

Il est évident que les questions d'honneur professionnel et de dignité ont mobilisé les associations de journalistes à une époque où la loi leur donnait désormais une liberté d'expression jusqu'alors inégalée. Cela dit, comme l'observe Christian Delporte ***» les journalistes républicains, à l'image de leurs confrères des autres associations, ne conçoivent la question morale qu'au travers des conflits de personnes à l'intérieur de l'organisation. Le débat éthique est exclusivement perçu par le prisme de l'honneur*** » [277] . En effet, l'un des maîtres mots des associations de journalistes, quelles qu'elles soient, est, outre la solidarité, ***« la dignité professionnelle*** ». Celle-ci a émaillé sans cesse le discours des associations de journalistes, lesquelles, en dépit de leur influence, n'ont pas réussi à donner au processus de moralisation une dimension consensuelle. Seul l'idéal de l'homme de vérité a perduré mais avec des lectures, selon les obédiences religieuses ou politiques et les positions sociales, aux géométries variables. Cette dispersion a d'ailleurs éclaté au grand jour à l'occasion de l'affaire Dreyfus qui donna lieu à des productions idéologiques tous azimuts. Dans ce débat aux enjeux éthiques, les nationalistes, les républicains, les monarchistes, les catholiques ou anticléricaux, les bourgeois et intellectuels, les journalistes et universitaires se divisèrent pour former, selon l'expression de Georges Clemenceau ***« cette pacifique révolte de l'esprit français*** » [278] . Or, comme le précise Michel Winock ***« les deux maîtres mots du combat intellectuel au cœur de l'affaire sont : justice et vérité. Les antidreyfusards leur opposent, à l'instar de Barrès, préservation sociale, défense de la nation, raison supérieure de l'État. Valeurs universalistes contre valeurs particularistes »*** [279] . En 1896, le comité des associations de la presse française, créé en 1887 mais ne fonctionnant réellement qu'en 1894, ne s'y est pas trompé. Son secrétaire général, Lucien Victor Meunier, tenta d'apaiser la crise à grands renforts de principes : ***« Mes chers confrères, la presse, en ce moment, traverse incontestablement une crise. A coup sûr, la profession que nous sommes fiers d'exercer, parce que nous avons conscience de l'exercer en toute probité, ne saurait être salie par le fait de***

[275] IMEC, AJ, APRD (association de la presse républicaine départementale), PV, séance du 4 avril 1884.

[276] IMEC, AJ, APRD, PV, séance du mercredi 11 février 1885.

[277] Delporte C., *op. cit*., 1999, p 173.

[278] Winock M., *Le siècle des intellectuels*, Paris, Seuil,1997, p 26.

[279] *Ibid*., pp. 30-31.

protégé en vertu de la loi du droit d'auteur.

quelques-uns ; mais que dans les circonstances présentes, il y a lieu, plus que jamais pour les journalistes honnêtes, de s'unir étroitement, fortement, cela est certain. Notre association est notre sauvegarde. Sa bonne réputation fait notre honneur à tous. Le comité ne faillira pas à son devoir. Cette carte de sociétaire, il faut qu'elle soit pour celui qui la porte, une pièce d'identité, oui mais surtout, un certificat d'honnêteté ». [280]

L'affaire Dreyfus, au-delà de son contenu éminemment idéologique, a laissé des traces du combat qu'elle a suscité. Les valeurs et principes qu'elle contribua à faire émerger, au premier rang desquels la justice et la vérité, ont largement façonné le journalisme du début du XXe siècle, celui que l'on s'apprête à désigner comme un ***« journaliste digne de ce nom ».*** C'est là aussi l'empreinte et l'héritage du journalisme du XIXe, par-delà le tournant du siècle, qu'ont laissé les associations de journalistes. Marc Martin explique à cet égard que ***« dans la mesure où les associations se proposaient d'encadrer la profession, de la valoriser et de la policer, d'en définir l'élite, elles ont pesé sur le journalisme »*** [281] .

Si l'exploration des archives de l'association de journalistes républicains et celles de l'association de la presse républicaine départementale témoignent d'un intérêt relatif pour les questions de dignité et d'honneur professionnels, il semble qu'il s'agissait surtout d'un discours visant à valoriser la pratique journalistique auprès de l'opinion publique, d'une part, et, d'autre part, à asseoir un processus de professionnalisation qui prônait l'unité autour d'un certain nombre de valeurs. Celles-ci, d'abord politiques, ont progressivement cédé la place à des valeurs professionnelles qui, la création de la première école française de journaliste aidant, ont permis l'esquisse d'un idéal journalistique : ***« Le bon et le vrai journaliste se distingue de l'amateur et de la brebis galeuse, par ses qualités professionnelles, ses aptitudes reconnues. En proclamant l'illégitimité d'une somme d'individus, jamais clairement établie, on atteste et on fonde la légitimité professionnelle de tous les autres, ceux dont la formation, l'expérience, la droiture morale forcent le respect »*** [282] .

Cela dit, la fragilité des références corporatives, les limites des intérêts communs entre patrons et journalistes vont ralentir le processus de moralisation et accélérer, au contraire, celui de la professionnalisation avec notamment pour conséquence ce que relève Marc Martin : ***«Même s'ils ont gagné en considération, les journalistes restent privés d'un élément essentiel de prestige social (…) ce qui s'exprime au travers ces images négatives, c'est, en définitive, l'amertume d'avoir perdu l'un des attributs principaux de la condition bourgeoise : l'homme honorable, le bourgeois, est maître de son temps. Le journaliste ne l'est plus car devenu salarié, de plus en plus souvent payé au mois, il en a vendu la maîtrise »*** [283] . L'ère du salariat a commencé et

[280] IMEC, AJP, CGAPF (Comité général des associations de la presse), PV, séance du 2 février 1896.

[281] Martin M., *op. cit*., 1986, p 136.

[282] Delporte C., *op. cit*., 1999, pp. 160-161.

[283] Martin M., *op. cit*., 1997, p 154.

protégé en vertu de la loi du droit d'auteur.

avec elle toute la question du journalisme moderne

Conclusion : L'éthique comme fondement de la légitimité journalistique

Le processus de moralisation des journalistes a été traversé par des périodes qui ont enrichi son parcours mais aussi par des personnages qui ont contribué à donner à la profession une dimension morale. Notre sociogenèse de l'émergence d'un débat éthique autour des pratiques journalistiques tend à montrer que, du gazetier au journaliste, la question éthicienne a joué un rôle fondamental dans la construction d'une identité professionnelle. Gilles Feyel est à cet égard catégorique ***« il apparaît déjà dans la longue histoire du « journalisme » que les questions d'éthique ont été constamment évoquées, et cela dès l'origine. Pour une raison profonde, « essentielle » : l'éthique, en tout cas en France, est alors le seul fondement « légitimant » de la fonction de gazetier ou du journaliste »*** [284] . Si nous faisons remonter avec d'autres le processus de professionnalisation des journalistes à la fin du XIXe siècle, celui de sa moralisation remonte, nous le pensons, au XVIIe siècle. Le gazetier, qui rédige des feuilles d'information puis, le journaliste, qui rédige des journaux, ont effet légitimé leur fonction, notamment critique, en puisant leurs valeurs chez les hommes de lettres, lesquels ne pardonnaient rien aux donneurs de leçons qui cédèrent à la faiblesse. Lorsque émerge sur la scène publique la génération des encyclopédistes, les journalistes littéraires qui veillaient jusqu'alors au respect scrupuleux des deux grandes puissances que sont l'église et l'État monarchique, ont eu à faire face à des critiques qui pointaient, outre leur incompétence, leur absence de dignité. Or, comme en témoignent les travaux d'élisabeth Badinter sur les passions intellectuelles de l'époque, ***« l'exigence de dignité, comme expression d'un nouvel orgueil de l'intellectuel, n'est pas seulement une revendication sociale et psychologique, c'est également une vertu morale*** » [285] et d'ajouter ***« l'honneur et la dignité ne s'entendent pas de même d'une génération et d'un milieu à l'autre. En dehors de toute question d'intérêt, faut-il servir son roi ou l'ignorer ? Privilégier la fidélité ou l'indépendance ?*** » [286] . Or, en la matière, le journaliste littéraire a fait son choix : il s'affiche, au grand dam des philosophes, comme l'homme de vérité et de critique c'est-à-dire comme un nouveau pouvoir d'opinion. Avec la Révolution, c'est l'avènement du journalisme d'opinion et le modèle de ***« l'écrivain patriote*** » qui dominèrent la scène. Il fallait se montrer honnête, être exact et impartial dans le rapport des faits, bref perpétuer l'idéal de l'homme de vérité et Cyril Lemieux de souligner ***« il n'y a pas de rébellion mais urgence de communication pour faire triompher la vérité »*** [287] . La figure de l'écrivain patriote qu'incarne le journalisme de la fin du XVIIIe siècle va se muer en journalisme de combat et d'opinion, celui qui, selon Léon Daudet, ***« doit être attentif aux coups qu'il porte et nullement à ceux qu'il reçoit*** » [288] . La recherche de la vérité est demeurée,

[284] Feyel G., correspondance du 29 mai 2001.

[285] Badinter E., *Les passions intellectuelles. Exigence de dignité (1751-1762),* Tome II, Paris, Fayard, 2002, p10. Voir aussi (du même auteur) : Les passions intellecutelles. Désir de gloire (1735-1751), Tome I, Paris, Fayard, 1999.

[286] *Ibid*., p 111.

Copyright PRODHOMME Magali et Université Lumière - Lyon 2 - 2003.Ce document est

naturellement, l'une des grandes exigences du métier, bien au-delà avec le développement industriel de la grande presse d'information. Or le pouvoir d'État supporta difficilement les hommes de vérité et d'opinion que sont devenus les journalistes politiques. La presse devient progressivement la voix de la nation, selon l'expression de Jules Simon, et l'opinion, la conscience générale, la morale publique. Cette évolution inéluctable impliqua à la fois l'établissement de gouvernements représentatifs mais aussi et surtout la liberté de la presse que consacra la loi du 29 juillet 1881. Les journalistes, conscients de leur capacité de nuire autant que des critiques dont ils firent l'objet, amorcèrent avec l'esquisse d'une identité, celle d'une dignité professionnelle.

Notre propos a été, ici, de montrer que l'histoire du journalisme a façonné un idéal de ce que doit être un journaliste par références aux écrivains et hommes de sciences des Lumières. Les gazetiers, puis ce que l'on a nommé ***« les journalistes de presse*** », ont puisé leurs principes dans l'exigence de dignité de la République des Lettres. Par couches successives, c'est toute une éthique, d'abord de la prudence puis de la vérité qui a progressivement légitimé la fonction naissante de journaliste. Ce ne fut pas, aussi, sans compter sur la naissance de l'opinion publique, nouveau matériau possible pour l'information, que les journalistes légitimèrent leur pratique et coupèrent le cordon qui les tenait dépendant du pouvoir.

Notre tentative de déployer le processus de moralisation voire d'éthicisation du journalisme, dès ses origines, en motifs discontinus autour desquels nous pouvons le voir faire irruption, ériger des principes et légitimer des modèles d'action, mériterait encore bien des développements. Nous n'avons pas cherché à construire autour de ce processus un quelconque discours de la globalité mais au contraire, en puisant dans de nombreuses recherches, à saisir quelques moments d'émergence où se manifestaient du sens. Les formes multiples d'énonciations de la dignité, de l'honneur, de la vérité…bref, d'une possible éthique, souvent agrippées sur l'instant, sur une tranche d'histoire, a en effet rendu notre travail difficile mais a néanmoins témoigné de réelles préoccupations éthiques. Celles-ci ne s'achèvent pas avec l'amorce du processus de professionnalisation mais vont devenir, au contraire, déterminantes notamment lors de la création consécutive du SNJ et du code d'honneur professionnel des journalistes. Nous laisserons cette période à laquelle nous avons déjà consacré de nombreux développements [289] pour nous intéresser à l'évolution du processus de moralisation après la seconde guerre mondiale.

IV) La purification éthique de la profession

[287] Lemieux C., *op. cit.*, 1992, p 9. Pour distinguer les pratiques journalistiques de l'époque, entre le journalisme d'assemblée, le gazetier, le journaliste de presse ou encore littéraire, lire Rétat P., *La Révolution du journal. 1788-1794*, Paris, édtions du CNRS, 1989 et l'article de Lemieux C., « la Révolution française et l'excellence journalistique au sens civique », in *Politix*, n°19, 1992, pp 31-36.

[288] Daudet L., *Bréviaire du journalisme*, Paris, Gallimard, 1936, p210.

[289] Voir l'analyse, ci-dessus, consacrée à cette période, pp 58-61.

 Copyright PRODHOMME Magali et Université Lumière - Lyon 2 - 2003.Ce document est

1) Retour sur « un Ordre des journalistes »

Si nous reprenons les catégories d'intervention au débat éthique de la profession de journaliste, constitutives de notre architecture d'analyse, la période qui a suivi la seconde guerre mondiale est celle qui a correspondu aux premières tentatives de codification. Après les dénonciations externes et internes, souvent conjuguées, sur les périodes du XVIIe, XVIIIe et XIXe siècles, celle du milieu du XXe augure un nouveau mouvement : la codification. Ce phénomène est naturellement la résultante des dénonciations externes et internes qui furent portée à l'acmé à l'issue de la seconde guerre mondiale. Marc Martin explique que ***« cette dénonciation a pour beaucoup en 1944 un caractère anticapitaliste, mais elle a aussi un caractère moral*** » [290] . La presse de la collaboration a été vécue comme une trahison : ***« l'appétit de l'argent et l'indifférence aux choses de la grandeur avaient opéré en même temps pour donner à la France, une presse qui, à de rares exceptions près, n'avaient d'autre but que de grandir la puissance de quelques-uns et d'autre effet que d'avilir la moralité de tous »***, écrit Albert Camus [291] . C'est donc la période dite de l'épuration de la presse, ***« celle d'une remise à l'ordre global de l'appareil de l'information*** » [292] qui s'amorça au sortir de la seconde guerre mondiale. C'est aussi une période de grande mutation pour le journalisme qui allait connaître lui aussi l'épuration des éléments considérés comme indignes. Alors même que dix ans auparavant, le SNJ criait victoire en titrant son bulletin ***« L'Ordre des journalistes est créé*** », il s'agissait justement de remettre de l'ordre dans le chaos de la Libération. Purifier la profession consistait moins à la professionnaliser qu'à la moraliser. Or ce fut le combat inachevé, et feint de l'être, du SNJ. Déjà, en 1936, la thèse de François Valentin, traitant du statut du journalisme, pointait les problèmes à venir. L'auteur soulignait en effet que ***« l'œuvre de demain consistera à garantir le statut moral, la dignité et la discipline intérieure de la profession*** » [293] . Le processus de moralisation que l'on croyait achevé avec l'instauration du statut du journaliste, la distribution de la carte de presse, mais aussi et surtout la charte du journaliste, s'est révélé être d'une étonnante actualité et stimulé par les événements malheureux de la seconde guerre mondiale. S'il suffit pour purifier la presse collaborationniste de mettre sous séquestre ses biens, les mettre à la disposition des journaux autorisés et d'édicter l'ordonnance du 26 août 1944 pour rompre définitivement les liens dénoncés entre la presse et l'argent, pour la profession, la chose est plus difficile, en dépit de l'ordonnance du 30 septembre 1944 [294] . L'épuration professionnelle, mise en marche dès l'été 1944, laissera place à une nouvelle population de journalistes, rajeunie et féminisée [295] . C'est sans aucun doute,

[290] Martin M., *op. cit*., 1997, p 285.

[291] Camus A., « Critique de la nouvelle presse », in *Albert Camus. Essais*, Gallimard/Calmann-Lévy, La Pléiade, édition établie et annotée par Quillot R. et Faucon L., 1965, p 263.

[292] Martin M., *op. cit*., 1997, p 284.

[293] Valentin F. ; « Un essai d'organisation professionnelle par voie législative. Le statut des journalistes », Thèse de droit, Nancy, Berger-Levrault, 1936, p 127.

protégé en vertu de la loi du droit d'auteur.

comme l'affirme Francisque Gay, ancien directeur de *L'Aube* : ***« une opportunité unique de ne rien laisser subsister de ce qui, du passé, pourrait gêner la construction d'un nouvel édifice »*** [296] .

2) 1945-1950 : L'échec de la clôture du processus de moralisation

La première vague d'épuration professionnelle fut un échec et donna lieu, via l'ordonnance du 2 mars 1945, à la transformation de la commission de la carte en organisme d'épuration professionnelle. C'est sous sa houlette que furent éconduits les journalistes collaborationnistes, soit près de ***« 687 journalistes sanctionnés*** », selon Christian Delporte [297] . La profession recouvrait progressivement une identité que l'on cherchait à fonder sur la morale et l'honneur, thèmes dominants des discours professionnels de l'époque. Les projets de chartes et autres codes furent nombreux et ***« sous-tendus par la faillite morale de la presse*** » [298] .

Dès le 9 octobre 1945, la commission exécutive de la FNPF adopta une ***« charte de la presse*** » qui énonçait les principes sur lesquels devait être ébauché un statut général de la presse. Quelques semaines plus tard, la FNPF élabora un projet intitulé ***« déclaration des droits et des devoirs de la presse libre*** », soumis à examen le 24 novembre 1945 par son président, Albert Bayet. Un an plus tard, Robert Brémond, alors directeur du *Progrès*, lançait un projet dans lequel il fit apparaître, à la section IV, un volet sur ***« des droits du lecteur et de l'honneur professionnel*** » et, à la section VII, un autre sur ***« la création d'une cour d'honneur de la presse*** ». Quelques temps plus tard, Robert Bichet, ancien ministre de l'information, esquissait un projet sur le statut des entreprises de presse. Celui-ci prévoyait, au titre IV et en particulier à l'article 123, une ***« chambre nationale de la presse chargée de représenter auprès des pouvoirs publics, les intérêts nationaux, professionnels et moraux d'ordre général de la presse, mais aussi de constituer une éventuelle cour d'honneur afin de sanctionner l'auteur d'une infraction morale susceptible d'entacher l'honneur de la profession »***. En octobre 1949, la FNPF n'ayant pas abouti dans ses précédents projets, proposa un nouveau projet, intitulé : ***« code des usages de la presse*** ». Ce code, destiné à assurer la discipline morale de la presse, visait aussi à instituer, en collaboration avec les journalistes, un conseil supérieur chargé de faire respecter les règles professionnelles. Pierre Henri Teitgen, alors ministre d'État chargé de l'information, reprend l'idée, un an plus tard, et propose un projet de loi portant institution d'un conseil supérieur de la presse et d'un conseil supérieur des journalistes [299] .

[294] Cette ordonnance a rendu obligatoire, pour exercer, la possession de la carte de presse.

[295] Dans un article qu'il consacre à cette question, l'historien souligne que « *les études dans ce domaine font cruellement défaut* », in « L'identité professionnelle des journalistes », *op. cit.*, 1994, p 61.

[296] Delporte C., *op. cit.*, 1999, p 383.

[297] *Ibid.*, p 396.

[298] *Ibid.*, p 423.

protégé en vertu de la loi du droit d'auteur.

Si ces opérations, étalées sur les années 1946 à 1950, ont permis de redécouvrir le fondement de la liberté de la presse et son corollaire, sa mission de service public, il n'en demeure pas moins qu'aucun de ces projets n'a abouti à son terme. La question de la moralisation de la presse et de ses acteurs est certes une préoccupation mais elle ne constitue pas une urgence. L'opportunité de clore le long processus de moralisation de la profession, en adoptant une position consensuelle que seule la période de la Libération rendait possible, n'a pas été saisie et ce, en dépit des multiples initiatives qu'ont lancé les principaux acteurs concernés.

3) Le modèle journalistique par Mauriac et Camus

élever la dignité de la profession fut en effet dans l'air du temps. Le renouveau et la mutation de la profession s'y prêtaient. Marc Martin relève que ***« 68 % des journalistes de 1945 ont moins de 45 ans, 53 % ont moins de 40 ans et près de 15 % moins de 20 ans*** » [300] . Le rajeunissement de la population de journalistes et la forte proportion de stagiaires (30 %) incitèrent à la création de la première école de journalistes placée sous la responsabilité conjointe des organisations professionnelles : le Centre de formation des journalistes (CFJ). Son objectif fut alors ***« non seulement d'améliorer la qualification de la profession, mais également de rénover en profondeur ses pratiques et son éthique, en se fondant sur les idées de la Résistance d'un journalisme responsable »*** [301] . D'autres encore participèrent à penser les nouvelles conditions morales dans lesquelles les pratiques journalistiques devaient désormais s'inscrire. ***« Depuis la Libération de Paris, deux voix dominent dans la presse quotidienne : celle de François Mauriac, au Figaro et celle d'Albert Camus à Combat »*** [302] note Michel Winock.

Le premier, issu de la bourgeoisie bordelaise, est considéré comme ***« le Balzac de la presse catholique »*** [303] . Il occupa dans la presse une place neuve et difficile. Neuve parce qu'il aspirait à ce que les choses changeassent, comme la plupart des figures révolutionnaires de l'époque, et difficile parce qu'il n'hésita pas à montrer du doigt les excès de l'épuration. Lucide, ce fut à travers de nombreux éditoriaux qu'il dénonça ***« tel petit journaliste qui, après avoir, en zone libre, papillonné de feuille en feuille, hésite un peu, flaire longuement le vent et se décide juste à temps pour collaborer aux derniers numéros d'un journal clandestin*** » [304] . Sa volonté de voir la profession

[299] Nous devons l'ensemble de ces informations à Schwarz F., *Les sociétés de rédacteurs en France ; actions et pensées d'un mouvement démocratique pour la presse quotidienne (des origines à nos jours),* thèse de doctorat, Bordeaux 3, 1991, pp.160-180.

[300] Martin M., *op. cit*., 1997, p 385.

[301] *Idem*.

[302] Winock M., *op. cit*., p 382.

[303] Grall X., *Mauriac Journaliste*, Quimperlé, édition Le bateau livre, 1994, avant-propos. Xavier Grall (1930-1981) fut écrivain, romancier et journaliste. Il est surtout connu comme un grand poète breton. Du journalisme Xavier Grall écrivait : « *c'est une passion qui balance entre l'intelligence et la sensibilité* ».

Copyright PRODHOMME Magali et Université Lumière - Lyon 2 - 2003.Ce document est

se moraliser ne fut certes pas aussi explicite que celle d'Albert Camus, mais il incarnait, lui aussi, ***« une sorte de magistère moral de la profession*** » [305]. Loin de croire à la vérité définitive, c'est à la foi et à l'honnêteté qu'il confiait ses articles. ***« Journaliste, il traite sa matière en moraliste (…) il apparaît dans cette époque troublée comme un témoin de la dignité de l'homme*** » précise Xavier Grall [306]. C'est dans ce modèle d'écriture et de conduite, que la jeune profession puisa aussi une partie de ses références. Xavier Grall le concède ***« nous sommes de ceux qui ne pourront jamais se détacher de ces êtres intenses. Prendre parti sans être partisan, être intense sans être aveugle, fraternel sans être sot, telles sont les qualités du journaliste véritable*** » [307].

La seconde figure de proue du journalisme de l'époque fut sans conteste Albert Camus ***« dont la jeune gloire remonte aux publications successives de l'Étranger et du Mythe de Sisyphe par Gallimard en 1942*** » [308]. Fils d'un ouvrier caviste et d'une femme de ménage illettrée, Albert Camus arriva au journalisme par défaut, sans pour autant renoncer à son œuvre d'écrivain. En France, il fit ses débuts au *Paris Soir* de Pierre Lazareff dès le mois de mars 1940. En 1943, il entra en contact avec la Résistance et devint rapidement le rédacteur en chef du journal *Combat*, l'un des organes les plus importants de la presse clandestine. A la Libération de Paris, *Combat* fait sortir son premier numéro au titre augural : ***« De la Résistance à la Révolution*** ». Michel Winock souligne alors que ***« De toute la presse Combat se distingue d'emblée. Pia (directeur) et Camus (rédacteur en chef) arrivent à en faire selon leurs vœux, un journal indépendant, ni partisan, ni stipendié, ni populaire, ni officieux. L'un des principaux apports de Camus à ce moment-là aura été son exigence d'un journalisme de haute tenue, fondé sur une déontologie*** » [309]. Ses écrits et autres éditoriaux en témoignent en effet. Sa ***« critique de la nouvelle presse*** » paru dans *Combat* le 31 août 1944 vient pondérer la ferveur du moment. Albert Camus en était conscient puisqu'il précisait : ***« je m'excuse de le dire au milieu de l'enthousiasme général, cela est peu de choses puisque tout reste à faire (…) C'est au moment où cette presse est en train de se faire, où elle va prendre son visage définitif qu'il importe qu'elle s'examine. Elle saura mieux ce qu'elle veut être et elle le deviendra*** » [310]. Une semaine plus tard, Albert Camus entreprit cette fois-ci la critique du journalisme dans une période où ***« l'on veut informer vite au lieu d'informer bien*** ». C'est toute une éthique de la profession,

[304] *Ibid*., p 46.

[305] Martin M., *op. cit*., 1997, p 385.

[306] Grall X., *op. cit*., p 93.

[307] *Idem*.

[308] Winock M., *op. cit*., p 402

[309] *Ibid*., p 206.

[310] Camus A., *op. cit*., p 264.

Copyright PRODHOMME Magali et Université Lumière - Lyon 2 - 2003.Ce document est

« quelques règles de conscience » [311] que l'aristocrate populaire esquissa. Il s'attarda d'abord sur le rôle du journaliste qui, selon lui, est ***« d'aider à la compréhension des nouvelles par un ensemble de remarques qui donnent leur portée exacte à des informations dont ni la source ni l'intention ne sont toujours évidentes »***. Il revient aussi aux journalistes ***« mieux renseignés que le public, de lui présenter, avec le maximum de réserves, des informations dont il connaît bien la précarité*** » [312] mais aussi ***« d'ajouter des exposés aussi clairs et précis que possible qui mettraient le public au fait de la technique de l'information*** » et enfin ***« de mettre en garde son sens critique au lieu de s'adresser à son esprit de facilité »*** [313] . Albert Camus concédait que la chose n'était pas aisée puisque « *de ce métier à la prétention ou à la sottise, il n'y a qu'un pas* » mais qu'il s'agissait d'une nécessité ***« de nous dire cela et de le dire en même temps à nos lecteurs pour qu'ils sachent que dans tout ce que nous écrivions, jour après jour, nous ne sommes pas oublieux du devoir de réflexion et de scrupule qui doit être celui de tous les journalistes »*** [314] .

Le plus grand respect qu'il portait au public et à son intelligence fut maintenue en dépit du dépérissement de la presse qu'il constata non sans regret. En août 1951, lors d'une interview qu'il accorda au journal *Caliban*, Albert Camus laissa transparaître son amertume : ***« Une société qui supporte d'être distraite par une presse déshonorée et par un millier d'amuseurs cyniques, décorés du nom d'artistes, court à l'esclavage malgré les protestations de ceux-là mêmes qui contribuent à sa dégradation »*** [315] . Lorsqu'on lui demande si la presse doit se refuser de diriger le public, sa réponse est sans appel possible : ***« En refusant, elle trahit. Quand les élites trahissent, les sociétés meurent. Dans ce cas, la consolation de notre société sera d'être la première à mourir ouvertement de bêtise et de vulgarité, aux applaudissements des journalistes policiers*** » [316] .

4) La question éthique au cœur des discours professionnels

L'entreprise de moralisation de la presse et des journalistes au sortir de la seconde guerre mondiale n'a que peu duré et n'a eu qu'une influence mineure sur la profession au détriment d'enjeux matériels. Dans les milieux professionnels, cet échec fut imputé au gouvernement accusé de mettre, dans le comité chargé de la déontologie des journalistes ***« un académicien, un premier président ou un juge, des gens complètement***

[311] *Ibid*., p 265.

[312] *Ibid*., p 266.

[313] *Ibid*., p 266.

[314] *Ibid*., pp.267-268.

[315] Camus A., « Une des plus belles professions que je connaisse », in textes complémentaires, *Albert Camus. Essais*, Gallimard/Calmann-Lévy, La Pléiade, édition établie et annotée par Quillot R. et Faucon L., 1965, p 1564.

[316] *Ibid*. p 1565.

protégé en vertu de la loi du droit d'auteur.

étrangers au journalisme » [317] **.** Cela dit, d'autres raisons furent aussi évoquées. Un extrait de l'assemblée générale de la fédération nationale des associations de la presse française, daté du 19 octobre 1963, apporte une toute autre explication qu'il aurait été impossible de soupçonner. Cette explication est livrée par Paul Marchandeau, président de la fédération et ancien président du syndicat des quotidiens régionaux, sous la forme d'une confidence qui en dit long sur l'état d'esprit des responsables de la presse de l'époque : ***« Quand j'étais président du syndicat des quotidiens régionaux, j'ai réclamé qu'on fasse un code du journalisme, comme cela existe en Suisse et dans beaucoup d'autres pays. J'ai réclamé qu'on fasse, comme dans ces pays, une sorte d'Ordre comme les médecins et les avocats. Je dois vous dire que je n'ai pas rencontré beaucoup d'intérêt. On s'est dit « qu'est-ce qu'il vient nous enquiquiner ce type là ». Et tout de même, vous avez de temps en temps certainement la même pensée que moi en ouvrant certains journaux parisiens. Vous dites : « si c'est cela le métier de journaliste alors ! Et je vois avec plaisir que ce que j'annonçais à la fédération de la presse est en train de se produire. J'ai dit : « vous êtes directeurs, c'est à vous de faire cela, c'est à vous qui prêchez pour la morale de faire preuve de moralité*** » [318] . La confidence ne s'arrêta pas là et se précisa même au travers le récit d'une anecdote : ***«Je puis vous citer un petit mot du président de la fédération de la presse, Albert Bayet. Nous avons tenu congrès en 1949 à Rome. Nous étions à Tivoli, à la Villa d'Este, les femmes étaient venues en grand nombre et Bayet était là. Il dit à ma femme : « Est-ce que votre mari n'est pas un peu fou ? ». Ma femme qui me connaît lui répondit : « Bien sûr, il ne l'est pas qu'un peu ». Bayet lui dit : « Vous ne comprenez pas. Surtout ne le répétez pas, si c'était déformé dans cette capitale cela pourrait me porter tort. Nous ne sommes pas d'accord, vous pensez à une chose moi je pense à une autre, qui est un acte de folie : il s'est mis dans la tête de moraliser les directeurs de journaux, c'est la fin du monde »***. Paul Marchandeau conclut sur l'anecdote : ***« Je leur ai dit : « attention, un jour, ce seront les journalistes eux-mêmes qui feront ce code de déontologie »*** [319] . Plus loin, le président de la fédération en rajoute, dans le même sens : ***« Un jour, nous avons fait un congrès à Lille. Nous étions dans une salle de bistrot. L'ordre du jour s'appelait : « Création d'un code et d'un ordre des journalistes ». Je suis monté à la tribune. Tout le monde est parti. Alors, j'ai abrégé*** » [320] .

Ce qu'a laissé entendre Albert Camus, lors de son interview au journal *Caliban*, et qui devint une apostrophe fameuse : ***« la presse reflète exactement l'état d'esprit de ceux qui la font*** » [321] , se confirma au travers des débats qui émaillèrent les organisations

[317] ***IMEC, AJ, FNAPF (fédération nationale des associations de la presse française) PV, séance du 19 octobre 1963.***

[318] *Idem.*

[319] *Idem.*

[320] *Idem.*

[321] Albert Camus répondait ici à la question suivante : « *En tant que journaliste, pensez-vous que la presse d'aujourd'hui reflète, comme le prétendent ses partisans, l'état d'esprit du public lui-même ?* ».

protégé en vertu de la loi du droit d'auteur.

professionnelles de l'époque. Les propos de Paul Marchandeau sont loin de constituer une anecdote. Les enjeux qui s'exprimèrent à l'époque, autour des questions de déontologie, témoignaient déjà d'une volonté sinon professionnelle du moins patronale de maîtriser la représentation normative de la profession. M. Mitanchez, appelé à s'exprimer sur la commission déontologie de la Fédération nationale des associations et des syndicats de journalistes français, dont il avait la charge, souligna que : ***« Dès que la fédération a lancé cette affaire du code de déontologie, elle s'est dit que si nous ne le faisions pas quelqu'un le ferait à notre place. L'information par exemple. Ainsi, nous serions espionnés par un délégué spécial du ministre de l'Information qui viendrait à toutes nos réunions. De cela, nous ne voulons absolument pas, quel que soit le gouvernement au pouvoir »*** [322] . La méfiance portait alors sur les projets gouvernementaux d'édifier non pas tant un code mais une sorte de cour suprême du journalisme. Cela dit, outre cette méfiance à l'égard du gouvernement, il s'exprimait aussi diverses craintes liées à la condition salariale du journaliste mais aussi ***« aux prétendus journalistes qui n'ont rien à faire dans notre métier »*** [323] . Les vieux démons de l'amateurisme revinrent et avec eux la réticence des patrons à voir s'instituer un code de déontologie. Mahieu, représentant les journaux de province, expliqua à Mitanchez, non sans lucidité : ***« la province dit qu'il est impensable que nous fassions un code de déontologie. Nous sommes des salariés qui dépendons du rédacteur en chef et du directeur général et nous ne sommes payés qu'avec le produit de la publicité. Il y a donc des impératifs devant lesquels les directions sont obligées de s'incliner*** ». Et Mitanchez de rappeler la priorité ***« Il s'agit d'un code de déontologie professionnelle. Les pays voisins l'ont tous ; il n'y a que la France que ne l'ait pas. Mais cela implique l'accord des patrons. Par conséquent ce n'est pas demain qu'on l'aura. il faut que la fédération de la presse soit d'accord. Mais il ne faut pas laisser faire le code de déontologie sans nous. Le ministère à l'idée de le faire, si nous n'arrivons pas à le mettre sur pied*** » [324] . Or il est vrai que les projets de l'époque se sont succédés, comme nous avons pu le remarquer plus haut, et qu'ils émanaient, pour la plupart, soit du gouvernement soit de la fédération française de la presse. Cette dernière n'entendait pas se laisser sinon devancer du moins concurrencer par d'autres projets comme en témoignèrent les propos de Paul Marchandeau en guise d'introduction au discours de Gabriel Perreux, président de la fédération nationale des associations et des syndicats de journalistes français: ***« Il -Gabriel Perreux – vous entretiendra de l'activité bénéfique de la Fédération surtout en matière de déontologie. Il vous entretiendra aussi de « cette concurrence » de certaines associations, composées soit de journalistes, soit de journalistes sans cartes professionnelles, qui se sentent des vocations déontologiques depuis que la Fédération a mis en chantier son code d'honneur. Tous veulent être les premiers à élaborer ce code de journalisme, ce qui est très compréhensible en cette période préolympique »*** [325] . Gabriel Perreux, journaliste dans l'âme, dressait un constat lucide sur la situation. Deux dangers majeurs

[322] IMEC, AJ, FNAPF, PV, séance du 10 octobre 1964.

[323] *Idem*.

[324] *Idem*.

guettaient, selon lui, la profession de journalistes : D'une part que ***« le gouvernement s'intéresse un peu trop près à ces questions de déontologie »*** et, d'autre part, que ***« les directeurs veuillent accaparer ce code de déontologie de façon à brimer leurs employés, les rédacteurs*** » [326]. Sur ce dernier point, Gabriel Perreux a tenu à préciser sa position : ***« Vous savez très bien que la presse actuelle, c'est une entreprise, une industrie, un commerce qui gagne de l'argent, qui doit gagner de l'argent. Vous êtes les employés de ce commerce et vous devez obéir. Évidemment, si les patrons sont en majorité dans un conseil de presse, il est à craindre que vos intérêts ne soient pas sauvegardés. Mais les patrons ont peur de vous. Ils se disent : si les journalistes à eux seuls se donnent ce code de déontologie, il est à craindre que ce soient les journalistes qui l'emportent*** » [327].

Cette concurrence exacerbée autour des projets de représentation normative de la profession de journalistes soulevait un problème fondamental que la dispersion des points de vue n'a fait que creuser : l'absence d'unité professionnelle. Associations, syndicats de journalistes, syndicats patronaux, gouvernement, tous entendaient apporter leur pierre à l'édifice déontologique. Gabriel Perreux en était conscient : ***« La déontologie peut se faire à une condition : c'est qu'une certaine unité existe dans la profession*** » [328]. Or, l'usage d'un code d'honneur ou de déontologie n'est manifestement pas perçu de la même manière que l'on soit patron de presse, journalistes ou bien encore membre du gouvernement. Si les associations et les syndicats de journalistes trouvèrent un accord, ce ne fut pas du goût du patronat auquel il était demandé ***« de faire insérer des principes qui s'appliquassent également aux employeurs directeurs et au personnel salarié*** » [329]. L'objectif pour les associations et les syndicats, ces derniers étant seuls habilités à traiter avec le patronat, était le suivant : ***« pour que cette charte puisse avoir une valeur certaine et qu'elle ne soit pas imposée aux seuls journalistes, nous avons considéré – et les syndicats également – qu'il fallait qu'elle fût introduite dans la convention collective, c'est-à-dire qu'elle devint une loi en vertu de l'article 1134 du code civil : « une convention légalement formée à force de loi*** » [330]. Cette requête n'a jamais pu aboutir puisque trente ans plus tard, elle est encore une des revendications des syndicats de journalistes, notamment du SNJ et de l'USJ-CFDT.

Conclusion : le verrouillage du processus de moralisation par

[325] *Idem*. Paul Marchandeau, lorsqu'il évoque la concurrence de certaines associations, pensent notamment à celles des journalistes parlementaires et l'association des ministériels.

[326] *Idem*.

[327] *Idem*.

[328] *Idem*.

[329] IMEC, AJ, FNAPF, PV, séance du 29 mai 1965.

[330] *Idem*.

Copyright PRODHOMME Magali et Université Lumière - Lyon 2 - 2003.Ce document est

l'entreprise de presse

Au sortir de la seconde guerre mondiale, des réformes s'imposèrent à trois niveaux : celui des mœurs de la presse, celui des structures de l'entreprise et celui de la place de l'équipe rédactionnelle dans la gestion de l'information. S'agissant des structures de l'entreprise, la victoire de la liberté fut aussi celle du libéralisme économique. Certes l'ordonnance du 26 août 1944 a servi à condamner les liens entre la presse et l'argent, mais elle n'a pas empêché que la presse soit asservie, l'insuffisance des aides publiques aidant, aux lois du marché. L'argent s'imposa à nouveau et avec lui l'objectif de rentabilité. Dès lors, la question éthique, même si elle anima longuement la profession, ***« fut reléguée à un rang accessoire*** » note Christian Delporte [331] . La dispersion des projets, l'absence d'unité de la profession et la priorité patronale donnée à la rentabilité de leur industrie, contribuèrent inéluctablement à ruiner toute tentative de représentation normative consensuelle de la profession de journalistes. Le processus de moralisation de la profession s'est alors peu à peu confiné, à défaut d'accord, dans l'entreprise de presse devenue lieu par excellence de toutes références professionnelles. Ainsi, en dépit des efforts communs menés par les syndicats de journalistes français, qui ont ratifié *la Charte de Munich*, de l'instauration de sociétés de rédacteurs et d'un centre de formation du journalisme, aucune disposition légale n'a été rendue possible en matière de déontologie et d'éthique professionnelle des journalistes. L'unité professionnelle d'avant guerre, sur laquelle le SNJ s'est appuyé pour construire un statut du journaliste, n'a pas résisté à la période dite de l'épuration durant laquelle d'ailleurs le SNJ est mobilisé à gérer une scission. Le dispositif que le SNJ avait savamment construit et qui permettait aux journalistes de puiser leurs références professionnelles dans les cadres d'identification ***« Charte*** », ***« Carte »*** et ***« Syndicat*** », a volé en éclats et a cédé la place à de nouveaux cadres, cette fois-ci gérés par l'entreprise de presse. Appelé, en 1935, à s'identifier à une profession, le journaliste d'après guerre s'identifie au titre qui l'emploie. Le patronat l'a compris, l'éthique professionnelle est une ressource mobilisable pour la construction d'une nouvelle identité journalistique, laquelle était encore trop récente et pas suffisamment scellée dans les esprits. L'entreprise de presse que l'on s'est empressé de doter d'une morale voire d'une moralité devint alors le lieu dans lequel le journaliste puise à l'envie ses références professionnelles. C'est alors l'amorce de la période durant laquelle le processus de moralisation de la profession opère un repli sur les entreprises de presse lesquelles ont profité de l'absence d'unité professionnelle et de la dispersion des projets. Le journaliste d'après guerre, sonné par la période d'épuration, a manifestement comblé les imprécisions de son identité relatives aux conditions et aux lieux de son exercice en s'identifiant pleinement à une culture nouvelle que lui proposait l'entreprise.

Aujourd'hui encore, la reconnaissance d'une identité journalistique passe essentiellement par l'entreprise de presse qui a su verrouiller, à son profit, le processus de moralisation de la profession. Les transferts d'identification, liés à la diversification des

[331] Delporte, «Journalistes français et morale professionnelle », in Almeida F (sous la dir. de), *La question médiatique*, Paris, éditions Seli Arlsan, p 33.

protégé en vertu de la loi du droit d'auteur.

savoir-faire professionnels, et la prolétarisation de la profession creusent le désarroi identitaire des journalistes exposés à une perte de repères fiables et durables. Dans cette zone d'incertitude s'est installé un débat permanent et doublement récurrent entre l'identité et l'éthique professionnelles des journalistes. Dans un article de la revue Hermès Jean-Marie Charon et Arnaud Mercier dressent le constat suivant ***« au sein même des entreprises de médias et dans leurs relations avec les divers intervenants au processus de création de l'information, le plus notable n'est pas l'emprise des journalistes mais au contraire leur situation croissante de dépossession, face à la prégnance des logiques de communication et des logiques économiques »*** [332] . Les deux auteurs défendent la thèse de la perte de pouvoir des journalistes soumis à la toute puissance des logiques d'entreprise. Dépossédé des postes à responsabilité et donc des choix stratégiques de l'entreprise, le journaliste est aussi conditionné à travailler dans le sens d'une éthique propre à l'entreprise et à sa culture. L'accaparement, par l'entreprise d'information, de la représentation normative est sans aucun doute le signe aussi d'une forme de dépossession. Or ce phénomène est accentué non seulement par l'évolution technologique, l'hétérogénéité des situations professionnelles mais aussi par ***« la faible influence des sociétés de rédacteurs ou le mutisme des syndicats de journalistes face aux grandes manœuvres, restructurations des principaux groupes de médias, sans parler des questions relatives à l'éthique, dans ces nouveaux contextes professionnels*** » remarque Jean-Marie Charon et Arnaud Mercier [333] .

La prolifération des chartes maisons dans les entreprises de médias contribue à faire éclater en représentations pléthoriques l'idéal professionnel du journalisme et à restreindre la maîtrise du processus de moralisation de la profession aux frontières de l'entreprise. Cette dépossession avait pourtant fait l'objet, quarante ans auparavant, d'une mise en garde de la part de Gabriel Perreux qui rappelait, lors du banquet de l'association républicaine de journaliste, le 21 mai 1966 : ***« Je n'ai qu'un disque très usé à vous faire entendre : vous savez quelles sont mes préoccupations, il faut vous discipliner vous-mêmes car les exemples sont nombreux où il m'a été dit : si vous ne vous disciplinez pas vous-mêmes on vous disciplinera. Il faut également vous unir. Je n'ai jamais vu un pays comme le nôtre où les journalistes soient aussi divisés. Mais le jour où le Pouvoir ou une autorité quelconque viendra vous dire « je vous donne un bel uniforme », ce sera tant pis pour vous, vous aurez assez été prévenu*** » [334] .

La seconde partie de cette thèse s'attachera à présenter la place de l'éthique professionnelle dans les discours respectifs des syndicats de journalistes et des fédérations patronales. En effet, il nous semble important de poursuivre notre étude de l'évolution du processus de moralisation de la profession et d'envisager une généalogie critique de l'appel à l'éthique professionnelle, cette fois-ci, au sein des discours patronaux et syndicaux, pour en faire ressortir les ambiguïtés et les enjeux. L'intérêt d'une telle perspective de recherche réside dans la possibilité d'articuler les stratégies typiques de

[332] Déjà cité en introduction de notre thèse.

[333] *Ibid*., p 26.

[334] IMEC, AJ, FNAPF, au cours du banquet du 21 mai 1966.

protégé en vertu de la loi du droit d'auteur.

défense, imposition et renforcement de la légitimité du modèle argumentatif en fonction d'une typologie des cadres d'identification et d'éthicisation légitimés par les deux parties et repérables dans leurs discours respectifs. Il faudra donc interroger sérieusement l'éthique des journalistes, en tant que programme, comme appareil voire appareillage d'un nouveau mode de pouvoir. En faire l'archéologie en somme comme l'aurait préconisé Michel Foucault.

Copyright PRODHOMME Magali et Université Lumière - Lyon 2 - 2003.Ce document est

Copyright PRODHOMME Magali et Université Lumière - Lyon 2 - 2003.Ce document est

Deuxième partie : Les manifestations de l'éthique professionnelle des journalistes dans les discours des organisations professionnelles

« Ce n'est pas la conscience de l'homme qui détermine sa manière d'être mais c'est au contraire sa manière d'être sociale qui détermine sa conscience » Karl Marx.

Chapitre IV : L'éthique professionnelle des journalistes d'origine syndicale

Introduction : contexte et positionnement de l'analyse discursive

La question de l'éthique des journalistes s'est trouvée depuis une dizaine d'années mise au centre de la réflexion sur le rôle de l'information et l'identité des journalistes, à la suite d'une série d'événements qui ont pour un temps altéré sérieusement la crédibilité des

protégé en vertu de la loi du droit d'auteur.

médias. Qu'il s'agisse du pseudo charnier de Timisoara, de la couverture discutable de la guerre du Golfe ou bien plus récemment de la responsabilité, pour un temps supposé, des paparazzi dans la mort de la princesse Diana, tous ces épisodes, qui demanderaient des analyses bien distinctes, ont eu un point commun : La question de l'éthique. Et comme pour combattre le discrédit ou le risque de discrédit qui pèse sur les médias, les organes d'information ont multiplié dans les dernières années des ***« codes*** » ou ***« des chartes*** » maison, ont institué des ***« médiateurs*** », etc., bref, ont tenté de se doter des instruments qui imposent la question de l'éthique comme centrale dans la profession. D'autant plus que les question du droit à l'image et des droits sur l'image ont été à l'origine de multiples actions en justice, le plus souvent au nom du respect de la personne et/ou de la vie privée.

La tendance actuelle, déjà perceptible auparavant, pousse désormais l'appareil médiatique à s'auto-critiquer : ***« Aujourd'hui, en effet, c'est en temps réel qu'on s'interroge sur les dérives, les insuffisances, les conformismes ou les ratages imputables aux médias*** », souligne Jean-Claude Guillebaud [335] . Le sociologue, qui qualifie plus loin le phénomène de ***« régulation déontologique en continu*** », note toutefois la difficulté voire l'incapacité des médias à s'observer du ***« dedans*** ». Cette incapacité conduit l'auteur à solliciter une instance d'appel, un regard extérieur et critique à l'appareil médiatique. Cela dit, il remarque, en guise de conclusion, ***« qu'à ce stade, on est déjà, savez-vous, dans la théorie des pouvoirs*** » [336] . En 1992, ce même auteur précisait déjà que ***« le débat sur la crise des médias est gâté davantage qu'un autre sans doute par la dispute corporatiste, la feinte politique et la prudence électorale*** » [337] .

C'est dans ce contexte précis, où crise, conflit, dérives et jeux de pouvoir se mêlent, que notre analyse s'insère. Dans notre première partie, nous avons déjà posé au principe de notre recherche que la question de l'éthique est au cœur des débats qui, notamment depuis le début du siècle, ont cherché à légitimer la profession de journaliste. Sauf qu'il n'est plus question d'honneur, mais d'éthique, justement, que ce ne sont plus les journalistes, mais les entreprises de presse, qui élaborent des codes et des chartes, et que la place accordée à la protection de la personne l'emporte aujourd'hui de beaucoup sur la fonction ***« politique*** » de l'information qui avait jusqu'alors prévalue. La méthode retenue diffère des travaux récents des historiens, notamment ceux de Christian Delporte, et des sociologues, notamment ceux de Denis Ruellan et de Cyril Lemieux, car elle met au centre de la recherche l'analyse des ***« représentations*** » i.e., au travers des discours produits par tous les acteurs sociaux impliqués directement, les significations et les valeurs recherchées et brandies pour légitimer le pouvoir de dire non pas le vrai ou le faux, mais le bien ou le mal-faire de ce métier. Il s'agit donc de mettre au jour, pour la profession, les significations qu'elle se donne à elle-même dans les discours qu'elle produit, que ce soit de la part des organisations syndicales, des entreprises ou de la

[335] Guillebaud J.C., chronique du supplément TéléObs, semaine du 4 octobre 2001.

[336] *Idem*.

[337] Guillebaud J.C., Lettre de Reporters sans frontières, mai 1992.

protégé en vertu de la loi du droit d'auteur.

justice, notamment celle de la chambre sociale de la cour de cassation.

L'objectif de l'analyse qui va suivre est de mettre à l'épreuve un certain nombre d'hypothèses articulées autour des enjeux de pouvoir. Ces hypothèses viendront questionner les différents discours constitutifs de notre corpus précisément sur la manière dont les corps intermédiaires de la profession de journalistes saisissent l'éthique en tant qu'objet du discours. Elles laissent subodorer, dans une approche résolument systémique, que d'une part les organisations syndicales et les fédérations patronales, en tant qu'adversaires d'abord sociaux puis discursifs, mettent en place des stratégies discursives de disqualification afin de récupérer le monopole de la représentation normative du groupe professionnel des journalistes, de ses pratiques et de favoriser l'assimilation d'une idéologie caractérisée par la rationalité syndicale et que, d'autre part, la question éthicienne s'insère dans une double dimension : politique (gérer l'espace éthique de la cité médiatique) et stratégique (se positionner notamment dans le paysage syndical) dès lors qu'elle fait l'objet d'une appropriation corporatiste qui conduit à diverses formes de revendication et aboutit à des rapports de force que nous qualifierons, en termes sémiotiques, de confrontation. Enfin, elle suppose que l'éthique professionnelle, en tant qu'élément du discours, sert de mode d'arbitrage aux jeux de pouvoir et d'instrument de positionnement des différents acteurs du système médiatique.

L'évidence voudrait nous conduire naturellement à poser que, dans tous conflits sociaux, qu'ils soient ou non guidés par des instances syndicales, s'instituent des jeux de pouvoir, des calculs d'intérêts, des valeurs sur lesquels l'action collective peut se mettre d'accord et se fonder. Dire cela, c'est faire fi du contexte dans lequel s'insère toute réflexion sur ***« les règles du jeu*** » pour reprendre l'expression de Jean-Daniel Reynaud qui préconise par ailleurs ***« une typologie des règles en fonction de leur objet »*** [338] . Or, en ce qui concerne notre étude, il nous faut souligner que l'objet dont nous traitons devrait, a priori, transcender les clivages au sein de la profession et la faire converger vers la même compétence, celle de l'éthique professionnelle. Sauf évidemment à considérer cette question dans un contexte qui est celui du recul des valeurs, desquelles s'amorceraient des revendications unifiantes, au profit des intérêts. C'est au cœur de cette indétermination, entre valeurs et intérêts, que notre questionnement prend place et qu'il oppose inéluctablement des acteurs aux prétentions opposées. La question de la représentation normative de la profession de journalistes implique donc que soit observé, dans le discours, les stratégies mises en œuvre pour désamorcer un conflit latent. C'est donc justement parce que ***« les actions collectives sont loin de se développer conformément à ce que ferait supposer une défense rationnelle des intérêts*** » [339] précise J.D Reynaud, que nous observerons, en amont, les discours qui sous-tendent ces actions.

I) De la matérialité discursive à la matérialité idéologique

[338] Reynaud J.D., *Les règles du jeu. L'action collective et la régulation sociale*, Paris, Armand Colin, 1989, p 76.

[339] *Ibid*., p 65.

Copyright PRODHOMME Magali et Université Lumière - Lyon 2 - 2003.Ce document est

1) Vers une typologie du discours syndical ?

Avant d'entreprendre notre étude, il nous est apparu pertinent de souligner qu'il s'agit de ***« discours syndicaux »*** qui ont fait, en tant que tels, l'objet d'un certain nombre de recherches. Nous pensons notamment aux études proposées par le *groupe de Saint-Cloud* et à celles exposées dans la revue *Langages* [340] . Ces recherches, qui se sont appuyées sur deux méthodologies, l'une relevant de l'analyse de discours, l'autre de l'analyse lexicale, ont fait émerger des caractéristiques archétypes du discours syndical que nous exposerons sans pour autant adhérer à une ***« typologie prématurée*** ». En effet, comme le rappelle L. Guespin, ***« ce qu'il faut catégoriser, c'est ce qui fait qu'un discours fonctionne, et non le jugement qu'on peut porter sur lui*** » [341] . Avant de dresser un bref inventaire des remarques d'ordre général qui se dégagent de ces travaux, nous nous intéresserons aux tendances liées aux différentes formes syndicales. Ces tendances nous permettront de positionner les quatre syndicats actants de journalistes sur l'échiquier des traditions qui les inspirent :

CGT (SNJ-CGT) et CGT-FO (SGJ-FO)	Tendance « révolutionnaire » Vers un syndicalisme de lutte des classes, anticapitaliste
CFDT (USJ-CFDT) et CFTC (SJ-CFTC)	Tendance réformiste Vers un syndicalisme paritaire et contractualiste
SNJ	Autonome, réformiste dans le strict champ professionnel

Notons que le SNJ, organisation autonome aux côtés des grandes confédérations représentatives, inscrirait plutôt son action et ses revendications dans la tendance réformiste.

Par ailleurs, nous posons une distinction entre deux formes de syndicalisme : le syndicalisme d'industrie et celui de métier. Dans une approche dialectique chère à Marx, le syndicalisme de métier correspond à ***« un développement caractérisé non par la spécialité productive du capital, mais par la qualification du travail humain*** » [342] . Cette distinction est intéressante car elle explique le glissement opéré entre des formes de revendication qui n'ont plus lieu d'être et d'autres, nouvelles, qui s'inscrivent en effet dans une phase déterminée de l'évolution des forces productives. Pourtant, Christian Thuderoz qui a étudié les textes de congrès syndicaux sur une longue période, souligne que ***« le modèle de régulation n'a pas subi de modifications majeures*** » [343] . Et

[340] Nous faisons précisément référence à « L'étude du vocabulaire confédéral des centrales ouvrières françaises » conduite par le groupe de Saint-Cloud. Ces travaux théoriques et pratiques sont menés dans les domaines de lexicométrie, de statistique textuelle et de linguistique de corpus. La seconde étude, à laquelle nous faisons référence, a été publiée dans la revue *Langages* et concerne les niveaux de langues dans les discours patronal et syndical.

[341] Guespin L., « Discours patronal et discours syndical. Une tradition du discours », in *Langages* n°41, Larousse, 1976, p 9.

[342] Marx K. et Engels F., *Le syndicalisme. Théorie, organisation, activité*, Paris, Maspero, 1972, p 6.

 Copyright PRODHOMME Magali et Université Lumière - Lyon 2 - 2003.Ce document est

Jean-François Tétu d'expliquer : ***« il faut entendre ici que les modifications de l'organisation du travail (de l'entreprise taylorienne au management participatif) n'ont pas, sous le point de vue syndical, modifié le fait que l'entreprise est définie comme le lieu où les hommes travaillent au service de capitaux investis et qu'ils ne retirent qu'une part trop limitée de la richesse produite*** » [344] .

A) DIGNITÉ ET PRÉCARITÉ : APPROCHE DIALECTIQUE

Il en va de même pour le discours des syndicats de journalistes qui se fige dans un combat d'une éternelle actualité : lutter contre la précarité. En effet, si pendant des années, la profession s'est battue pour obtenir un statut légal, qu'a consacré la loi du 29 mars 1935, ***« la lutte contre la précarité de la profession journalistique*** » demeure depuis plus d'un siècle l'une des revendications immuables des journalistes, comme en témoignent les extraits des bulletins des Associations de journalistes de la fin du XIXe siècle et ceux issus du *Bulletin du syndicat de journalistes* (BSJ) des années 1920-1930, puis plus tard, du bulletin ***« Le Journaliste*** » des années 2000.

L'Association syndicale professionnelle des journalistes républicains français stipule dans ses statuts que ***« l'action de la société vise à défendre les intérêts des rédacteurs contre les propriétaires de journaux et la dignité des rédacteurs, congédiés le plus souvent d'une façon plus brutale qu'un domestique*** » [345] . Les bases d'une société de secours mutuels sont jetées. Plus tard, le 8 février 1891, un extrait du rapport de séance rapportait que ***« par le syndicat professionnel nous défendons l'œuvre de la plume dans sa lutte quotidienne contre les difficultés qui l'assaillent. Par la caisse de retraite nous lui assurons le morceau de pain de ses vieux jours*** » [346] . En 1922, cette même Association s'inquiéta de voir, dans un rapport sur ***« le projet de contrat collectif des journaux »***, une disposition qui visait à fixer le minimum de salaire non en se basant sur le coût de la vie mais sur le tirage des journaux. Stéphane Lauzanne, auteur du rapport, a comparé les traitements des journalistes à ceux d'autres professions. Sa conclusion rejoint celle du BIT qualifiant, à l'époque, ***« la condition matérielle des journalistes français de « peu brillante*** » [347] . En dépit des bonnes volontés, ***« les directeurs de journaux ont refusé d'accepter, même de discuter, le projet de contrat collectif »*** [348] **,** précisait le procès verbal de séance. En 1924, le constat reste le même : ***« le journaliste, de nos jours, n'arrive pas à joindre les deux***

[343] Thuderoz C., *La boîte, le singe, le compagnon*., PUL/CNRS éditions, Lyon 1994, cité par Tétu J.F., « Les composantes du discours syndical. Analyse qualitative », rapport de recherche, juin 1998, p.13.

[344] Tétu J.F., *op. cit*., p13.

[345] IMEC, AJ, ASJPR, séance du 5 avril 1880.

[346] IMEC, AJ, ASJPR, séance du 8 février 1891.

[347] Delporte C., *op. cit*., 1999, p.203.

[348] ***IMEC, AJ, ASJPR, séance du 31 mars 1922.***

protégé en vertu de la loi du droit d'auteur.

bouts qu'en fournissant de la copie un peu partout » [349] . Le n°34 du *Bulletin du Syndicat des journalistes*, mentionne, en mars 1926, que ***» l'état de journaliste en France ne comporte point de sécurité. Les traitements sauf exception y sont insuffisants. Pour aucun journaliste, il n'est de situation acquise. A mesure qu'il s'approche de la vieillesse, il sent grandir en lui, l'angoisse de vivre*** » [350] . Ce constat, jusqu'à l'établissement de la convention collective, le 23 novembre 1937, sera sans cesse rappelé dans le BSJ. En février 1938, la convention collective est dénoncée par la Fédération nationale des journaux français. La déclaration de guerre a provoqué dans la presse, comme dans la plupart des industries, un réflexe de restriction et d'économie. Les organisations directoriales, souligne l'article extrait du bulletin ***« Le Journaliste*** », ***« essaient d'imposer la plus arbitraire, la plus injuste et la plus simplistes des solutions en déclarant que la guerre était un cas de force majeure par lequel les entreprises de presse étaient dégagées de toute convention, contrat ou statut acquis à leur personnel*** » [351] . La guerre est donc aussi déclarée entre les deux protagonistes de la presse mais la réponse du SNJ ne se fait pas attendre : ***« Le SNJ est fermement décidé à profiter de la discussion nouvelle ainsi provoquée par l'initiative patronale pour défendre et améliorer au maximum les conditions de travail des journalistes, la garantie de leur dignité personnelle et celle de leur sécurité matérielle »*** [352] .

La recherche d'un compromis autour des principes d'une indemnité en cas de congédiement et d'un salaire minimum pour les journalistes professionnels a donc visé à limiter la précarité des journalistes. Pas simplement puisque, comme l'explique Christian Delporte ***« la valorisation du traitement s'impose désormais comme l'une des voies majeures du retour à la dignité et à l'honneur professionnel de l'écrivain libre devenu travailleur et salarié*** » [353] . En effet, avant même, que la profession soit reconnue par un statut***, « les journalistes sont las d'être traités comme les parents pauvres de la littérature »***, écrivait Georges Bourdon, en mai 1924 [354] .

Il convient, nous en sommes conscients, de ne pas confondre l'interprétation des faits passés avec la lecture des conjonctures présentes. Cela dit, des points communs subsistent dans les revendications comme en témoignent les propos qui vont suivre. En mai 2001, l'USJ-CFDT tient son congrès national à Lannion et fixe comme priorité ***« La lutte contre la précarité*** ». Un article de *Ouest-France*, en date du 7 mai 2001, rapporte

[349] Delporte C., *op. cit*., 1999, p 202.

[350] « La condition du journaliste », in BSJ, n°34, mars 1926.

[351] Valot S. « Quel sera le statut des journalistes en cas de mobilisation ? La fédération nationale des journaux français repousse en bloc toutes les suggestions du syndicat national », in *Le journaliste*, n°124, février 1938.

[352] *Idem*.

[353] Delporte C., *op. cit*., 1999, p 205.

[354] Bourdon G., « Les journalistes et le Conseil supérieur des Lettres. Correspondance instructive », in *BSJ*, n°23, mai 1924.

protégé en vertu de la loi du droit d'auteur.

les propos d'un des membres : ***« Aujourd'hui, notre profession est éclatée, on assiste à un mélange des genres, les pouvoirs publics et le patronat brouillant volontiers les frontières qui séparent les journalistes des communicants*** » [355] . Ici les coupables sont clairement désignés : ***« L'État et le patronat*** ». Plus loin, les délégués n'hésitent pas à ***« dénoncer la précarisation qui touche près de 25 % de la profession*** » [356] . Ce même syndicat, avait écrit dans son bulletin n°279, en avril 1994, ***« le combat syndical pour une pratique déontologique ne saurait être séparé des revendications en termes de conditions d'emploi, de travail et de rémunérations »*** [357] Rien ne se perd, rien ne se créé, tout se transforme… Par ailleurs, l'extrait d'un article du bulletin ***« Le Journaliste*** » montre à quel point les deux questions sont, aujourd'hui encore, consubstantielles : ***« Foutaises de journalistes parisiens que votre déontologie, il y a d'autres priorités aujourd'hui »***. ***« Il est largement temps que vous vous préoccupiez de déontologie, les syndicats du Beefsteak ont vécu*** ». *Ces deux réflexions d'adhérents, à peine caricaturales,* ***« encadrent*** *» la campagne lancée par notre syndicat. Elles accompagnent, en fait, notre quotidien depuis les deux ou trois derniers congrès où les préoccupations d'éthique ont largement tenu leur place dans nos débats* » [358] . Pourtant, à en croire l'analyse qui va suivre, les revendications syndicales relèvent plus des ***« syndicats du beefsteak*** » que des ***« foutaises de journalistes parisiens ».***

B) DISCOURS SYNDICAL VS DISCOURS PATRONAL : UNE RHÉTORIQUE DE LA DOMINATION

Les travaux de B.Gardin, exposés dans la revue *Langages,* portaient essentiellement sur une forme de syndicalisme idéologiquement et politiquement marquée et a permis à l'auteur de mettre en avant un certain nombre de traits linguistiquement pertinents du discours syndical.

B.Gardin note que ***« le discours syndical en tant que discours non dominant a pour fonction de casser les stéréotypes idéologiques : Les « comme on dit », et d'imposer à la place ses propres propositions et son propre vocabulaire »*** [359] . Son étude comparative (discours patronal vs discours syndical), de certains phénomènes de discours rapportés, a permis de l'attester. Il explique que ***« d'une manière générale, le discours syndical est « élaboré », puisqu'il lui faut à la fois déconstruire le discours patronal (ou même constituer le vrai discours patronal) et construire ses propres propositions*** *» et de conclure en notant que* ***« le discours syndical pose la problématique de la conquête du discours »*** [360] . Le groupe de Saint-Cloud qui se

[355] Kergosien C., « L'USJ-CFDT veut lutter contre la précarité », in *Ouest-France*, 7 mai 2001.

[356] *Idem*.

[357] *Journaliste CFDT*, n°279, avril 1994.

[358] *Le journaliste*, n°225, 1993.

[359] Gardin B ; *op. cit*., p 40.

réclame de l'analyse lexicale, a produit quant à lui un ouvrage intitulé ***« La parole syndicale – Étude du vocabulaire confédéral des centrales ouvrières françaises de 1971-1976 »***. Le contexte est clairement campé et se restreint à une période donnée. Néanmoins le groupe de travail dégage quelques remarques d'ordre général sur le discours syndical qui nous ont semblé intéressantes. Ainsi, il est spécifié que ***« le discours syndical s'élabore dans un milieu et à partir de préoccupations qui confèrent une spécificité propre. Sa permanence, son enracinement dans certaines traditions de la « masse parlante », ses rites mêmes ne sont pas insensibles ni aux fluctuations de surface, ni aux évolutions profondes. Ils en reproduisent les traces, peut-être atténuées, sans doute assimilées, à la fois incorporées aux héritages lexicaux et reflétant l'impact des mutations ressenties*** » [361] . Ici est mis en avant, implicitement, la perspective pragmatique de l'analyse du discours, telle que l'entend Dominique Maingueneau [362] , c'est-à-dire l'articulation entre énoncé et contexte. Nous verrons que ce constat est particulièrement applicable aux discours du SNJ, dont l'héritage lexical dépasse le seul cadre discursif du SNJ.

2) Les structures narratives des discours syndicaux

L'analyse narrative nous fait considérer un texte (ou un ensemble de textes) comme un ***« récit*** » qui comporte un ***« parcours narratif*** » dont il s'agit de dégager les structures sous-jacentes. L'étude qui suit s'est inspirée des modèles actantiels d'A. Greimas [363] qui pose comme unités de mesure, non plus les mots, mais des unités construites que sont les actants. Les actants de Greimas sont pluriels : le sujet de l'action, l'objet de valeur dont on cherche l'obtention, le destinateur au nom duquel l'action s'accomplit, le destinataire, sujet à qui s'adresse l'énoncé ou l'action.

A.-J. Greimas fait se succéder quatre phases constitutives du schéma narratif :

- **La manipulation** qui désigne la relation factitive (faire-faire) entre un destinateur qui fait-faire et un destinataire qui fait). Dans notre cas, il s'agit de la relation entre le syndicat de journalistes (destinateur) et le journaliste (destinataire)
- **La compétence** définissable, selon J.Courtès, comme ***« ce qui fait être*** » [364] . Elle

[360] *Ibid.*, pp. 40-41.

[361] Groupe de Saint-Cloud, *op. cit.*, pp.10-11.

[362] Lire à ce propos : Maingueneau D. *L'analyse de discours. Introduction aux lectures de l'archive*, Paris, Hachette supérieur, 1991.

[363] Greimas A. J., *Du sens II. Essais sémiotiques*, Paris, Seuil, 1983, pp.49-51. Pour appréhender l'univers de la sémiotique, lire Hénault A., *L'histoire de la sémiotique*, Paris, PUF, juillet 1992. Pour s'enquérir des outils conceptuels de la sémiotique greimasienne lire : Greimas A.J. et Courtès J., *Sémiotique. Dictionnaire raisonné de la théorie du langage*, Paris, Hachette Université, 1979.

[364] Courtès J., *Analyse sémiotique du discours. De l'énoncé à l'énonciation*, Paris, Hachette supérieur, 1991, p 102.

 Copyright PRODHOMME Magali et Université Lumière - Lyon 2 - 2003.Ce document est

s'identifie à l'ensemble de toutes les conditions nécessaires à la réalisation de la performance (vouloir-faire ; devoir-faire ; pouvoir-faire ; savoir-faire)

- **La performance** (la réalisation du sujet)
- **La sanction** se présente sous deux formes, rappelle J.Courtès : ***« la sanction dite pragmatique, qui porte sur le faire du sujet qui a réalisé la performance et la sanction dite cognitive qui ne porte plus sur le faire mais sur l'être »*** [365] .

Toute narration se présenterait sous la forme élémentaire suivante :

Attribution des compétences	Accomplissement des performances	Sanction
Vouloir faire +devoir faire (modalités virutalisantes) Savoir faire + pouvoir faire (modalités actualisantes) = instauration du sujet	/Être/ /Faire/ = réalisation du sujet (modalités réalisantes)	Pragmatique : jugement sur la réussite de la performance qui aboutit à la rétribution (récompense ou punition) Cognitive : jugement sur la véracité de l'accomplissement de la performance

Outre notre volonté de retrouver les schémas narratifs [366] qui sous-tendent les discours des syndicats de journalistes, notre objectif est aussi d'esquisser une sémiotique de l'action syndicale dont l'écheveau reste à démêler. A de rares exceptions près, s'il existe aujourd'hui une sémiotique du discours littéraire, poétique, religieux, scientifique, didactique, politique une sémiotique visuelle, musicale, du vivant, du geste, de l'espace, on ne dispose pas de sémiotique du discours syndical. La spécificité de notre travail est de confronter, au sein même de cette sémiotique de l'action syndicale, les catégories du ***« pouvoir*** » et celles du ***« devoir*** » car l'une et l'autre de ces catégories sont des modalités, dans une acception sémiotique, susceptibles de définir la position respective des fonctions des acteurs d'un récit quelconque, ici les syndicats de journalistes et les organisations patronales. Nous ne délaisserons par pour autant les autres modalités que sont celles du savoir et du vouloir.

S'agissant de notre corpus, nous nous trouvons en présence de plusieurs sujets collectifs (syndicats de journalistes ; organisations patronales ; les journalistes) qui s'interdéfinissent par la convergence consensuelle ou par la divergence conflictuelle des vouloirs, pouvoirs, devoirs et savoirs et donc par l'identité ou la différence des valeurs postulées. Mais avant d'en arriver à l'analyse des modalités, nous dégagerons les structures narratives constitutives des discours des différents syndicats de journalistes.

A) MATRICE DE LA NARRATIVITÉ SYNDICALE

La narrativité syndicale est à considérer, du point de vue sémiotique, comme un programme dont on peut distinguer deux niveaux : le programme narratif (PN) de base (qui concerne l'objectif final) et celui d'usage (qui est comme un moyen par rapport à

[365] *Ibid.*, p. 1304

[366] Les schémas narratifs des syndicats de journalistes seront donnés dans ce travail, partiellement, à l'appui de quelques extraits.

protégé en vertu de la loi du droit d'auteur.

l'objectif visé). S'agissant de notre corpus de discours syndicaux, il nous faut dresser un double constat : d'une part, plusieurs programmes d'usages (programme de légitimation, de manipulation, de séduction, voire de tentation, de responsabilisation ou encore de dénonciation) ont été mis à l'épreuve sur la période étudiée. D'autre part, le PN de base est loin de se cantonner à la défense des intérêts matériels et moraux de la profession, au nom duquel l'action syndicale se légitime. En effet, nous constaterons que le ou les programme(s) de base mis respectivement en œuvre dans les discours syndicaux, concernent, pour la plupart, le renforcement du syndicalisme libre et indépendant. L'éthique professionnelle, en tant qu'objet du discours, est alors une thématique qui se trouve à la croisée de plusieurs programmes d'usage. Elle est donc saisie indistinctement, parfois même axiologisée, et permet dans le cadre d'une opération de manipulation de faire progresser le destinataire, ici le journaliste, d'un état à un un autre, d'un faire à un autre. L'éthique professionnelle, en tant que thématique et soutien de l'édifice argumentatif, fonctionnerait tel un slogan publicitaire (discours de la séduction) qui viserait à rallier les journalistes à la cause syndicale. Or comme l'explique Jean-François Tétu ***« chaque monde (monde syndical vs monde managérial) s'appuie toujours sur une rhétorique, mais on sait bien que pour être valide, les arguments doivent reposer sur ce que L. Boltanski appelle « des arguments de générosité élevés »*** ». Et de préciser ***« C'est-à-dire que les arguments doivent être non seulement recevables par leur valeur propre, mais être incontestables parce qu'ils contiennent une validité universelle »*** [367] . L'éthique professionnelle, qui confine à la dignité, constitue avec les conditions de travail, un ***« des arguments de générosité élevés ».*** C'est d'ailleurs la raison pour laquelle les arguments de la dignité et de la précarité, en tant qu'ils touchent à l'épanouissement de l'individu, s'articulent très souvent ensemble dans les discours syndicaux. La complexité de notre travail d'analyse sémiotique tient à la fluidité de la notion d'éthique professionnelle et à sa transversalité du point de vue de la narrativité syndicale. Rarement PN de base, l'éthique professionnelle constitue plutôt un moyen qui sert la rhétorique syndicale centrée sur la manipulation. Or à l'évidence, les discours syndicaux tentent d'imposer l'inverse et présenter la question éthicienne comme une visée, un objectif dont il faut absolument, pour la dignité de la profession, s'acquitter. Selon donc que notre analyse se penche sur l'activité des sujets ou sur la circulation de l'objet ***« éthique*** » dans les discours, l'interprétation de la narrativité syndicale s'en trouve modifiée. Notre choix a été de combiner l'observation des deux en soulignant le fait que, s'agissant de notre corpus, la clôture du récit est, ici, inexistante. On ne peut en effet mettre en opposition le ***« manque initial*** » et la ***« liquidation du manque*** » tant la question de l'éthique est toujours recommencée. Rappelons, à l'appui de nos propos, la réserve de Joseph Courtès qui écrivait en préambule de son ouvrage sur l'analyse sémiotique du discours que : ***« quelle qu'elle soit, d'ailleurs, toute approche sémiotique ne peut être que modes : la quête du savoir y est toujours incertaine et les procédures mises en œuvre relèvent moins d'une démarche réellement scientifique, unanimement reconnue, que d'un bricolage plus ou moins assuré*** » [368]

[367] Tétu J.F., *op. cit.*, p 22.

[368] Courtès J., *op. cit.*, p 3.

protégé en vertu de la loi du droit d'auteur.

. Nous aurons tout de même à cœur de ***« bricoler*** » avec le souci de rendre compte non seulement des stratégies discursives mais aussi des logiques qui motivent ces stratégies.

B) CONFIGURATION DISCURSIVE DES SYNDICATS DE JOURNALISTES

Si nous reprenons, en les aménageant, les catégories de décomposition du récit applicables à toute organisation discursive, notre première interrogation porte sur l'identité du ***« héros*** » (terminologie proppienne), en tant que personnage central des discours. De manière insistante, il s'agit de celui que nous avons appelé le ***« destinataire*** » de la manipulation, c'est-à-dire le journaliste. Il est en effet actant de la narrativité syndicale dans la mesure où il est censé s'y comporter d'une certaine manière et est souvent défini par la même fonction : c'est un sujet opérateur (sujet du faire). Joseph Courtès explique que ***« l'on concevra les sujets de faire comme de simples agents opérateurs qui ont pour fonction d'exécuter des programmes de transferts d'objets*** »[369] . Le journaliste est donc censé désirer, ce qui est présenté comme désirable par les syndicats de journalistes : ***« l'indépendance de la profession*** » ; ***« l'unité professionnelle*** » ; ***« des conditions de travail dignes »*** ; ou encore ***« le respect de la liberté d'expression*** ». Cela étant, il est évident que ***« l'ordre*** » qui est transmis peut faire l'objet d'une acceptation ou d'un refus de la part du sujet. Le rôle des syndicats de journalistes est, ici, de signaler ce que l'on pourrait appeler un manque : manque d'unité professionnelle, d'indépendance, de conditions de travail dignes, de reconnaissance patronale, de moyens d'éviter les fautes professionnelles, etc. Ce manque est souvent présenté comme la résultante de ***« politiques*** » conduites par le patronat, considéré alors comme anti-sujet. Dès lors, les syndicats (compétence décisionnelle) vont doter les journalistes, en tant que sujets, de modalités qui leur permettront la quête ou la reconquête de l'objet de valeur (compétence exécutive). Pour l'acquérir, les journalistes devront fréquemment, si ce n'est toujours, affronter un anti-sujet au premier rang duquel ***« le patronat*** », défini par ses méfaits. Par ailleurs, les syndicats de journalistes vont aussi se positionner comme sujet de l'action en signalant aux journalistes leur pouvoir-faire. En d'autres termes, ils soumettent aux journalistes ***« un contrat*** », c'est-à-dire au sens sémiotique un devoir/vouloir-faire accompagné d'un contenu programmé de ce faire. Bref, les syndicats représentent les figures du destinateur, doublé souvent d'un adjuvant par la précision des armes dont ils munissent les journalistes. Les syndicats de journalistes se posent, en toute logique, comme sujet de l'action puisque, tous prétendent représenter mais surtout défendre les intérêts matériels et moraux de la profession. Cela dit, leur position respective diffère sur la définition de l'objet de valeur à conquérir, sur le type de programme narratif d'usage (de séduction, de responsabilisation, de délégation et de participation) et enfin sur la nature de l'action (lutte : réflexion, négociation, dénonciation, mobilisation). Nous en ferons le constat en analysant chacun des dispositifs mis en œuvre par les syndicats de journalistes.

Nous dégagerons pour chacun des discours, l'environnement discursif qui nimbe l'éthique professionnelle en tant qu'objet de valeur. Cet environnement se compose, outre des éléments qui relèvent de la configuration discursive telle que nous venons de la

[369] *Ibid*., p 98.

Copyright PRODHOMME Magali et Université Lumière - Lyon 2 - 2003.Ce document est

décrire, d'un certain nombre de thèmes autour desquels s'articulent les stratégies respectives des syndicats de journalistes. Ces thèmes seront répertoriés à l'issue de notre analyse et intégrés dans une réflexion globale sur les dispositions requises de la compétence éthique.

II) Le syndicat national des journalistes : « Qui mieux que le SNJ pourrait le faire ? »

La position historique qu'occupe le SNJ, notamment en matière de définition d'une éthique professionnelle, mérite que l'on s'y arrête. En effet, à sa création, le 10 mars 1918, le SNJ exprime sa volonté de discipliner la profession de journalistes et ainsi mieux gérer son organisation. L'article 3 des statuts du SNJ stipule que le syndicat est ***« l'organe agissant de la profession, il revendique pour elle, il a le souci de sauvegarder sa dignité, sa moralité, son bon renom*** » [370] . Il faut dire que le contexte se prête à de telles annonces. En effet, l'incrédulité que suscitent les journalistes après la grande Guerre, dont les dérives nombreuses contribuèrent à exhumer les sempiternels thèmes de l'amateurisme et du professionnalisme, est portée à l'acmé. Les membres fondateurs du SNJ en sont pleinement conscients. Le premier code des devoirs des journalistes apparaît donc comme une action qui vise à séparer le bon grain de l'ivraie, à baliser l'identité journalistique à l'aune du professionnalisme. Mais pas seulement. En effet, la Charte va être utilisée, par l'instance syndicale, comme une ligne de démarcation qui cerne le profil journalistique et va permettre aux journalistes en quête de professionnalité d'intérioriser, certes une logique d'interdits, mais aussi une figure du journalisme. Cette stratégie syndicale, qui a battu son plein jusqu'à la création du statut du journaliste, en mars 1935, n'avait pour d'autre but que de s'assurer le monopole de la gestion de l'espace professionnel du journaliste, comme Denis Ruellan l'a fort bien démontré. Au-delà de la déclaration des devoirs professionnels, cette stratégie sera efficace par les prises de positions systématiquement affirmées par le SNJ qui revendique seul, la compétence éthique. Après l'annonce d'un statut légal du journaliste, l'interaction entre professionnalisme et honneur, que le SNJ imposait comme dynamique discursive de l'organisation de la profession, s'estompe. La rhétorique d'un ***« journaliste digne de ce nom*** », en tant que première figure du professionnalisme, cède la place progressivement à celle que résume cette phrase extraite du bulletin *Le Journaliste* : ***« Qui n'a pas la carte d'identité ne peut être considéré comme journaliste*** » [371] . La ligne de démarcation du professionnalisme journalistique s'est donc déplacée au profit du statut et de son corollaire, la carte d'identité professionnelle des journalistes. L'honneur, la moralité, la dignité et le respect ne sont plus les figures du professionnalisme. Elles restent toutefois, à l'aune de la Charte révisée en 1938, un instrument utile pour légitimer, dans le devoir et non le savoir, le pouvoir du journaliste et positionner le SNJ, comme l'unique interlocuteur en matière d'honneur professionnel. Le verrouillage de l'espace éthique est ainsi assuré. Les publications actuelles du SNJ, comme nous allons pouvoir le

[370] *BSJ*, n°1, décembre 1918.

[371] *Le Journaliste*, n°120, 1937.

 Copyright PRODHOMME Magali et Université Lumière - Lyon 2 - 2003.Ce document est

constater, reprennent, en matière d'éthique professionnelle, la charte des devoirs du journaliste élaborée en 1918 et révisée en 1938, alors même que le SNJ a adopté, en 1971, la Charte dite de Munich. Ce constat traduit évidemment l'attachement des membres actuels du SNJ aux valeurs édictées voilà près de 85 ans. Or le véritable enjeu d'une éventuelle remise en cause de ces normes ne serait-il pas celui de la légitimité syndicale en matière de représentation normative de la profession de journaliste ?

Le SNJ, fidèle à son héritage, ne badine pas avec les questions de déontologie. Ce lien tiendrait même de la ***« consanguinité*** » [372] . En effet, dans ses discours, ses congrès, ses publications, le premier des syndicats de journalistes revient toujours sur la question de l'éthique professionnelle sans pour autant changer de rhétorique, que le syndicat résume ainsi : ***« Depuis sa création, le SNJ a agi souvent seul pour que la profession de journalistes s'entoure de références éthiques. C'est lui qui est à l'origine des textes majeurs de la profession »*** [373] . (souligné par nous)

Si le SNJ, dès sa création, a en effet tenu un discours qui se voulait rassembleur et exerçait son faire persuasif en pointant la nécessité de s'unir, au nom du célèbre aphorisme ***« l'union fait la force »***, il en est tout autrement aujourd'hui. Désormais chose acquise, l'unité professionnelle, contrairement au SGJ-FO, n'est plus une priorité et ne constitue plus une stratégie pour le SNJ. La solidarité est certes requise mais avec ce bémol qui en dit long sur la position que le SNJ entend assumer dans le paysage syndical : ***«Les vieux réflexes corporatifs et conservateurs d'une profession proclamant son droit universel à la critique mais prétendant échapper à toute mise en question, au nom d'une sorte de solidarité irréfléchie d'une famille, tout cela commence à se fissurer »*** [374] . Cette ***« fissure*** », évoquée par le SNJ, est une aubaine puisqu'elle constitue l'interstice dans lequel le SNJ va développer sa position,clairement énoncée dans ce même bulletin : ***« il s'agit de donner à notre profession, dans les faits et dans le droit, une dimension déontologique qui, formalisée, publique, reconnue par tous, fonderait sans contestations possibles les libertés particulières de l'exercice du métier. Il y a à engager un énorme travail de réflexion, de propositions, d'action. Qui mieux que le SNJ, premier et principal syndicat de journalistes, qui dès sa fondation a « parlé de déontologie » pourrait le faire ?*** » [375] (Souligné par nous). Le SNJ cherche à mobiliser en appelant les journalistes à considérer de manière faussement objective le rôle que peut assumer le syndicat pour donner à ***« notre*** » profession une dimension déontologique. Le SNJ, dès lors sujet opérateur, doté ici d'un savoir/vouloir-faire plus que d'un devoir faire, signale sans ambiguïté la voie à suivre et la nature de l'action qu'il entend engager et pour laquelle il est ***« qualifié*** » : ***« réflexion, propositions, action*** ». L'emploi du conditionnel ***« fonderait*** » donne une idée des conditions qui restent à remplir, mais aussi des objectifs à long terme que se fixe

[372] *Le journaliste*, n°225, 1993.

[373] *Idem*.

[374] *Le journaliste*, n°216, 1990.

[375] *Le journaliste*, n°216, 3e trimestre 1990.

protégé en vertu de la loi du droit d'auteur.

le syndicat des journalistes. Il signale aussi que sans la mobilisation des journalistes, cette fois-ci en tant qu'adjuvant, le SNJ ne peut mener à bien son action. Cette revendication n'est pas esseulée dans le discours du SNJ, mais nous paraît être tout à fait essentielle car elle souligne avec force le lien entre déontologie et pratique journalistique, l'une fondant l'autre, à défaut de toutes contraintes.

Le SNJ, en tant que sujet de l'action, ne saurait donc, bien entendu, être anti-sujet, c'est-à-dire faire son anti-promotion. Au contraire, le SNJ se positionne comme seul capable de défendre les intérêts moraux des journalistes car ***« c'est l'honneur du SNJ que d'en être le dépositaire et le défenseur »*** [376] . Cela dit, sa stratégie argumentative à l'égard de la communauté journalistique oscille entre plusieurs programmes d'usage qui sont ceux de la séduction, de la participation, de la responsabilisation voire de la délégation.

Certains messages visent en effet à décharger ostensiblement le journaliste de la quête de l'objet de valeur, comme nous l'avons vu ci-dessus. Le SNJ est le syndicat qui, mieux que quiconque, peut le faire. L'objet de valeur est bien défini à l'attention des journalistes (dignité professionnelle), mais c'est le SNJ qui se charge de ***« donner une dimension déontologique à la profession*** ». Il s'instaure donc entre les deux sujets destinateur et destinataire un rapport de délégation.

La stratégie de légitimation du discours du SNJ passe par une stratégie de persuasion qui vise à :

- Séduire la profession par l'héritage indubitable qu'incarne le syndicat présenté comme objet de convoitise. (le SNJ, premier et principal syndicats des journalistes)
- Responsabiliser la profession tout en assurant son soutien soit en tant que sujet de l'action, soit en tant qu'adjuvant. (participation + délégation).

Qu'il se pose comme sujet de l'action ou qu'il dote les journalistes d'un devoir-faire, le SNJ impose son autorité et donne, à ses revendications, une légitimité qu'il est difficile de contester. Il est intéressant de noter, à cet égard, que le SNJ distingue des niveaux d'intervention, de participation et de responsabilisation notamment à travers des indicateurs spatio-temporels.

1) Le discours du SNJ au nom de la tradition

Pour renforcer sa légitimité auprès de la communauté journalistique, le discours du SNJ va s'employer à utiliser la stratégie inverse qui l'avait conduit, dans les années 20, à réunir toute la profession derrière lui car qui n'était pas au SNJ n'était pas journaliste. Le discours de l'époque était savamment construit sur des oppositions telles que ***« passé vs présent*** » ; ***« ancien vs nouveau*** » ; ***« constance vs rupture*** » et visait à discréditer la pléthore d'Associations de journalistes qui sapait le travail d'unification du SNJ. Le syndicat naissant, qualifié de ***« force jeune*** » par Georges Bourdon, incarnait ***« le présent*** », ***« le nouveau*** » et la ***« rupture*** » [377] . Aujourd'hui, c'est au nom du passé, de cette constance et de l'ancienneté, revendiqués haut et fort par le SNJ, que son discours

[376] *Le journaliste*, n°204, 1987.

protégé en vertu de la loi du droit d'auteur.

sur l'éthique professionnelle se légitime. Le SNJ ne s'inscrit plus dans une logique de rupture, qui lui avait valu un certain succès à l'époque, mais dans celle de la continuité que seul son héritage rend possible. Les marqueurs temporels tels que ***« depuis sa création*** », ***« depuis que le SNJ existe*** » ou encore ***« dès sa création*** » ; ***« depuis son origine*** » ; ***« dès sa fondation*** » permettent de l'attester. La phrase qui suit résume, selon nous, la volonté du SNJ de représenter la figure de la tradition, c'est-à-dire une manière de penser, de faire et d'agir, héritée du passé : ***« Depuis sa création, le SNJ a agi souvent seul pour que la profession de journaliste s'entoure de références éthiques. C'est lui qui est à l'origine des textes majeurs de la profession »*** [378] .

Notre question, dès lors, est de savoir à quoi s'oppose la figure de la tradition à laquelle s'identifie le SNJ ? En effet, nous serions enclins à penser que de manière générale la tradition s'oppose à la modernité, mais dans le discours du SNJ il n'en est rien puisque ***« à bien la relire, La Charte du SNJ, bien que rédigée en 1918 et révisée en 1938, est d'une étonnante modernité*** » et d'insister ***« Ces principes là sont vieux comme notre charte. Ils n'ont pas fait leur temps, ils sont au contraire tout neufs, trop neufs »*** [379] . Selon Mustapha Benchenane, ***« tradition et modernité sont intimement liées*** » et d'expliquer ***« l'homme a besoin de stabilité, de points de repères fixes, de sécurité. Il veut avoir des racines, un ancrage une généalogie. Tout cela, c'est ce qu'on désigne d'un mot « tradition ». Une modernité conçue de façon intelligente, une modernité maîtrisée, ne peut donc se passer de la tradition qui est son substrat*** » [380] . Le discours du SNJ cherche donc à ajuster tradition et modernité, deux figures qu'il assume et qu'il entend utiliser à dessein notamment face ***« à la nécessité actuelle*** ». C'est en effet au niveau de ***« notre quotidien*** » que le SNJ souhaite agir ou faire agir car ***« les questions de déontologie se posent pour tous au quotidien*** ». Les marqueurs temporels ***« En ces temps de surenchères*** » ; ***« jusqu'à présent*** » ; ***« lesquelles pour l'instant*** » ; ***« Mais aujourd'hui »*** ; ***« dans la pratique quotidienne*** » rassemblent autant d'éléments qui s'opposent à la tradition jusqu'alors perpétuée par le SNJ et dont il s'inspire. Pour le syndicat, ***« les principes inscrits dans la charte du journaliste, dés 1918, doivent inspirer les profession*** *nels* » et de préciser ***« c'est l'honneur du SNJ que d'en être le dépositaire et le défenseur*** » [381] . L'***» honneur*** », au nom duquel le SNJ défend ses convictions, fait résonance avec la figure de la tradition car son emploi n'est pas sans rappeler, là aussi, ce qui constitue l'héritage du SNJ, ses référents. En effet, la création du SNJ, en 1918, a correspondu à la fin de la Grande Guerre, période durant laquelle les journalistes ont perdu toute crédibilité

[377] Lire à ce propos : Prodhomme M., *op. cit.*, pp.52-55.

[378] *Le journaliste*, n°220,1992.

[379] *Le Journaliste*, n°219,1991.

[380] Benchenane M., « Les Arabes face à la modernité : entre peurs et fascination », in *Athéna*, IHEDN, La documentation française, 1997, p 310.

[381] *Le Journaliste*, n°204, 1987.

Copyright PRODHOMME Magali et Université Lumière - Lyon 2 - 2003.Ce document est

et, pis encore, leur honneur professionnel. Comme le souligne Pierre Albert ***« les pratiques de la Censure eurent pour effet de considérablement diminuer la confiance que les Français accordaient à leurs journaux et il est évident qu'une fois la guerre finie, la presse dans son ensemble se trouva déconsidérée aux yeux de ses lecteurs*** » [382]. C'est dans ce contexte délétère que le SNJ a puisé son impulsion rhétorique et notamment celle qui l'a conduit à parler ***« d'honneur professionnel*** » ou de ***« code d'honneur*** ». Un second élément, qui précède la Grande Guerre et qui a divisé la France, est venu renforcer le thème de l'honneur : l'affaire Dreyfus. Georges Bourdon, l'un des fondateurs du SNJ, a gardé un souvenir ému de l'affaire Dreyfus et s'est sans aucun doute inspiré de cet héritage, celui de ***« la république, du dreyfusisme, des droits de l'Homme, du naturalisme et du reportage social*** » [383] pour rédiger ce qui fut le premier acte significatif du SNJ***, « un code d'honneur*** ». Nous l'avions écrit : ***« l'affaire Dreyfus est, avant tout, une question de justice, de morale et d'honneur qui reste comme une victoire inachevée dans l'esprit des fondateurs du syndicat des journalistes »*** [384]. Retrouver l'honneur professionnel, ***« en ces temps de surenchères »*** c'est avant tout reconnaître au SNJ cette tradition qu'il incarne et qui vient légitimer son rôle (rapport de participation ou de délégation) dans le débat sur l'éthique professionnelle des journalistes.

2) Un devoir-faire « au quotidien »

Ces indicateurs temporels sont certes utilisés pour positionner le SNJ et son discours comme légitimes auprès de l'ensemble de la profession, mais pas seulement. Ils servent aussi, dans le cadre d'un rapport de responsabilisation, de délégation voire de dénonciation, à rendre visible la position du journaliste, comme sujet de l'action et celle, plus délicate, d'anti-sujet. Si le SNJ enjoint le journaliste à assumer ses responsabilités, c'est dans un cadre temporel bien précis. Pour le syndicat, ***« il incombera aux journalistes, dans la pratique quotidienne, de veiller au respect des règles traditionnelles du journalisme*** » car ***« les questions de déontologie se posent pour tous, au quotidien »*** [385] (souligné par nous). La référence au ***« quotidien*** », qui est mise au cœur du processus de responsabilisation des journalistes (devoir-faire au plan temporel), se trouve encadrée, dans le discours du SNJ, par deux autres référents temporels : le passé et l'avenir. Comme le rappelle Joseph Courtès, ***« le français peut jouer sur un modèle triadique : passé vs présent vs futur »*** et d'expliquer ***« dans un premier temps, le débrayage temporel énonciatif permet à l'énonciateur de situer un récit donné – par rapport à lui –soit dans le passé, soit dans le futur, éventuellement dans le présent*** » [386]. Le discours du SNJ, lorsqu'il s'agit d'évoquer les questions d'éthique professionnelle, fonctionne toujours, sur un plan temporel, autour de

[382] Albert P., « La presse française, notes et études documentaires », in *La documentation française*, n°5071, mai 1998, Annexe 1.

[383] Prodhomme M., *op. cit*., p.43.

[384] *Idem*.

[385] *Le Journaliste*, n°204,1987.

 Copyright PRODHOMME Magali et Université Lumière - Lyon 2 - 2003.Ce document est

ces trois temps :

- Celui du passé, qui sonne comme un constat : ***« Les journalistes français ou pas ont, de tout temps, eu des problèmes déontologiques*** » ; ***« L'année qui s'est écoulée, si puissant que fut le vent de liberté qui l'a traversé, aura été rude pour notre profession*** » [387] ; ***« Voici quelques années, lorsque nous invoquions nos principes professionnels en conférence de rédaction, il n'était pas rare que cette intervention provoque des haussements d'épaules »*** [388] .
- Celui du futur (souvent déguisé), qui met en garde : ***« Une double logique à la fois commerciale et professionnelle va, dans les dix années, nous confronter de plus en plus durement à des problèmes qui ont été ici évoqués*** » [389] ; ***« Les arbitrages seront soumis à une double pression : D'abord interne, à travers les actionnaires ; ensuite externe par l'entremise des publicitaires » ; « Ce ne sera pas toujours facile. C'est pourquoi le SNJ a décidé d'en faire le thème principal du prochain congrès »***.

Entre ces deux emplois, du passé et du futur, le SNJ va distribuer les rôles (sujet de l'action et anti-sujet) tantôt sur le mode de :

- l'indicatif présent : ***« Seul le savoir-faire sélectif du journaliste professionnel peut éviter ce dérapage*** » [390] ; ***« Le SNJ exige depuis des années, l'intégration de la charte des devoirs dans la convention collective*** » ; ***«Ll'autorité hiérarchique brime trop souvent le libre exercice des règles déontologiques définies par les journalistes*** » [391] ; ***« Le journaliste ne doit pas user de son influence pour aider un annonceur ou soutenir une action de promotion*** ».

tantôt sur le mode du :

- conditionnel : ***« L'éthique professionnelle du journaliste serait également renforcée si la protection des sources d'information lui était officiellement reconnue*** » ; ***« Quand même les journalistes ne prendraient pas conscience des risques d'une telle dérive »*** ; ***« L'inclusion de La Charte du SNJ dans la CCNTJ*** [392] ***donnerait un fondement juridique qui, pour l'heure, est inexistant, à notre déontologie »*** ; ***« Et un texte non consensuel serait la négation des règles déontologiques »***.

L'utilisation de différents modes temporels permet au SNJ d'inscrire et de situer, dans son discours, une logique d'action qui s'inspire de ce qui a été, de ce qui est et de ce qui sera ou serait, et d'en distinguer, au plan temporel, les divers niveaux d'intervention des acteurs. Elle est aussi un moyen de renforcer l'identification du SNJ, par les journalistes, à la figure de la tradition qui constitue, nous l'avons souligné, la trame de sa stratégie de légitimation. Si de manière générale, la défense des intérêts matériels des journalistes est insensible au temps, celle d'une éthique professionnelle s'inscrit très clairement, dans la stratégie discursive du SNJ, en référence à la fois au passé, notamment celui hérité du

386 Courtès J., *op. cit.*, 1991, p.259.

387 *Le Journaliste*, n°216, 3e trimestre 1990.

388 *Le Journaliste*, n°219, 1991.

389 *Le Journaliste*, n°216, 3e trimestre 1990.

390 *Le Journaliste*, n°210, 1989.

391 *Le Journaliste*, n°246, 1997.

392 ***Convention collective nationale du travail des journalistes.***

protégé en vertu de la loi du droit d'auteur.

SNJ, et au présent, ce dernier impliquant la responsabilité du journaliste. Quant à l'emploi du conditionnel, il nous paraît être tout à fait significatif du dispositif de dénonciation et de mise à jour du ou des anti-sujets. L'objectif du SNJ qui est de ***« donner à notre profession une dimension déontologique »*** est en effet subordonné à un certain nombre de conditions au premier rang desquelles celles imposées par le patronat. ***« Parmi d'autres voies*** », explique le SNJ, ***« il en est une qui nous paraît devoir être explorée : sur le modèle de l'avenant audiovisuel public à la convention collective, ne pourrait-on pas inclure La Charte du SNJ à l'article 5 ?*** *».* Et d'ironiser : ***« les patrons de presse prompts à proposer un « code de conduite » peuvent ainsi faire la preuve de leur bonne volonté. Et ce n'est pas parce que, lors de la renégociation de la CCNTJ, ils s'y sont refusés que nous devons renoncer à cet objectif*** » [393] . Ici, doter la profession d'une dimension déontologique, via l'intégration de *La Charte du SNJ* dans la convention collective, est clairement subordonné à la ***« bonne volonté du patronat*** ». Cela dit, il est intéressant de souligner que l'action patronale (pouvoir-faire) est envisagée, ici, au présent de l'indicatif ***« peuvent faire*** » et non au conditionnel et qu'elle relève autant du ***« pouvoir*** » que du ***« vouloir*** ». Est-ce à dire que l'action du patronat, contrairement au SNJ, n'est pas soumise à conditions ? Le SNJ renforce son explication en précisant que ***« l'inclusion de la charte dans la CCNTJ donnerait un fondement juridique (…) à notre déontologie mais surtout elle renforcerait la situation de nos confrères »*** [394] . Le syndicat des journalistes en profite dès lors pour se positionner à nouveau comme incontournable sur la question en renouvelant sa rhétorique sur le mode ***« qui mieux que le SNJ pourrait le faire ? »*** : ***« Enfin qui aurait l'ascendant nécessaire pour faire d'un nouveau texte un objet de consensus comme le demeure malgré tout la charte actuelle ?*** *».* Cependant, si la volonté du patronat est une condition sine qua non à la réalisation de l'objectif syndical, il n'en demeure pas moins que le SNJ reste lucide quant à la responsabilité qui incombe aussi aux journalistes. Il en dépend même de sa crédibilité. Ainsi, ***« savoir-faire*** » et ***« prise de conscience*** » sont autant de compétences sollicitées pour engager la profession dans un processus de purification éthique, parfois même avec une ironie tout aussi cruelle que celle qui sert à interpeller le patronat : ***« il faut rendre hommage aux quelques confrères qui, de la Roumanie à la guerre du Golfe en passant par l'affaire Grégory ou les Girondins de Bordeaux, ont allègrement piétiné les règles de notre charte. Grâce à eux, jamais on n'avait autant parlé de déontologie des journalistes*** » [395] .

Si donc les questions d'éthique professionnelle se conjuguent au passé et au présent, il n'en demeure pas moins qu'elles ont, pour certaines, ployé sous l'effet de mode de la construction européenne. En effet, l'Europe se dessine de plus en plus et c'est sous cette impulsion que le SNJ se laisse séduire par l'espace européen dans lequel s'esquisserait une éthique des journalistes, sans doute européens. Ainsi le SNJ remarque, au troisième trimestre 1991, ***« qu'il serait vain de vouloir trouver une***

[393] *Le Journaliste*, n°219, 1991.

[394] *Idem*.

[395] *Le Journaliste*, n°219, 1991.

protégé en vertu de la loi du droit d'auteur.

solution dans le cadre étriqué de notre hexagone. C'est désormais à l'échelle européenne que ces questions doivent trouver leur réponse » [396] . Évoquant l'Acte unique européen de 1993, le SNJ propose même la création d'une ***« charte européenne des journalistes*** ». Cela dit,l'idée d'une dimension européenne de l'éthique de la profession de journalistes s'est rapidement dissipée avec le temps et l'effervescence ***« pro-européenne*** » qu'a connu cette période.

3) L'entreprise de presse discréditée

Les références à l'entreprise médiatique, comme lieu de développement des pratiques éthiques, sont rayées de toutes mentions dans le discours du SNJ. L'entreprise de presse y est représentée comme étant à la solde du marché, prise dans une logique de profit et de rentabilité. Le SNJ ne lésine pas sur la question et précise que ***« dès l'origine, l'entreprise de presse n'a jamais été indépendante du marché : même si théoriquement, son but principal n'est pas le profit, une publication ne peut échapper aux lois de la rentabilité*** » [397] . Évoquant les phénomènes de concentration, l'arbitrage des actionnaires et le poids de la publicité, le SNJ va même jusqu'à écrire que ***« l'entreprise de presse perd ainsi sa spécificité »*** et de poursuivre dans la même veine ***« elle se banalise en devenant, lorsqu'un sujet est « sensible », un simple relais des stratégies d'acteurs économiques dont les préoccupations sont étrangères à l'information*** » [398] . Si le SNJ s'en tient au rôle de ***« dépositaire et de défenseur*** » des principes de la charte de 1918, il propose toutefois, tout en déniant la responsabilité de l'entreprise médiatique, de dresser un cadre d'intervention. Le SNJ paraît prévoir deux niveaux, l'un macro car ***« c'est désormais à l'échelle européenne que ces questions doivent trouver leur réponse*** » (voir ci-dessus) et l'autre, micro, puisque le SNJ réclame, notamment à travers le *Livre Blanc de la déontologie des journalistes*, l'intégration de la charte de 1918 dans la convention collective des journalistes. La voie légaliste est certes requise mais le SNJ prend toutes les précautions en précisant que ***« notre profession ne souhaite en aucune manière que sa déontologie soit remise au « gouvernement des juges*** » [399] . Seule la reconnaissance juridique de la Charte de 1918, dont le SNJ se dit être ***« le père*** », est envisageable. Quant à l'institution d'une ***« charte du journaliste européen*** » elle n'est prévue que comme ***« l'utile complément*** » de *La Charte du SNJ* [400] . A ces deux cadres, savamment verrouillés, le SNJ ajoute volontiers celui de l'école de journalisme auxquelles il est reconnu ***« un rôle primordial à jouer dans la compréhension et la diffusion de nos principes professionnels*** » [401] .

[396] *Le Journaliste*, n°218, 1991.

[397] *Le Journaliste*, n°210, 1989.

[398] *Idem*.

[399] « Livre Blanc de la déontologie des journalistes », Publication du SNJ, 1993, p. 58

[400] *Le Journaliste*, n°210, 1989.

Copyright PRODHOMME Magali et Université Lumière - Lyon 2 - 2003.Ce document est

Christian Delporte, dans le cadre d'une réflexion sur la période qui a succédé à la création de la charte de 1918, pose une question, aujourd'hui encore d'actualité : ***« de quels moyens de coercition un syndicat auquel, par définition, nul n'est tenu d'appartenir, peut-il bien disposer ?*** » [402] . S'agissant de notre corpus de discours, nous pouvons répondre sans équivoque que le SNJ utilise une stratégie qui amène le journaliste, certes à une certaine prise de conscience, mais au-delà, à considérer l'action syndicale comme indispensable et légitime notamment au nom de ***« la tradition*** » qui la lie aux questions d'éthique professionnelle. D'où l'intérêt, pour lui, de ne déléguer qu'aux seuls journalistes la responsabilité de ***« donner une dimension éthique*** » à la profession et de verrouiller, en dehors de cette délégation, les autres cadres de sa représentation normative. Le SNJ feint parfois ce quasi-monopole en précisant ***« qu'il a son mot à dire sur le sujet sans prétendre pour autant être le gardien du temple »*** mais c'est pour mieux rappeler, préalablement, que ***« le SNJ est à l'origine de la charte de 1918… »*** [403] .

4) La disqualification du patronat

La stratégie du SNJ, quels que soient les rapports qui le lient aux journalistes, se heurte à un refus et à une absence de reconnaissance de la part du milieu patronal dont les politiques constituent un ou les anti-programmes. S'il est clairement établi, dans le discours du SNJ, que le point d'achoppement à l'objectif d'intégrer *La Charte du SNJ* dans la convention collective des journalistes est le fait d'un refus du patronat, ce dernier est surtout visible, en tant qu'anti-sujet, par les méfaits de ses politiques et du système dont il est tributaire. L'argumentation du SNJ vise à disqualifier le patronat, en tant qu'adversaire social et discursif, en mettant en exergue les objectifs des politiques patronales ***« plus préoccupées du profit immédiat que d'information*** » [404] . Pour ce faire, le SNJ va opposer deux conceptions, l'une syndicale motivée par des ***« exigences informationnelles*** », l'autre patronale, motivée par des ***« exigences économiques*** ». L'ensemble est subsumé dans ce que le SNJ a appelé d'une part le ***« système industrialo-financier*** » et de l'autre ***« le système mercantile*** », systèmes dans lesquels le patronat joue le rôle de ***« relais des stratégies d'acteurs économiques*** », c'est-à-dire de complice. Outre le fait de se rendre complice d'un système dont le SNJ ne cesse ***« de mesurer les dangers*** », l'action patronale est aussi disqualifiée lorsqu'elle s'applique à édicter des *Règles et usages*. L'exemple des articles consacrés à la PQR et à sa déontologie est, à cet égard, significatif car elle révèle la volonté syndicale de dénoncer un modèle d'action patronale (sur un cas précis). Le modèle en question est celui émanant du SPQR, puissant syndicat patronal qui rassemble près de 33 titres de la PQR. Les titres respectifs des articles augurent déjà la stratégie discursive du SNJ : ***« le***

[401] *Le Journaliste*, n°220, 1992.

[402] Delporte C., *op. cit*., 1999, p.273.

[403] *Le Journaliste*, n°219, 1991.

[404] « Livre Blanc de la déontologie des journalistes », Publication du SNJ, 1993, p 6.

 Copyright PRODHOMME Magali et Université Lumière - Lyon 2 - 2003.Ce document est

colloque de la PQR : une déontologie défensive »(1991) ; ***« PQR : une déontologie unilatérale*** »(1996). Le SNJ soupçonne le SPQR de ***« camper sur cette position où la déontologie n'est évoquée et invoquée qu'à usage purement défensif*** » [405] . Le syndicat de journalistes remet en cause la démarche en la qualifiant de ***« fermée*** » et ***« sous-tendue par deux a priori*** » : ***« l'on ne touchera pas à la loi de 1881 et l'on n'introduira rien qui « porte atteinte » à la « responsabilité morale du directeur de publication » »*** [406] (encadré par le SNJ). Les intentions patronales sont désormais dévoilées et apparaissent, dans le discours du SNJ, comme essentiellement motivées par la volonté ***« d'éviter les procédures*** » bref de se protéger, de se défendre. Cinq années plus tard, en 1996, lorsque le SPQR publie ***« les règles et usages de la PQR*** », la stratégie discursive syndicale durcit le ton et passe du soupçon à la dénonciation sans ambages. Le SNJ va s'employer, dès l'introduction, à camper un contexte qui discrédite d'emblée l'action patronale : ***« Le SPQR a publié ses « règles et usages » de la PQR. Un document communiqué aux syndicats de journalistes 24 heures avant sa présentation publique. Foin du paritarisme : le syndicat patronal délivre sa « vérité » déontologique, le débat proposé in extremis aux journalistes n'étant qu'une formalité. Dont acte*** » [407] . Ce bref passage introductif foisonne d'éléments à charge pour le patronat mais surtout, témoigne sinon de l'exaspération du moins de l'agacement du SNJ. Cela dit deux éléments ont retenu toute notre attention : les pronoms possessifs ***« ses*** » règles et usages et ***« sa*** » vérité déontologique. Ainsi, le SNJ, quoi qu'implicitement, oppose à la vérité déontologique du patronat la sienne. Et ce n'est pas tant sur le contenu des règles et usages que le SNJ souhaite revenir puisque ***« les préceptes énoncés recoupent largement nos textes déontologiques de référence »*** (souligné par nous) mais sur le seul fait qu'il s'agit d'une démarche patronale. Cette dernière se voit littéralement frappée de discrédit par les qualificatifs très dépréciatifs qu'utilisent à dessein le SNJ et les procédés ironiques. Ainsi les ***« quelques idées*** » sont qualifiées, crescendo, de ***« simples voire simplistes*** » et d'ironiser : ***« la presse régionale est plus respectueuse que les autres de la déontologie et du droit des personnes*** » ; ***« la vraie cause des dérapages c'est l'insuffisante information et formation des journalistes »***. Ici, en reformulant les propos du SPQR, le SNJ pointe le fait que le patronat met en cause directement les journalistes ou du moins leur formation, ce qui, là encore implicitement, lui permet de réaffirmer sa position de défenseur des droits moraux des journalistes. La conclusion de cet article tombe comme un couperet. Pour le SNJ, ces ***« ambitieux commandements ne peuvent être pris au sérieux*** » et de poursuivre ***« ce catalogue, certes non conventionnel, n'a, sur ce plan, aucune portée réelle*** » [408] . L'offensive du SNJ est sans appel et discrédite totalement une démarche dont le seul tort est d'être patronale.

[405] *Le Journaliste*, n°218, 1991.

[406] ***Idem.***

[407] *Le Journaliste*, n°238, 1996.

[408] *Le Journaliste*, n°238, 1996.

protégé en vertu de la loi du droit d'auteur.

5) La reconquête du citoyen comme » méthodologie syndicale »

Enfin il est un point sur lequel il serait difficile de faire impasse et qui, partout, transpire dans le discours du SNJ : le rôle et la place du citoyen au regard des pratiques journalistiques. Nous avons constaté jusqu'alors que le programme à suivre pour une pratique journalistique dite ***« vertueuse*** » s'articulait autour de trois principaux actants : le SNJ comme destinateur, le journaliste comme destinataire et le patronat comme anti-sujet.

A ces trois actants, nous ajoutons celui de ***« citoyen*** » au nom duquel la profession doit respecter une éthique professionnelle. Cette position suppose que soit reconnu le contexte dans lequel se sont toujours inscrites les pratiques journalistiques : la démocratie [409]

Du point de vue du schéma narratif, le citoyen occupe une place tout à fait particulière : il est un sujet d'état, ***« simple patient qui constitue un point de référence, lieu de départ et d'arrivée des objets en circulation*** » [410] . En effet, le citoyen se trouve situé, implicitement ou explicitement dans le discours du SNJ, aux extrémités de la progression narrative. Parce qu'il est en droit d'être informé correctement, le citoyen joue le rôle de destinateur qui revendique auprès de la profession le droit à l'information et pointe, notamment à l'occasion des sondages, la responsabilité des journalistes. Les membres du SNJ en sont conscients puisqu'ils notent eux-mêmes que : ***« aujourd'hui plus que jamais, notre profession est interpellée*** » [411] .

Le citoyen constitue par ailleurs un interlocuteur privilégié lorsqu'il s'agit de développer les questions de la liberté de la presse. Dès lors il devient destinataire : ***« mais c'est d'abord au lecteurs et aux auditeurs que s'adresse le message du SNJ à l'issue de son congrès*** » et d'expliquer ***« nous voulons engager avec eux une large réflexion sur le rôle essentiel d'une presse libre, responsable et pluraliste pour assurer l'expression démocratique*** » [412] . Référence autant que garantie, l'opinion publique est à son tour interpellée pour s'exprimer sur les pratiques journalistiques. Cela dit, cette possible intervention suscite de nombreuses réserves et semble diviser les membres du SNJ, notamment en matière de déontologie. On feint la discorde en titrant ***« Déontologie : une confrontation enrichissante »*** [413] , mais pourtant le rôle, possible, conféré au citoyen à l'égard des pratiques professionnelles est loin de faire l'unanimité. La confrontation intervient dans un contexte de discrédit et d'affairisme croissant. Au sein du

[409] On pourrait, ici, considérer la démocratie, la liberté de la presse et la liberté d'expression comme de supra-destinateurs au nom desquels il faut agir.

[410] Courtès J., *op.cit*., p 98.

[411] *Le Journaliste*, n°220, 1992.

[412] *Le Journaliste*, n°220, 1992.

[413] *Idem*.

protégé en vertu de la loi du droit d'auteur.

SNJ, on s'inquiète ***« d'une considération en baisse de l'image de marque de [notre] profession, auprès de l'opinion*** ». Charles Guerrin, largement mobilisé autour des questions de déontologie au sein du SNJ, ***« cherche à concilier, pour fonder un nouveau cadre professionnel, liberté et responsabilité des journalistes dans la cité*** » [414] (souligné par nous). L'emploi du terme ***« cité*** » fait clairement référence à la reconnaissance de l'opinion publique, sans laquelle aucune démocratie n'est envisageable. Le citoyen destinateur est entendu mais son message n'a manifestement que peu d'effet, selon Charles Guerrin : ***« le débat public qui s'est instauré autour de la responsabilité des médias et des journalistes nous commande de répondre sur le terrain des problèmes réels, des cas précis, et si possible, d'avancer des solutions concrètes et non de nous abriter derrière des déclarations de principes manifestement inopérantes, donc discréditées*** » [415] . Il est intéressant de souligner que le constat de Charles Guerrin est qualifié, dans le bulletin qui en relate le contenu, de ***«loyal***» alors même que sa déclaration vise directement à mettre en cause le SNJ et sa manière d'opérer. Plus loin, Olivier Da Lage, autre protagoniste actif du SNJ en matière d'éthique professionnelle, fait à son tour preuve de loyalisme, mais cette fois-ci il n'est point besoin de le faire remarquer dans le bulletin. Il considère différemment la question en soulignant ***« qu'il n'y a pas de divergences sur le constat et les objectifs mais davantage une différence d'appréciation sur les conclusions tirées des même faits*** ». Olivier Da Lage opère une digression habile en occultant le rôle du citoyen au profit du rôle, menaçant, des pouvoirs publics : ***« Même s'il se dit ouvert à des idées novatrices, il semble douter de l'efficacité que pourraient avoir des décisions prises dans ce domaine par les pouvoirs publics*** » [416] . Dès lors, Olivier Da Lage agite la crainte de voir poindre à nouveau ***«la constitution d'un comité d'éthique ou d'un Conseil de l'Ordre »***, tabou qui réduit sinon la lisibilité du citoyen dans le débat du moins le rôle qu'on pourrait lui assigner. Le consensus au sein du syndicat sur le rôle du citoyen à l'égard de la profession n'est pas de mise et laisse place au scepticisme. Cela dit, plusieurs réflexions esquissent l'idée d'un ***« pacte avec le public*** ». A priori séduisante, cette idée vise à solliciter le public quant à la qualité et le sérieux de l'information. Dès lors, le débat s'articule autour ***« d'une citoyenneté à réaffirmer, quand ce n'est pas à reconquérir*** » [417] . Il en va de la conquête du citoyen comme de celle des électeurs car il est noté que ***« la profession de journaliste ne peut laisser se développer le climat de discrédit actuel »*** [418] . Il faut donc gagner la confiance de l'opinion publique qui garantirait in fine la crédibilité de la profession. S'amorcerait donc une vaste opération sinon de séduction du moins de communication à l'adresse de celle-ci. Or cette stratégie implique une médiatisation de l'action syndicale à laquelle François Boissarie ne se résout pas. Il le fait

[414] *Idem.*

[415] *Idem.*

[416] *Idem.*

[417] *Idem.*

[418] *Idem.*

savoir sans ambages à ceux qui ***« s'interrogent sur [nos] silences ou l'absence d'une réelle volonté de médiatiser*** » : ***« François Boissarie exprime son désaccord avec cette soi-disant carence de médiatisation, due surtout au fait que les communiqués syndicaux sont de moins en moins répercutés par la presse »*** [419] . Le secrétaire général du SNJ clôt dans la foulée le débat en affirmant : ***« la seule reconnaissance valable des valeurs défendues par le syndicat est celle qui, en juin, lui a donné plus de 44% des voix aux élections à la carte »*** [420] . Le citoyen s'éclipse du débat et son rôle est sacrifié sur l'autel du vote des seuls journalistes électeurs à la commission de la carte. La tradition du SNJ est respectée : un journaliste digne de ce nom ne reconnaît que la juridiction de ses pairs.

Il est intéressant de noter que si le SNJ n'offre aucune alternative à l'entreprise de presse, considérée comme corrompue, aux initiatives patronales, immédiatement discréditées et aux pouvoirs menaçants, qu'ils soient politique ou judiciaire, souvent taxés d'ingérence, c'est avec une grande prudence et un scepticisme affiché qu'il entend nouer d'éventuels liens avec le public. Le SNJ, dans une période où les dérapages médiatiques se multiplient, recentrent aussi soudainement que ponctuellement le débat sur sa responsabilité envers le citoyen. Stratégie de séduction ou réelle ambition du premier syndicat de journalistes de reconnaître le rôle que doit jouer l'opinion publique dans une démocratie, il n'en demeure pas moins que l'idée du pacte avec le public n'est plus d'actualité. Ce qui pourrait apparaître comme l'un des piliers de l'édifice argumentatif du SNJ n'est en fait qu'un sursaut éphémère qui cède rapidement la place à des réflexes corporatifs. En effet en 1990, deux ans avant l'idée d'un pacte avec le citoyen, Charles Guerrin avait déjà amorcé le constat, là aussi loyalement : ***« Les vieux réflexes corporatifs et conservateurs d'une profession proclamant son droit universel à la critique mais prétendant échapper à toute mise en question, au nom d'une sorte de sacerdoce autoproclamé, cette solidarité irréfléchie d'une famille avec ses membres les moins solidaires, tout cela commence à se fissurer*** » [421] . Certes cette ***« fissure*** » a donné lieu à ***« d'enrichissantes confrontations*** » mais elle a surtout servi la cause syndicale qui dénonce ***« le retour à la répression*** » : ***« Plusieurs jugements récents dénotent, bien au-delà de l'application stricte du principe de réparation, la volonté de certains magistrats de juger également des « méthodes journalistiques » condamnables au moins autant au regard de la déontologie que de la loi »*** [422] . Plus loin, ce sont les ***« journalistes vedettes*** » que le syndicat dénonce mais aussi ***« l'usage effréné du libéralisme économique de presse »*** ». La messe est dite et c'est d'ailleurs à l'issue de ce plaidoyer que le SNJ s'empresse de rappeler : ***« Il y a à engager un énorme travail de réflexion, de proposition, d'action. Qui mieux que le SNJ, premier et principal syndicat de journalistes, qui dès sa fondation a parlé de déontologie,***

[419] *Idem*.

[420] *Idem*.

[421] *Le Journaliste*, n°216, 1990.

[422] *Idem*.

Copyright PRODHOMME Magali et Université Lumière - Lyon 2 - 2003.Ce document est

pourrait le faire ? » [423] . Au regard de son discours, nous serions tentés de répondre : personne, en effet.

III) L'USJ-CFDT : « la déontologie, un souci permanent »

1) Les priorités d'action : lutter contre la précarisation et les dérives déontologiques

L'Union Syndicale des Journalistes CFDT est la deuxième instance syndicale en influence derrière le SNJ autonome. Elle est aussi, avec le SNJ, parmi les syndicats de journalistes qui prennent très au sérieux les questions de déontologie et de pratiques professionnelles mais dont le rôle est ***« avant tout dévoué à la défense des droits et des intérêts matériels et moraux des salariés »*** [424] **.** S'agissant des questions d'éthique professionnelle l'USJ-CFDT précise que le ***« combat syndical pour une pratique déontologique ne saurait être séparé des revendications en termes de conditions d'emploi, de travail et de rémunérations »*** [425] . Ce n'est pas ici une originalité mais une revendication particulièrement appuyée dans les discours de la CFDT. En 1993, dans le cadre de la construction de l'espace européen, le bulletin de l'USJ-CFDT titre en grand : ***« Conditions de travail et déontologie du métier*** ». Plus tard, en mars 1995, la politique votée par l'AG de l'USJ-CFDT définit comme priorités d'actions : ***« la lutte contre la précarisation de la profession et celle contre les dérives déontologiques*** ». En mars 1999, l'USJ-CFDT réitère les priorités de l'action syndicale autour de cette même articulation. Son objectif n'est pas, à l'instar du SNJ, de donner à la profession une dimension déontologique mais de la doter des moyens d'éviter les dérapages en proposant une large réflexion et en dressant un certain nombre de propositions. ***« Défendre des règles de déontologie*** » passerait avant tout par la ***« rédaction d'un texte, d'une charte nationale qui engage tous les journalistes et peut aller jusqu'à interdire provisoirement ou définitivement l'exercice de la profession »*** [426] . Pour la CFDT, deux objectifs motivent la rédaction de ce texte. D'une part, il s'agit de pallier l'absence d'une référence française en matière de déontologie. Si l'USJ-CFDT reconnaît *la Charte de Munich*, adoptée par les deux organisations internationales de journalistes, la FIJ et l'OIJ, elle admet aussi que ***« la France est pratiquement le seul pays d'Europe occidentale à ne pas s'être doté d'une charte ou d'un code de déontologie pour les journalistes dont la seule existence constitue une garantie »*** [427] . D'autre part, à l'instar du SNJ, ***« l'USJ-CFDT réclame l'annexion de ce projet de charte des devoirs***

[423] *Idem*.

[424] ***Journalistes CFDT, « A quoi sert le syndicat ? », 1991.***

[425] *Journalistes CFDT*, n°277, avril 1994.

[426] *Idem*.

[427] *Idem*.

protégé en vertu de la loi du droit d'auteur.

des journalistes français en préambule de la convention collective » et d'ajouter ***« nous en avons fait une de nos priorités*** » [428] . Pour ce faire, l'USJ-CFDT propose de ***« lancer une large réflexion*** » notamment en confrontant les expériences étrangères, preuve, de la part de la CFDT, d'une volonté d'ouverture et de mise en partage des expériences. Cela dit, cette ouverture vers l'extérieur est toute relative car elle ne concerne que les confrères étrangers. En France, seule la profession et ses instances représentatives ont droit de cité en matière de déontologie. L'USJ-CFDT est ***« en effet prête à mener, avec les autres syndicats, une démarche en ce sens »*** [429] . Aucune autre ingérence n'est tolérée car ***« pour les journalistes CFDT, il est urgent que la profession se donne elle-même les moyens d'éviter ces dérives*** » [430] (souligné par nous) ou encore ***« il apparaît plus que jamais nécessaire que la profession se donne les moyens de lutter contre les dérives éventuelles des pratiques professionnelles avant que d'autres ne profitent des circonstances pour nous imposer un ordre professionnel*** » [431] ou enfin ***« pour l'USJ-CFDT, il est urgent que les journalistes se saisissent de ces problèmes de déontologie avant que d'autres ne le fassent dans des conditions qui risquent de mettre sérieusement en péril la liberté de la presse »*** [432] .

Contrairement au SNJ, la CFDT ne s'arroge pas le monopole de la représentation normative de la profession. Elle va même jusqu'à ***« applaudir des deux mains*** » les initiatives du SNJ, notamment celle de la rédaction d'un *Livre Blanc de la déontologie des Journalistes*, car selon l'union syndicale ***« cette initiative rejoint les préoccupations que nous exprimons depuis des années*** » [433] . Cette affinité élective avec le SNJ est même revendiquée. Dans une publication interne, intitulée ***« Être journalistes CFDT*** », l'auteur pose la question suivante : ***« A quoi reconnaît-on un journaliste CFDT ? »***. Il explique que le journaliste CFDT a une fiche d'identité et en énumère les principales caractéristiques. Parmi elles, celle-ci : ***« Pourquoi préférons-nous le SNJ à FO ? Problème de langage »*** [434] . Il est certes vrai que l'USJ-CFDT abonde parfois dans le même sens que le SNJ, mais il semble aussi que les prétentions du syndicat majoritaire puissent à certains égards agacer. Ainsi, la CFDT partage l'idée de l'annexion d'une charte à la convention collective mais n'évoque à aucun moment *La Charte du SNJ*. Elle lui préfère soit un nouveau texte qui ferait l'objet d'un consensus, soit, ***« en attendant la rediscussion d'une charte nationale*** », *la Charte de Munich*. De plus, l'USJ-CFDT

[428] *Journalistes CFDT*, n°277, avril 1994.

[429] *Journalistes CFDT*, n°276, février 1994.

[430] *Journalistes CFDT*, n°277, avril 1994.

[431] *Journalistes CFDT*, n°279, mars 1995.

[432] *Journalistes CFDT*, n°280, juillet 1995.

[433] *Journalistes CFDT*, n°276, février 1994.

[434] *Journalistes CFDT*, supplément, 1991.

protégé en vertu de la loi du droit d'auteur.

n'hésite pas à se démarquer, en rappelant, dans le cadre des observations rendues sur le rapport du Conseil économique et social, que ***« le rapporteur met en exergue des textes produits par le SNJ, qui n'est qu'une des organisations syndicales de la profession, alors même qu'au-delà du contexte majoritaire, c'est la CFDT qui depuis trente ans pose la question des pratiques professionnelles »*** [435] . Qu'on ne s'y trompe pas !

Si l'on se penche sur la structure narrative de l'USJ-CFDT, après en avoir campé le contexte, plusieurs remarques s'imposent. Le programme de base de la CFDT, en matière d'éthique professionnelle, est de ***« doter la profession de moyens d'éviter les dérapages*** » en réfléchissant aux dispositifs susceptibles d'être mis en œuvre parmi lesquels :

- La redéfinition légale du métier de journaliste.
- L'amélioration des conditions de travail.
- L'extension des compétences de la commission de la carte au champ déontologique.
- L'annexion de *la Charte de Munich* à la convention collective des journalistes.
- La création d'un observatoire des médias ou d'un comité national d'éthique.

Au cœur de ce dispositif, dont on peut souligner la disparité des objectifs, l'USJ-CFDT va développer une rhétorique où s'exprime de façon très prégnante l'identité syndicale et son rôle. Pour mener à bien son programme de base, l'USJ-CFDT va distinguer plusieurs programmes d'usage : mobiliser les journalistes autour des questions d'éthique professionnelle, d'une part, en introduisant la contrainte de la solidarité professionnelle et celle des intérêts matériels et moraux partagés par les journalistes et, d'autre part, en instaurant un rapport de responsabilisation entre le syndicat et les journalistes. Pour ce faire, l'USJ-CFDT doit réaffirmer sans cesse sa propre existence et donner à son discours une légitimité sans laquelle l'objectif d'unification symbolique n'est pas possible. Elle doit aussi affirmer la solidarité des journalistes en face d'un adversaire commun : le patronat.

2) La contrainte de « la solidarité professionnelle » face au patronat

Le rôle de l'USJ-CFDT consiste dans l'élaboration ou le rappel d'un certain nombre de contraintes censées s'imposer à tous les journalistes au premier rang desquelles la solidarité professionnelle. Elle est clairement énoncée lorsque l'USJ-CFDT appel de ses vœux la formation d'une conscience collective : ***« La déontologie n'est pas seulement affaire de conscience professionnelle, de morale, de conviction ou d'éthique personnelle. Elle est en effet étroitement dépendante des conditions de travail dans lesquelles le journaliste exerce quotidiennement sa profession (…) Parce qu'ils sont plus vulnérables, les salariés précaires ont le droit de pouvoir compter sur nous. Il y a là une obligation morale autant qu'une impérieuse nécessité. Il ne faut pas s'y tromper : la défense de leur droit est un contrat qui concerne tous les journalistes car les employeurs des « précaires » sont aussi ceux des « titulaires »*** » [436] (souligné par nous). Cet extrait d'article témoigne de la volonté de la

[435] Observation sur le texte de Claude Chambonneaud, rapport de séance du 17 mars 1999.

CFDT, d'une part, de responsabiliser les journalistes concernant le sort de certains confrères et, d'autre part, de pointer du doigt l'adversaire commun : ***« les employeurs*** ». Les premiers à être interpellés pour agir, et donc décrits comme des sujets de l'action, sont les journalistes CFDT car ***« ce combat ne saurait laisser indifférent les journalistes CFDT, qui doivent se saisir de ces problèmes déontologiques partout où ils se posent avec les outils dont ils disposent*** » [437] . L'USJ-CFDT va même parfois jusqu'à s'effacer derrière l'autonomie des ***« journalistes CFDT*** », comme en témoigne cette phrase : ***« Pour les journalistes CFDT, il est urgent que la profession se donne elle-même les moyens d'éviter ces dérives. Pour ce faire, ils proposent (…)*** » [438] . Ici aucune distinction n'est possible entre l'objectif du syndicat et celui, totalement assumé, du journaliste CFDT. L'un et l'autre constituent une seule et même identité mise tout entière au service de la défense des intérêts moraux de la profession.

Le journaliste CFDT doit donc servir d'exemple et montrer l'exemple. Mais il n'est cependant pas le seul à être concerné car comme le révèle la conclusion de ce même article : ***« c'est de la survie de notre profession qu'il s'agit ».*** C'est de cette solidarité professionnelle, qualifiée ***« d'obligation morale*** », ***« d'impérieuse nécessité*** », que dépendra ***« la survie de la profession*** ». Certes excessive, la mise en garde de l'USJ-CFDT demeure une stratégie sinon de persuasion du moins de dissuasion contre d'éventuels logiques individualistes qui conduiraient la profession à sa perte. Le journaliste CFDT est donc sujet de l'action en tant qu'il représente l'USJ-CFDT. Cela dit, ***« être journaliste CFDT »*** c'est faire preuve d'une certaine manière d'être, que l'USJ-CFDT a savamment cadrée. ***« Le journaliste CFDT n'est pas une star*** » mentionne un article consacré à l'identité type du journaliste CFDT et de poursuivre ***« il peut lui arriver d'être en première ligne dans un conflit. Il a toujours la distance par rapport à son propre rôle même en situation de responsabilité, il n'oublie jamais d'où il vient, qu'il n'est jamais qu'un porte-parole des autres*** » [439] . Lorsque la question, ***« A quoi reconnaît-on un journaliste CFDT ?*** », est posée, l'union syndicale n'hésite pas à répondre ***« il est d'abord militant d'un collectif*** » et de souligner ***« qu'il n'a de sens que dans un débat collectif*** ». La contrainte de la solidarité professionnelle s'applique en premier lieu au journaliste CFDT convié à transmettre la bonne parole mais aussi et surtout considéré comme garant de l'unification symbolique. La profession est prévenue, ***« la déontologie professionnelle n'est pas, pour les journalistes CFDT, une mode ou une préoccupation devenue soudain d'actualité. La déontologie et les pratiques professionnelles sont, pour l'USJ-CFDT, un souci permanent que nous n'avons cessé d'exprimer, en proposant une large réflexion*** » [440] . Ces propos

[436] *Journalistes CFDT*, n°279, mars 1995.

[437] *Idem*.

[438] *Journalistes CFDT*, n°277, avril 1994.

[439] *Journalistes CFDT*, supplément, 1991.

[440] *Journalistes CFDT*, n°277, avril 1994.

 Copyright PRODHOMME Magali et Université Lumière - Lyon 2 - 2003.Ce document est

montrent sans équivoque qu'il n'y a aucune distinction possible entre le journaliste CFDT et l'USJ-CFDT dont les identités respectives sont interchangeables. Cette assimilation va même plus loin lorsque le syndicat précise que ***« le journaliste CFDT est d'abord CFDT avant d'être syndicaliste*** ». Le travail syndical est ici a double niveau : il faut que le journaliste CFDT, en tant que militant, produise une identification et qu'il paraisse lui-même comme parfaitement représentatif de l'USJ-CFTD. Ce verrouillage identitaire nous conduit à réfléchir sur l'usage du pronom ***« nous*** ». Jean-François Tétu nous rappelle à cet égard que ***« la grammaire apprend que « nous » ne résulte pas seulement de l'addition d'un « moi » + « toi », ou « moi »+ « vous », mais constitue toujours une « expansion » du sujet qui englobe d'autres personnes dans un « être » ou un « faire » dont la source est le sujet*** » [441] . Dans le discours de l'USJ-CFDT, et suivant notre analyse sur le travail d'unification symbolique, nous avons dégagé un certain nombre de variantes référentielles attachées à l'usage du ***« Nous*** » :

- **Nous = l'USJ-CFDT + les journalistes CFDT** (sujet collectif) est la forme la plus représentative du discours de la CFDT : ***» Parce qu'ils sont plus vulnérables les journalistes précaires ont le droit de pouvoir compter sur nous*** » [442]
- **Nous = L'USJ-CFDT** (là aussi sujet collectif) : ***« L'USJ-CFDT réclame l'annexion à la convention collective de la Charte de Munich. Nous en avons fait une de nos priorités. Nous proposons de lancer une réflexion, la plus large possible, autour d'un projet de charte des devoirs des journalistes français »*** [443]
- **Nous = l'USJ-CFTD + la profession** : ***« la profession que nous exerçons*** » [444] ; ***« Il ne faut pas s'y tromper : la défense de leur droit est un contrat qui concerne tous les journalistes (…) jamais en effet nous avons été aussi près de ce fameux journal sans journalistes*** » [445]

L'USJ-CFTD fait un usage du « nous » essentiellement comme opérateur de mobilisation en invitant la profession à considérer le syndicat et ses militants comme entièrement dévoués à l'intérêt collectif. Elle exprime plus clairement cette stratégie en précisant ***« mais comment traduire les revendications individuelles en luttes collectives ? La solidarité. Il ne suffit pas de dire « Nous », le patron n'est pas dupe. Il faut que chaque collègue élu des rédactions veuille bien aider à porter ce « nous »*** » [446] .

3) L'échec du consensus

Contrairement au SNJ, elle ne met pas en cause l'action des autres syndicats et ne cherche pas à les disqualifier pour imposer son discours comme seul légitime. C'est là le signe d'une volonté inconditionnelle de l'USJ-CFDT de voir la profession réellement solidaire. Cette stratégie lui permet toutefois d'asseoir une position de tiers médiateur dans le paysage médiatique et dans celui des syndicats français de journalistes. Cette position est manifeste lorsqu'elle explique, dans un éditorial, que ***« c'est ce à quoi s'emploie l'USJ-CFDT qui milite pour que patrons de presse, de l'audiovisuel***

441 Tétu J.-F., op. cit., p. 8.

442 *Journalistes CFDT*, n°279, mars 1995.

443 *Journalistes CFDT*, n°277, avril 1994.

444 *Idem.*

445 *Journalistes CFDT*, n°279, mars 1995.

446 *Idem.*

protégé en vertu de la loi du droit d'auteur.

comme de l'écrit, du secteur public comme du secteur privé, et les journalistes engagent cette réflexion globale sur les problèmes de déontologie » [447] . La CFDT fait fi, par ailleurs, de la concurrence entre les syndicats de journalistes pour mieux se positionner comme la figure du consensus. Elle est en effet ***« prête*** », comme elle l'écrit, ***« à mener avec les autres syndicats une nouvelle démarche »*** [448] . Cela dit, ***« les autres syndicats*** » ne l'entendent pas ainsi. En avril 1994, ***« l'USJ-CFDT propose à l'ensemble des organisations syndicales de journalistes d'organiser dans le cadre du 60ème anniversaire de la CCIJP, une rencontre nationale sur l'éthique professionnelle*** » [449] . Un an plus tard, en mars 1995, le syndicat CFDT dresse un constat, non sans amertume : ***» après l'échec d'une tentative d'organisation intersyndicale (avec la CGT et le SNJ) de cette rencontre, nous proposons à des partenaires d'autres milieux professionnels de se joindre à nous »*** [450] .

Plus globalement, dans l'un de ses bulletins, la CFDT-journalistes précise son point de vue : ***« toutes les autres organisations syndicales de journalistes ne peuvent pas être considérées sur le même plan. L'USJ-CFDT entretient des contacts réguliers avec le SNJ, FO et le SNJ-CGT, en revanche avec la CFTC et la CGC, si les rapports sont courtois aucune démarche d'action unitaire n'est envisagée*** » [451] . Cette remarque n'est pas fortuite car en effet toutes les organisations syndicales ne sont pas considérées sur le même plan. Le SNJ fait, à ce titre, l'objet d'une attention toute particulière de la part de l'USJ-CFDT qui entretient avec lui des relations ambiguës. Serait-ce parce qu'il représente la première force syndicale devant la CFDT ? En effet, force est de constater que le discours qui légitime les prises de positions de l'USJ-CFDT se renforce lorsqu'il est directement confronté à celui du SNJ. Ainsi, en réponse au rapport de Claude Chambonnaud consacré à ***« La liberté d'information et protection du citoyen face au développement des médias*** », l'USJ-CFDT affirme que ***« le rapporteur met en exergue des textes produits par le SNJ, qui n'est qu'une des organisations syndicales de la profession*** »et de souligner ***« alors même qu'au-delà du contexte majoritaire, c'est la CFDT qui depuis trente ans pose la question des pratiques professionnelles. C'est d'ailleurs elle qui, depuis 1983, demande la mise en place d'un observatoire des médias. C'est elle encore qui réclame aujourd'hui un comité d'éthique nationale. Ce sont bien souvent ses militants qui sont à l'origine des médiateurs, qui sont parfois des adhérents ou des proches d'elle*** » [452] . Nous retrouvons ici des relents de la rhétorique du SNJ qui n'hésite pas, quant à lui, à s'imposer

[447] *Journalistes CFDT*, n°281, novembre 1995.

[448] *Journalistes CFDT*, n°276, février 1994.

[449] *Journalistes CFDT*, n°277, avril 1994.

[450] *Journalistes CFDT*, n°279, mars 1995.

[451] *Journalistes CFDT*, n°279, mars 1995.

[452] Observation sur le texte de Claude Chambonnneaud, rapport de séance du 17 mars 1999.

protégé en vertu de la loi du droit d'auteur.

sur ces questions comme seul discours légitime. Cette démarcation nécessaire, entre le SNJ et l'USJ-CFDT, conduit d'ailleurs cette dernière à un effort permanent sinon d'explication du moins de traduction pour nommer autrement ce qui fait l'enjeu du conflit et notamment celui du monopole de la représentation normative de la profession. Dans le Bulletin ***« Journalistes CFDT*** » n°280 de juillet 1995, consacré pour une large part à la déontologie, l'USJ-CFDT revient sur l'histoire de *la Charte de Munich*. Son auteur, Paul Parisot, note ***« qu'il n'est pas inutile d'en rappeler la genèse car les journalistes CFDT se sont longtemps contentés d'un texte plus vague et qui ne comporte que très peu de garanties clairement formulées*** ». Ce texte, dont l'auteur prend la précaution de ne citer ni le nom ni ses initiateurs, n'est rien moins que la charte de 1918, c'est-à-dire celle du SNJ. Le suspens ne dure pas longtemps puisque plus loin, Paul Parisot lève voile en expliquant ***« Ce texte était réputé avoir été élaboré en 1918 par le syndicat autonome ; en réalité il n'avait vu le jour que l'année suivante après que la dernière main eut été mise par Clément Vautel, chroniqueur ultra conformiste qui devint célèbre comme auteur de « mon curé chez les riches » et tête de turc privilégiée du Canard Enchaîné. On avait adopté ce texte faute de mieux*** ». Cette affirmation, qu'il est difficile de vérifier, est de taille et réduit *La Charte du SNJ* à une salle d'attente, un instrument provisoire que l'on s'est contenté de brandir jusqu'à la création de *la Charte de Munich*, ***« seule base de notre éthique professionnelle*** » [453] . L'estocade est de bonne guerre mais il est toutefois intéressant de noter que dans d'autres augures, l'USJ-CFDT se satisfait pleinement de *La Charte du SNJ*, là peut-être encore, faute de mieux.

Au-delà de l'anecdote, cette observation nous paraît être importante car elle constitue sans aucun doute le point d'achoppement de la stratégie du ***« consensus*** » qu'entend mener l'USJ-CFDT. L'absence de clarté concernant la position de l'USJ-CFDT à l'égard de *La Charte du SNJ* entame indéniablement sa crédibilité auprès du SNJ, dont elle se veut pourtant le compagnon de route. De plus, si *la Charte de Munich* constitue un référent pour l'USJ-CFDT en matière d'éthique professionnelle, l'instance syndicale CFDT n'hésite pas à dire qu'elle pourrait lui préférer ***« un projet de charte des devoirs des journalistes français dont nous avons déjà jeté les bases*** » [454] . Est-ce là une volonté, assez floue, de doter la profession d'une référence éthique estampillée ***« CFDT*** » ou bien celle d'émettre des propositions en vue de susciter le débat au sein de la profession ? Il est difficile d'y répondre.

4) L'emploi et l'éthique professionnelle comme objets de valeur

L'articulation discursive du syndicat des journalistes CFDT consiste, outre à viser l'unification symbolique tant au niveau de la profession que de ses représentants, à conjuguer deux repères d'action pour le journaliste CFDT : celui de l'emploi, ***« protecteur de l'identité*** », et celui de l'éthique professionnelle qui lui est consubstantielle. Ces repères sont des objets de valeur que le journaliste CFDT d'abord, puis la profession tout

[453] *Journalistes CFDT*, n°280, juillet 1995. Voir l'analyse comparative des chartes du SNJ et de Munich, p 275 de notre thèse.

[454] *Journalistes CFDT*, n°277, avril 1994.

Copyright PRODHOMME Magali et Université Lumière - Lyon 2 - 2003.Ce document est

entière ensuite, sont censés désirer. L'USJ-CFDT, en tant que destinateur, s'en explique. Elle dresse un lien irrémédiable entre les deux repères : ***« le combat syndical pour une pratique déontologique ne saurait être séparé des revendications en termes de conditions d'emploi, de travail et de rémunérations*** » [455] . Et c'est là un leitmotiv dans le discours CFDT. Les ressorts de cette articulation trouvent leur origine dans ce qui constitue l'essence même de l'action syndicale : défendre les intérêts moraux et matériels de la profession. L'USJ-CFDT prend son rôle à la lettre et tente de convaincre ses troupes de ce double objectif. A cet effet, le syndicat des journalistes CFDT va, à l'intention de la profession, dresser les enjeux qui se trament. Le premier d'entre eux est, comme nous l'avons déjà dit, celui de ***« la survie de la profession*** ». Mais c'est aussi celui ***« d'une garantie d'indépendance des journalistes (…) avant que d'autres ne profitent des circonstances pour nous imposer un ordre professionnel*** » [456] . C'est enfin celui de préserver la liberté de la presse, symbole de l'unité professionnelle par excellence. La conclusion de l'article intitulé ***« Notre déontologie n'est pas à vendre*** » rend compte, à lui seul, de ces enjeux que nous avons déjà cités par ailleurs : ***« Si l'on y prend garde, les journalistes pourraient bien, un jour, subir le même effet boomerang que celui que les hommes politiques connaissent actuellement du fait du télescopage entre les phénomènes de corruption et la loi de décentralisation. Pour l'USJ-CFDT, il est urgent que les journalistes se saisissent de ces problèmes de déontologie avant que d'autres ne le fassent dans des conditions qui, sous couvert de protéger la présomption d'innocence, risquent de mettre sérieusement en péril la liberté de la presse*** » [457] .

Selon la CFDT, la pérennité de la profession est mise à mal par ***« les logiques développées par les éditeurs »*** [458] qui constituent une menace sérieuse pour les journalistes. Celles-ci entraînent ***« le phénomène de précarisation galopante de la profession*** » et conduisent les pratiques professionnelles sur la voie des dérapages car ***« les pratiques journalistiques sont la plupart du temps la résultante des logiques d'entreprise. Ce sont les directions d'entreprise et leurs hiérarchies qui effectuent le plus souvent le choix que mettent en œuvre ensuite les journalistes*** » [459] . Si l'USJ-CFDT semble désigner le patronat comme le responsable des dérives journalistiques, elle n'en fait pas pour autant un coupable idéal. Nombreux sont ceux qui, aux côtés des employeurs, sont mis en cause en matière de dérapages notamment la profession ***« où la tendance à s'ériger en juge est une pratique courante »*** [460] . Son

[455] *Idem*.

[456] *Journalistes CFDT*, n°279, mars 1995.

[457] *Journalistes CFDT*, n°280, juillet 1995. Sur cette question, Le SNJ tient les même propos.

[458] Observation sur le texte de Claude Chambonneaud, rapport de séance du 17 mars 1999.

[459] *Idem*.

[460] *Journalistes CFDT*, n°276, février 1994.

 Copyright PRODHOMME Magali et Université Lumière - Lyon 2 - 2003.Ce document est

message s'adresse plus particulièrement à ***« un certain nombre de confrères qui ont un peu trop tendance à confondre leurs intérêts personnels avec des intérêts privés »*** [461] . Seule la solidarité professionnelle peut conduire au salut de la profession. L'intérêt privé est dès lors un anti-programme qu'il s'agit de dénoncer. Le syndicat CFDT fustige aussi ***« les dérives inadmissibles que l'audiovisuel n'a fait que cristalliser*** » [462] . Ce secteur d'activités spécifique rassemble à lui seul, dans le discours de la CFDT, tous les maux de la profession. Il donne l'exemple à ne surtout pas suivre. L'ensemble de ces protagonistes est discrédité et ce à plusieurs égards. Du fait de l'inertie dont ils font preuve – ***« nous avons demandé en vain aux patrons de presse »*** - ou de ce qu'ils représentent, les employeurs incarnent les pressions économiques, les phénomènes de concentration qu'ils cautionnent et la technique qu'ils utilisent. Et c'est là un risque présenté comme majeur pour la profession. En effet, l'USJ-CFDT exprime une méfiance manifeste à l'égard de l'évolution des techniques dont le patronat pourrait se servir dans un but précis. Le syndicat précise ses craintes en soulignant que ***« jamais en effet nous n'avons été aussi près de ce fameux journal sans journalistes auquel rêvent certains patrons de presse d'autant que les techniques le permettent »*** [463] . Mais, il n'en reste pas à ce seul constat. ***« Les dérapages déontologiques sont »,*** pour lui, ***« de plus en plus fréquents du fait de l'évolution vertigineuse des moyens et des techniques de communication*** » [464] et d'insister ***« Tout ceci s'organise à un moment où la profession de journaliste est confrontée à des évolutions sans précédent (développement de nouveaux médias, informatisation des rédactions, transmissions des images satellites) qui font que le journaliste est amené à travailler de plus en plus vite, au nom d'une lutte contre la concurrence de plus en plus exacerbée*** » [465] . L'évolution des techniques sert d'assise au pouvoir patronal qui paraît en revendiquer l'usage au détriment de la profession et de ses pratiques. Là encore, l'USJ-CFDT se dresse comme rempart en s'adressant à la profession : ***« la CFDT en appelle à la reconnaissance de l'entité juridique des équipes rédactionnelles qui permettent collectivement aux praticiens de l'info que sont les journalistes de réfléchir, se prononcer, voire s'opposer aux logiques développées par les éditeurs »*** [466] . Il s'agit bien, ici, de poser le patronat comme anti-sujet et ses logiques comme anti-programme. Il s'agit aussi de prôner une démarche collective qui s'inscrit dans le cadre d'un programme qui vise la solidarité professionnelle, leitmotiv de l'USJ-CFDT.

[461] *Journalistes CFDT*, n°277, avril 1994.

[462] *Idem.*

[463] *Journalistes CFDT*, n°279, mars 1995.

[464] *Idem.*

[465] *Journalistes CFDT*, n°280, juillet 1995.

[466] Observation sur le texte de Claude Chambonneaud, rapport de séance du 17 mars 1999.

protégé en vertu de la loi du droit d'auteur.

IV) Le SGJ-FO : « Uni pour résister »

1) Faire face aux offensives patronales

Le syndicat général des journalistes Force Ouvrière, qui représente une frange minoritaire de la profession, est le plus ancien des trois syndicats FO de journalistes, aux côtés du Syndicat des journalistes et du syndicat de l'audiovisuel. Ces trois syndicats, réunis lors du dernier scrutin triennal de la commission de la carte d'identité des journalistes professionnels (CCIJP), n'ont pas obtenu d'élus en 2000. Ce qui fut d'ailleurs le cas lors des scrutins précédents. Si cette situation fragilise quelque peu le SGJ-FO, elle n'entame en rien ses revendications et sa mobilisation autour de l'évolution des pratiques journalistiques. Pour les journalistes, comme pour les organisations d'employeurs, il reste un interlocuteur avec lequel il faut compter. Fidèle à la tradition de la CGT Force Ouvrière, le SGJ-FO assume un syndicalisme de pure contestation et d'opposition systématique à tout ce qui toucherait, de près comme de loin, les acquis, pas seulement sociaux, de la profession. Quelles que soient les circonstances, le SGJ-FO se veut de tous les combats et n'hésite pas à faire entendre sa voix, à résister aux pressions économique et politique et à ***« faire face aux offensives patronales sur les fronts les plus divers : Menaces sur l'emploi, les qualifications, les salaires, la protection sociale, etc.*** » [467] . Ses militants concèdent volontiers qu'ils ***« manquent de souplesse*** » mais c'est pour mieux rappeler ***« qu'ils ne sont pas faits pour être manipulés*** » [468] . Ce manque de souplesse se traduit, sur le terrain des revendications, par un refus quasi permanent de la recherche d'un compromis et par la pratique très courante de l'injonction. En témoigne le titre de l'éditorial de *La Morasse*, datée de septembre-octobre 2000, ***« Augmentation immédiate des salaires ! »*** Ou encore celui de l'automne 1997 ***« Rendez-nous nos 30 %*** ». Le SGJ-FO exige plus qu'il ne transige et impose ses revendications, au premier rang desquelles la revendication salariale, au nom ***« des intérêts particuliers des salariés*** » [469] . Et c'est là un point qui le différencie des autres syndicats de journalistes qui travaillent pour l'intérêt collectif et non l'intérêt particulier. En effet, pour eux, ce qui est bon pour la profession, l'est aussi pour le journaliste. Le SGJ-FO, quant à lui, ne l'entend pas ainsi et explique que ***« défendre la profession, c'est renforcer le syndicalisme libre et indépendant, c'est-à-dire le syndicat qui, en toutes circonstances, se détermine exclusivement en fonction des revendications et des intérêts particuliers de ses mandants et non d'un prétendu « intérêt général », qui n'est en fait que la traduction des volontés patronales ou gouvernementales »*** [470] . Est-ce à dire que le SGJ-FO limite son action à ses seuls mandants ou bien que, le seul fait de viser l'intérêt

[467] *La Morasse*, n°844, 1993.

[468] *La Morasse*, n°836, avril mai juin 1991.

[469] *La Morasse*, n°851, 1996.

[470] *Idem*.

protégé en vertu de la loi du droit d'auteur.

général serait déjà le signe d'un compromis ? La question mérite d'être posée tant les contours de l'action syndicale des journalistes FO sont flous.

2) « Indépendance syndicale vs modernité »

Il semble que le SGJ-FO concentre ses revendications sur les acquis sociaux de la profession et s'oppose à toute évolution qui puisse compromettre ces acquis mais surtout l'existence voire la reconnaissance même du syndicalisme. Les remarques qu'a adressées le SGJ-FO à Jean Schwoebel, concernant sa proposition de relancer, en 1992, la formule des Sociétés de rédacteurs, sont à cet égard édifiantes. Dans son éditorial intitulé ***« Les anciens et les nouveaux*** », le SGJ-FO s'insurge contre les ***« ambitions*** » de Jean Schwoebel qui ***« n'a qu'une réponse à toutes ces questions, dans la mesure où il se les pose : « la création des Sociétés de rédacteurs*** ». Toujours dans la même tonalité, le SGJ-FO s'interroge ***« est-il nécessaire de mettre sur pied des structures nouvelles de conception corporatiste inspirées par l'association capital /travail pour apporter aux journalistes les garanties nécessaires au sain exercice de la profession ?*** » [471] . Il faut donc arriver à ces quelques lignes pour donner un sens au titre de l'éditorial, qui oppose les anciens vs les nouveaux. L'enjeu pour le SGJ-FO ne porte pas sur la remise en cause de l'arsenal légal et réglementaire de la profession car, selon lui, ***« le fait qu'il soit inopérant ne veut pas dire qu'il est inexistant*** » [472] mais sur la remise en cause du rôle du syndicat. La crainte d'être relégué au rang des formules anciennes conduit le SGJ-FO à mettre en garde les journalistes syndicalistes contre la tentation d'être séduits par des ***« formules dites modernes*** » dont l'ambition, révèle le SGJ-FO, n'est autre que ***« d'instaurer un succédané de syndicalisme*** » [473] . Conscient du redoutable défi que représente pour lui la création des Sociétés de rédacteurs et au-delà la modernité qu'elle incarne, le SGJ-FO n'a d'autres solutions que de se référer au ***« réalisme*** » qui ***« consiste à rappeler - ce que nous avons cessé de faire depuis l'apparition de cette formule - que ce n'est pas l'entrée de quelques confrères dans les conseils d'administration, voire dans le capital même moral, des entreprises qui suffira à faire appliquer des mesures qui déplaisent à nos employeurs*** » [474] . Il est intéressant de souligner que la modernité, dans les discours du SGJ-FO, est tout entière rattachée au modèle patronal qui l'incarne. Pour le syndicat FO, l'économie de marché, dans laquelle se complaît le patronat, est la marque de la modernité et d'expliquer ***« Et ces concessions, les puissances d'argent et les pouvoirs politiques en attendent au nom du « modernisme » pour pouvoir traiter de ringards ceux qui refusent ce modernisme »*** [475] . C'est ici une manière de renforcer l'identité syndicale dans le rapport

[471] *La Morasse*, n°840, 1992.

[472] *Idem*.

[473] *Idem*.

[474] *Idem*.

[475] *La Morasse*, n°836, 1991.

Copyright PRODHOMME Magali et Université Lumière - Lyon 2 - 2003.Ce document est

de force. C'est aussi l'expression des peurs inconscientes de se fondre dans l'autre et de disparaître. D'où le rejet de la modernité, du modernisme et de ***« l'intérêt général*** ». Cette résistance, qui induit notamment des prises de positions radicales, est d'autant plus vive que l'identité syndicale est mal assurée et qu'elle est fragile.

Il est à noter, par ailleurs, que le SGJ-FO ne trouve pas l'occasion de réclamer la conquête de la gestion de l'entreprise mais bien plutôt de revendiquer l'irréductible antagonisme capital /travail auquel il est attaché. Le discrédit est désormais jeté sur les ambitions de Jean Schwoebel, qualifiées même ***« d'élucubrations*** », au profit d'un projet bien ***« plus urgent et efficace »,*** celui de ***« revigorer les syndicats de journalistes*** »[476] et leur identité respective sans doute face aux défis du ***« modernisme*** ». C'est d'ailleurs là, un des thèmes de prédilection du SGJ-FO qui prône sans cesse l'indépendance et la liberté syndicale. C'est aussi la raison pour laquelle, le syndicat FO cherche à contenir les menaces qui réduiraient son champ d'action à la portion congrue. ***« Réaffirmer l'importance d'un syndicalisme fort »*** et l'antagonisme irréductible du capital et du travail, constitue la matrice discursive du SGJ-FO et servira de base à toutes formes de revendication et de dénonciation, comme nous l'avons vu dans l'exemple des Sociétés de rédacteurs.

3) L'unité professionnelle comme forme de résistance

En matière de déontologie, le mot d'ordre qui est prôné par le SGJ-FO est l'unité professionnelle. Ce paradoxe, qui va à l'encontre de la défense des intérêts des seuls mandants, s'explique par la crainte d'une prise en charge patronale ou étatique des moyens de réguler la profession et, in fine, la remise en cause de l'expression syndicale. Mieux vaut en effet être unis pour faire front et résister aux tentatives patronales d'atteintes aux libertés. Dans l'un des ses articles, le SGJ-FO rappelle que ***« nous pouvons tous nous prévaloir de la clause de conscience, des même droits aux congés, aux dispositions fiscales et d'une même carte professionnelle quelles que soient les techniques de diffusion ou d'impression que nous utilisons, quels que soient nos employeurs publics ou privés. Cette unité, c'est aussi notre intérêt*** »[477]. Le syndicat invite la profession à poursuivre des finalités - défendre nos acquis - exigeant la solidarité pour aboutir. Elle la convie par ailleurs à considérer le rôle du syndicat comme indispensable pour lutter contre ***« cette offensive psychologique de la part des personnes extérieures au mouvement syndical (…) celles qui se complaisent à prédire la fin du syndicalisme emporté à leur avis par la poussée généralisée d'un individualisme débridé*** »[478]. Les mots tranchent et opposent l'union vs l'individualisme, les conditions de travail contraignantes vs la rentabilité de l'entreprise, le syndicalisme fort vs la prolifération de syndicats maison, indépendance vs concessions, etc. Dans tout cela, revient la thématique du modernisme, notion consubstantielle à l'émergence de l'individu voire à son triomphe. L'union professionnelle défendue par le SGJ-FO est l'un des

[476] *La Morasse*, n°840, juillet août septembre 1992.

[477] *La Morasse,* n°836, 1991.

[478] *La Morasse*, n°836, 1991.

 Copyright PRODHOMME Magali et Université Lumière - Lyon 2 - 2003.Ce document est

moyens de combattre l'affaiblissement de l'individu et de restaurer le rôle du syndicat en tant que réseau de solidarité. Le Syndicat FO se pose, auprès de la profession, comme un instrument incontournable de la lutte et se définit même comme ***» bouclier de l'indépendance d'une profession que les puissances d'argent et les pouvoirs publics rêvent de mettre au pas »*** [479] . Jean-François Tétu explique, dans une analyse consacrée au discours syndical, que ***« l'unification symbolique est une visée stratégique car elle permet seule d'intégrer les composantes hétérogènes dans une communauté qui pourra, par son nombre et sa puissance, imposer les objectifs fixés par le groupe lui-même ou par ses représentants »*** [480] . D'où l'intérêt, pour le SGJ-FO de rappeler ce qui fait le ciment de la profession : clause de conscience, carte de presse, le statut de 1935, etc. Il invite donc le journaliste à se définir non pas par rapport à l'entreprise de presse car ***« se fonder sur l'originalité de nos entreprises pour se considérer comme journalistes « à part » aboutirait à ne plus avoir de journalistes à part entière »*** mais par rapport à ***« une base commune de culture générale*** » de laquelle le syndicat FO se porte garant. En effet, toujours selon lui, ***« cultiver au point de les exacerber nos « spécificités », aboutirait, sur le plan syndical, à la prolifération de « syndicats maisons » avec toutes les concessions que cela suppose »*** [481] .

Comment dès lors cette stratégie d'unification symbolique s'articule-t-elle autour du thème de la déontologie et de l'éthique professionnelle ? Dans un éditorial intitulé ***« La déontologie en question »***, le SGJ-FO rappelle sa position : ***« il nous incombe à nous, journalistes, de ne pas baisser les bras et de défendre sans cesse ce à quoi nous sommes tous attachés, à savoir la liberté d'expression dans le respect de notre déontologie*** » [482] . L'emploi du pronom ***« nous*** » qui précède son référent ***« les journalistes*** » vise à mobiliser la communauté journalistique pour défendre ***« la liberté d'expression »*** et ***« le respect de notre déontologie*** » posés comme des objets de valeur. Cela dit, cet emploi du ***« nous*** » avait été préalablement utilisé pour désigner ***« le syndicat général des journalistes FO : « Ce qui signifie pour nous, SGJ-FO, la défense de la liberté d'expression et des conditions dans lesquelles nous exerçons notre profession*** » [483] . Cette articulation est intéressante car elle conduit le lecteur à considérer l'emploi du ***« nous*** » d'abord en référence au syndicat FO puis plus loin à la profession. Cet ordre n'est pas innocent et constitue même une matrice que le SGJ-FO s'emploie à utiliser régulièrement. Dans un article consacré aux événements de la Guerre du Golfe, le SGJ-FO réitère l'exercice, en respectant l'ordre décrit ci-dessus :

- ***« Pour nous, syndicat général des journalistes FO, ceci est inacceptable (…) la***

[479] *Idem.*

[480] Tétu J.F, op.cit., p 8.

[481] *La Morasse*, n°836, 1991.

[482] *La Morasse*, n°844, 1993.

[483] *Idem.*

protégé en vertu de la loi du droit d'auteur.

défense de la profession nous incombe à l'audiovisuel comme dans la presse écrite » [484] . Puis, plus loin, le ralliement s'opère :

- ***« Nous respectons les droits de chacun ce qui ne va pas sans l'accomplissement, par tous, des devoirs qui incombent doublement à un journaliste parce que c'est un professionnel syndiqué*** » [485]

C'est donc le syndicat et la profession, présentés comme les destinateurs au nom desquels il faut agir, qui forment les principes de la logique d'action.

L'objectif, pour le SGJ-FO, est clairement d'éviter une dispersion qui affaiblirait sa légitimité comme il est écrit dans ce même article : ***« le morcellement de la représentation des journalistes FO, discrédite notre syndicat et porte atteinte à notre action*** » [486] . Il est donc nécessaire de réduire l'espace d'autonomie du journaliste en lui proposant le cadre d'intervention du syndicat FO. L'inverse conduirait à une crise des repères au premier rang desquels celui du syndicalisme.

4) La liberté d'expression face aux pouvoirs

La stratégie d'unification symbolique est en outre motivée par un autre objectif, tout aussi important, qui vise cette fois à exclure ceux qui, en dehors de la profession, cherchent des moyens de réguler la pratique journalistique. Pour le SGJ-FO ***« il est inacceptable d'entendre certains qui n'ont rien à voir avec notre profession, parler de règles de déontologie*** » et d'ajouter ***« je crains que les accusateurs d'hier ne se placent encore une fois en donneurs de leçons dont les journalistes feront les frais… »*** [487] . S'unir derrière une communauté d'intérêts c'est exclure ceux qui n'appartiennent pas à cette communauté. C'est aussi se préserver de toute forme d'ingérence notamment patronale et étatique. Comme le dit le SGJ-FO : ***« les représentants patronaux se frottent les mains devant l'aubaine d'un tel éparpillement*** » [488] .

Outre la défense de l'unité professionnelle et l'affirmation d'un syndicalisme fort, le SGJ-FO se propose aussi de ***« contrer les dérives et les empiètements des pouvoirs sur la liberté d'expression*** ». Le thème de la liberté d'expression est sans conteste un élément de la rhétorique syndicale Il rend possible la dénonciation d'un comportement d'exploitation et d'ingérence et permet de brandir des valeurs communes au premier rang desquelles la liberté de la presse. Dans un éditorial consacré, comme son titre l'indique déjà, ***« Aux pressions et atteintes aux libertés*** », le SGJ-FO va condamner ***« ces empiètements des pouvoirs sur la liberté*** » [489] . Si les pouvoirs politiques et judiciaires sont ici clairement visés par le syndicat FO, l'enjeu porte, lui, sur la responsabilité du directeur de publication et sur ***« la mise sous tutelle de l'information*** » qualifiée

[484] *La Morasse*, n°836, avril mai juin 1991.

[485] *Idem*.

[486] *La Morasse*, n°844, 1993.

[487] *La Morasse*, n°836, 1991.

[488] *Idem*.

[489] *La Morasse*, n°834, 1990.

protégé en vertu de la loi du droit d'auteur.

« d'inacceptable ». Le journaliste incarne dès lors la figure de la ***« victime*** », de ***« la cible directe*** » et du ***« bouc émissaire*** » pris dans un étau que le SGJ-FO s'attache à desserrer. D'un côté le journaliste serait victime ***« des ordres de son patron*** », de l'autre ***« il serait puni de les avoir suivis »***. Après avoir rappelé que le ***« journaliste reste bien évidemment subordonné, de par son contrat de travail, au propriétaire du journal*** », le SGJ-FO va s'effacer pour laisser place à un discours de l'alliance : ***« ce que tout le monde a été amené à condamner, c'est le principe même de l'intervention du pouvoir politique*** » et de s'affirmer à nouveau ***« pour notre part, nous ne pouvons que déplorer le procès d'intention ainsi fait »*** [490]. Cette fois-ci l'unité professionnelle dépasse les seuls journalistes pour englober ***« les organes de presse*** » qui constituent ce ***« tout le monde*** ». C'est donc au nom de la liberté de l'information, celle de l'expression et de la presse, que l'union s'opère et qu'elle va contrer toute forme d'ingérence étatique. Cela dit, cette ingérence étatique est parfois taxée de connivence avec le milieu patronal comme en témoigne la conclusion d'un article véhément à l'égard du pouvoir judiciaire. Certes, le contexte s'y prête puisqu'il fait suite au placement en garde à vue de photographes de presse après le décès tragique de la Princesse de Galles mais c'est sans discernement que le SGJ-FO va désigner les coupables allant même jusqu'à les mettre en garde : ***« Les professionnels ne sont rémunérés pour le travail que parce que les patrons y trouvent leur profit. Ce sont les patrons qui sont responsables ! Et le gouvernement devrait faire attention, la vengeance des ministres (même les Premiers ministres) envers la presse est toujours un signe de faiblesse*** » [491]. Là encore les journalistes sont ***« pris comme boucs émissaires »*** et donnent l'occasion au SGJ-FO de rappeler son positionnement ***« notre syndicat a protesté contre le traitement infligé à ces professionnels*** » et de conclure ***« en tout état de cause, le SGJ-FO fera tout pour que la liberté de la presse, condition de la démocratie, soit respectée*** » [492]. Un second article vient appuyer cette analyse qui place, dans la stratégie discursive du SGJ-FO, l'État et le patronat comme les adversaires indiscutables du syndicat FO. La tonalité très virulente de cet article ne laisse aucune place à l'équivoque et diffère de l'offensive discursive à laquelle le SGJ-FO nous avait jusqu'alors habitués. Le titre augure déjà du contenu puisqu'il s'agit ***« d'un manifeste »*** dont le dictionnaire rappelle qu'il s'agit ***« d'une déclaration écrite, publique et solennelle, par laquelle un groupe expose son programme, justifie sa position*** ». Il s'adresse ***« à ceux qui disent aimer la liberté de la presse »***, et s'amorce par l'emploi du pronom personnel « Ils », pronom de la mise à distance et de l'absence de ou des personnes qu'il représente : ***« Alors ils veulent qu'on leur parle de la liberté de la presse ! »*** [493]. Le suspens qu'entretient l'auteur à travers le titre et l'introduction du Manifeste s'estompent au fur et mesure que l'on avance dans la lecture et contribuent à cerner progressivement l'identité de l'adversaire. Le premier référent donné à ***« ceux qui***

[490] *Idem*.

[491] *La Morasse*, n°857, 1997.

[492] *Idem.*

[493] *Idem*.

disent aimer la liberté de la presse » et au pronom personnel ***« ils*** » va certes rester dans l'anonymat mais va être doté d'une forte charge symbolique puisqu'il s'agit de ***« messieurs les ministres, les sénateurs, les députés, les préfets et les militaires, les directeurs de publication, les magistrats, les juges et les policiers »*** [494] . Ici la figure actancielle de l'État, comme anti-sujet, se construit autour de ses représentants et du pouvoir respectif qui leur incombe : politique et judiciaire. Aux côtés de l'État, comme anti-sujet, se trouvent mêlés les directeurs de publications, autre figure d'anti-sujet qui, eux, représentent le pouvoir économique. L'anonymat, qui fait la part belle aux fonctions symboliques des anti-sujets, disparaît et laisse place à une dénonciation directe et nominative qui amalgame les deux figures de l'adversaire l'État et le patronat : ***« Truche, Lang, Kiejman, Gaudin, Léotard ou Carignon, Papon, le Pape, vous êtes tous pour la liberté de la presse, absolument pour sans aucune réserve, pour la liberté de la presse comme Hersant, Lagardère, Bouygues, Fillioud, Peyrefitte, Soustelle, Bourges, Joël Le Theule et Pasqua, tous pour sans aucun doute »*** [495] . Après la dénonciation, sur le mode de l'ironie, succède l'interpellation, là aussi ironique : ***« mais la liberté de la presse vous la connaissez ? Oui, bien sûr, mais sous un autre nom. Vous parlez d'éthique et de conduite professionnelle, de déontologie, d'honneur et d'ordre moral*** » et d'expliquer ***« quand vous nous appelez à discuter de la liberté de la presse, c'est pour essayer de nous faire peur*** » [496] . Ce travail de traduction permanente des véritables enjeux qui se trament derrière les ambitions du pouvoir politique, judiciaire et patronale sert le discours revendicatif du SGJ-FO contre :

- Le pouvoir politique : ***« sous le prétexte de faire disparaître une niche fiscale, les parlementaires, qui, dans le même temps se préoccupaient de se garantir pour eux-mêmes « un chenil fiscal*** », ne voulaient-ils pas en fait mettre en fourrière cette meute de journalistes qu'ils se devaient bien de rendre à eux-mêmes, c'est-à-dire de ***« jeter aux chiens*** » [497] .
- Le pouvoir économique et patronal : ***« S'il y a dérapage, messieurs les éditeurs de journaux, ne poussez pas les voitures dans le mur de la presse*** » poubelle-people » pour le profit du béton, de l'adduction d'eau ou de l'augmentation des marchés d'État et des commandes d'armement » [498] .

L'exemple de cet article étaye très clairement notre hypothèse selon laquelle l'éthique professionnelle et la déontologie des journalistes est un enjeu de pouvoir et un instrument qui permet, notamment au SGJ-FO, de revendiquer non pas des devoirs mais des droits considérés comme sinon bafoués du moins menacés. Pour le SGJ-FO l'objectif est de s'en tenir aux acquis mais surtout d'éviter toute forme d'ingérence ou de «***participation, par la contrainte, au dévoiement de la profession*** ». Ainsi, en matière de déontologie, le syndicat FO s'oppose avec fermeté à ***« la constitution au niveau national, régional ou des entreprises de ce qui pourrait être « un conseil de l'ordre des journalistes »***

494 *Idem.*

495 *Idem.*

496 *Idem.*

497 *Idem.*

498 *Idem.*

 Copyright PRODHOMME Magali et Université Lumière - Lyon 2 - 2003.Ce document est

ou « un haut comité de l'information ou « un conseil de presse » [499] . Cette prise de position est maintes fois répétée : ***« (…) quoiqu'il en soit nous nous opposons comme nous l'avons toujours affirmé à la constitution de toute forme d'ordre des journalistes ou de conseil supérieur, ou conseil de rédaction pour veiller sur la déontologie*** » [500] ; ***« Nous refusons la soumission des journalistes à un observatoire des médias »*** [501] ; ***« Les journalistes FO s'opposent ainsi aux vrais projets visant à imposer des restrictions juridiques à l'exercice de la profession*** » [502] . Deux raisons semblent motiver ces refus. Le SGJ-FO considère, d'une part, que la Charte de 1918 et celle de Munich constituent à elles seules, suffisamment de garanties d'éviter les dérapages et d'ajouter ***« et si tout le monde en était d'accord, ces textes pourraient devenir un code légal amplement suffisant et répondant à toutes les questions que peut se poser la profession*** » [503] . D'autre part, le syndicat FO exprime une volonté inconditionnelle de préserver son indépendance et celle de la profession. Sa crainte de voir son espace d'autonomie en matière de défense des intérêts moraux des journalistes grignoté par le patronat ou l'État le conduit à une méfiance exacerbée de tous projets d'encadrement et de régulation de la pratique journalistique. Il établit d'ailleurs ouvertement la distinction entre les deux démarches : ***« que l'on ne mélange pas la déontologie générale des journalistes et la déontologie particulière des directeurs de journaux*** » et de révéler ***« médiateur et courrier ne sont que des masques inventés par des directeurs en peine de vaine démocratie, de fausse objectivité et le moyen d'étendre leurs vrais pouvoirs »*** [504] . Là encore, l'effort de traduction – des masques inventés ; moyen d'étendre leurs vrais pouvoirs – sert la cause du syndicat notamment celle de son indépendance. Elle permet aussi de dévoiler au grand jour le coupable idéal des dérives qui sont avant tout ***« à mettre sur le compte de la volonté des employeurs, au nom de leurs seuls intérêts financiers, à privilégier l'information spectacle, notamment dans l'audiovisuel*** » et de donner une légitimité à son action qui vise, dit-il, ***« à mettre en échec les tenants de l'information livrée aux seuls critères du marché mondialisé »*** [505] .

La stratégie discursive du SGJ-FO articulée autour du thème de la déontologie journalistique permet la mise à jour de l'adversaire, le patronat, désigné comme responsable des dérives, et de sa logique d'action guidée par la seule rentabilité. Elle permet par ailleurs au SGJ-FO de réaffirmer l'importance d'un syndicalisme fort et

[499] *La Morasse*, n°844, 1993.

[500] *Idem*.

[501] *La Morasse*, n°861, 1999.

[502] *La Morasse*, n°864, 2000.

[503] *La Morasse*, n°861, 1999.

[504] *La Morasse*, n°861, 1999.

[505] *La Morasse*, n°864, 2000.

protégé en vertu de la loi du droit d'auteur.

indépendant face aux menaces qu'incarnent le patronat mais aussi l'État en matière d'atteintes aux libertés. Il est en outre intéressant de noter que le SGJ-FO redoute toutes formes d'évolution qui entameraient son champ d'action. Cette crainte est explicite tant au niveau du lexique (menace, défense, faire attention, se méfier, cacher, etc. [506] que de la rhétorique : ***« quand vous nous appelez à discuter de la liberté de la presse, c'est pour essayer de nous faire peur*** » ; ***« qu'on le dise en rap ou sur Internet, les journalistes ont leurs lois, leurs règles, leurs conventions, ils en ont bien assez. Ils ont aussi leurs libertés, bien menacées*** » [507] . La menace est l'un des thèmes récurrents du discours du SGJ-FO. Nous pensons, même, qu'il entretient ce thème pour fonder sa logique d'action et s'affirmer comme ***« bouclier de l'indépendance de la profession*** ». La peur est aussi un des ressorts de sa rhétorique car elle alimente le rapport de force, élément de la raison d'être du syndicat. C'est la raison pour laquelle le SGJ-FO s'oppose avec détermination à toutes formes de compromission qui, in fine, affaiblirait son rôle voire même son identité et prône l'unité professionnelle comme forme de résistance.

V) Le SNJ-CGT : « Ne nous laissons pas encoder ! »

1) S'opposer aux politiques patronales

« Le SNJ-CGT, pleinement CGT, est ambitieux » [508] déclare son secrétaire général, Michel Diard, dans un éditorial daté de juillet 2001 consacré à l'esquisse d'un nouveau journalisme. Les ambitions du SNJ-CGT, au-delà de ce que lui impose l'actualité et les crises qui ponctuent l'évolution des pratiques professionnelles, s'articulent autour de quatre objectifs, piliers de la stratégie discursive du SNJ-CGT :

- Défendre une autre conception de l'information
- Rechercher l'indispensable unité pour envisager des réponses collectives
- Conquérir de nouveaux droits
- Redéfinir les conceptions de l'exercice de la profession.

Antilibéral, d'ailleurs adhérent d'ATTAC, intransigeant avec le modèle patronal et ses conséquences sur la profession, le SNJ-CGT est, parmi les organisations syndicales de la profession, l'un des plus radicaux. Il le reconnaît en écrivant, dans un éditorial intitulé ***« Pour un journalisme de dignité*** » ***: « Résister suppose lutter au quotidien avec les organisations syndicales, et notamment avec la plus radicale d'entre elles, le SNJ-CGT, pour s'opposer aux politiques patronales multiformes*** » [509] . Son rôle,

[506] Voir notes de bas de page n°547 de notre thèse.

[507] *La Morasse*, n°857, 1997.

[508] *Témoins*, nouvelle série, n°7, juillet 2001.

[509] Les documents du SNJ-CGT, avril 2000, p 20.

protégé en vertu de la loi du droit d'auteur.

outre la défense des intérêts matériels et moraux de la profession, est ***« d'apporter des preuves des dangers qui nous guettent et qui guettent la liberté d'informer »*** [510] comme le confirme le titre de son bulletin ***« Témoins*** ». Il en va même de ***« sa responsabilité »***. Les moyens mis en œuvre sont la dénonciation, l'appel à la résistance de la profession voire ***« l'encouragement à la révolte lucide et collective*** » [511] . En matière de déontologie, la lutte s'organise aussi autour de la résistance mais avec une précision et une pointe de dénonciation qui en disent long sur l'approche des questions déontologiques par le syndicat CGT : ***« résister suppose de ne pas se dissimuler derrière une phraséologie déontologique lénifiante, les codes de déontologie ne servant que d'alibi à toutes les démissions, comme le prouve l'exemple de Jean-Marie Messier, patron de Vivendi, qui a embauché des magistrats pour élaborer de telles chartes*** » » [512] .

Le SNJ-CGT n'est jamais à court de preuves lorsqu'il s'agit de dénoncer les pratiques patronales, celles, dit-il, qui ***« précarisent, qui attentent à notre dignité et à nos conditions de travail, à notre statut, à nos droits d'auteurs, etc.*** » [513] . Ses références se confondent avec celles exposés dans ***« La tyrannie de la communication*** » d'Ignacio Ramonet ou encore dans ***« Les nouveaux chiens de garde*** » de Serge Halimi dont le syndicat CGT assure largement la promotion. Il se reconnaît pleinement dans la dénonciation des effets néfastes du néolibéralisme qui conduit, selon lui, à une interprétation nouvelle des mécanismes de fabrication de l'information. A l'instar de l'USJ-CFDT, qui rappelle que du combat dépendra la ***« survie de la profession*** », le SNJ-CGT dresse un constat alarmiste : ***« Il est urgent de débattre pour redéfinir les conceptions de l'exercice d'une profession en perdition, pratiquée par des hommes et des femmes qui ont du vague à l'âme et qui ont perdu beaucoup de leurs repères »*** et d'interroger ***« Le journaliste (…) a-t-il d'autre choix que celui de la lutte pour reconquérir l'information et la rendre au citoyen ?*** » [514] . Cette lutte est censée s'imposer aux journalistes tant la situation paraît préoccupante et ne saurait s'envisager sans notamment l'unité professionnelle…derrière la CGT. Pour ce faire, le syndicat CGT destinateur s'adresse, via la manipulation (responsabilisation et séduction) aux journalistes destinataires :

[510] *Idem*.

[511] Les documents du SNJ-CGT, avril 2000, p 3.

[512] *Idem*.

[513] *Idem*.

[514] *Témoins*, n°28, 1995.

Copyright PRODHOMME Magali et Université Lumière - Lyon 2 - 2003.Ce document est

Fonction actancielle du SNJ-CGT	**Exemple et traduction en termes de rapport entre le syndicat et les journalistes**
SNJ-CGT = destinateur (ici le SNJ-CGT vise à faire-faire)	***« Alors confrères, vous voyez ce qu'il vous reste à faire*** » ; ***« Le SNJ-CGT fait appel au sens des responsabilités de la profession*** » ; ***« la profession de journalistes est placée devant une alternative : où elle se lève et rejoint le mouvement antilibéral (…) ou elle est appelée à sombrer (…)*** » (rapport de responsabilisation) manipulation
SNJ-CGT = destinateur et objet de valeur	***« Aujourd'hui, ils ont encore les moyens de dire halte en choisissant le syndicat le plus radical, le SNJ-CGT, dont on sait qu'il est honnête, compétent, le plus déterminé, attentif aux opinions de tous et à la recherche de l'indispensable unité*** » (rapport de séduction) manipulation

Le discours investit le syndicat du rôle de destinateur. On insiste alors sur l'importance du vote, de son transfert au syndicat surtout. Et c'est là une fonction très prégnante dans le discours du SNJ-CGT basé sur l'idée de responsabilisation. Bien au-delà des élections à la commission de la carte, qui constituent un enjeu essentiel de représentation syndicale, la responsabilisation de la profession est un des leitmotivs du discours de la CGT, notamment en matière de déontologie et d'éthique professionnelle. Ainsi le SNJ-CGT met l'accent sur la relation de dépendance qu'il entretient à l'égard des journalistes ***« Nous ne connaissons qu'une seule réponse collective : le syndicat*** » [515] et promeut en même temps ***« qu'avec leurs syndicats, les journalistes ont le devoir de préserver leurs acquis sociaux et leurs droits moraux*** » [516] . Le SNJ-CGT prétend par ailleurs laisser le rôle principal et actif aux journalistes en se présentant comme adjuvant d'une action dont il n'est d'ailleurs pas le sujet grammatical : ***«En votant pour le SNJ-CGT, les cris des journalistes deviendront si assourdissants qu'il ne sera plus possible de ne pas en tenir compte. Par leur vote, ils signifieront au patronat leur refus d'une presse « politiquement correcte »*** » et de conclure sur sa participation active ***« ce numéro de Témoins est particulier. Il se veut le reflet des cris des journalistes d'aujourd'hui*** » [517] . Ici la frontière entre le rapport de délégation et celui de participation est fragile, mais c'est le sujet grammatical ***« ils*** », en référence aux journalistes, qui tranche entre les deux rapports. Le journaliste est bien sujet de l'action et le syndicat, l'adjuvant. Enfin le syndicat peut se substituer à l'objet de valeur et se

[515] *Témoins*, n°30, 1996.

[516] *Témoins*, nouvelle série, n°3, avril 2000.

[517] *Témoins*, n°34, 1997 .

 Copyright PRODHOMME Magali et Université Lumière - Lyon 2 - 2003.Ce document est

proposer directement à la convoitise du journaliste-destinataire, à l'admiration de ses vertus intrinsèques : ***« honnête, compétent, déterminé, attentif, etc.*** » [518] . C'est ici, indubitablement, le discours de la séduction qui agit.

2) Responsabilité et autodiscipline des journalistes

Le discours du SNJ-CGT va donc jongler avec ces fonctions et les articuler autour des objectifs qu'il s'assigne. L'objectif de la défense ***« d'une certaine voire d'une autre conception de l'information »*** doit être envisagé de manière collective, c'est-à-dire via le syndicat. Cela dit, sa réalisation implique que le journaliste accepte de déléguer son vouloir-faire au syndicat qui le représente. ***« La recherche de l'indispensable unité*** » incombe aussi au syndicat CGT qui rend compte, auprès de la profession, de sa détermination notamment par un discours de la séduction. Enfin les deux objectifs, de ***« la conquête de nouveaux droits*** » et de ***« la redéfinition des conceptions de l'exercice de la profession*** », sont très clairement ancrés dans un discours de la responsabilisation, donc dévolus aux journalistes. En effet, le SNJ-CGT n'a de cesse de témoigner des enjeux qui se trament auprès des journalistes enjoints à assumer leur devoir, leur responsabilité. Ainsi ***« Les journalistes ont le devoir de tout dire, de se défendre face aux agressions multiples qui surgissent de toute part, du pouvoir politique comme des milieux patronaux*** » [519] ; ***« Mais surtout le SNJ-CGT fait appel au sens de la responsabilité de la profession*** » [520] ; ***« Face aux marchands d'infos, il appelle les journalistes à lutter pour conquérir de nouveaux droits protégeant la profession contre les dérives marchandes et contre l'information spectacle*** » [521] . Il est intéressant de souligner que le discours de la responsabilisation de la profession est largement dominant dans les articles du bulletin du SNJ-CGT. C'est d'ailleurs là une stratégie audacieuse de la part d'un syndicat qui cherche autant à séduire qu'à responsabiliser. Cette stratégie est en effet audacieuse dans la mesure où le rôle du syndicat peut s'amenuiser au fur et à mesure que la profession se responsabilise et prend elle-même en charge un certain nombre d'évolutions présentées comme souhaitables. Si l'on se penche sur les discours qui ont particulièrement trait à la déontologie et à l'éthique professionnelle, nous constatons que cette stratégie est non seulement maintenue mais renforcée puisque responsabilité rime avec autodiscipline. Dans un article intitulé ***« Principes professionnels : ne nous laissons pas encoder*** », le SNJ-CGT souligne sa préférence pour l'autodiscipline et réitère ***« sa méfiance*** » à l'égard des chartes car ***« elles évitent d'aborder les problèmes de conditions de travail, de rémunérations assurant une réelle indépendance, etc. Bref tout ce qui fait la raison d'être d'une organisation syndicale (…) »*** [522] . Le SNJ-CGT soupçonne les chartes et autres codes de masquer des réalités plus graves telles que les conditions de travail, le statut ou les

[518] *Idem*.

[519] *Témoins*, n°34, 1997.

[520] *Témoins*, n°39, 1999.

[521] *Témoins*, nouvelle série, n°7, 2001.

protégé en vertu de la loi du droit d'auteur.

droits d'auteur. Cela dit, la crainte qu'il exprime implicitement est celle de voir son indépendance bradée par les questions de déontologie dont il souligne qu'elles relèvent avant tout de la responsabilité de chacun. ***« Nous nous interrogeons en permanence sur l'éthique professionnelle »*** [523] rappelle le SNJ-CGT qui s'inquiète plus loin ***« le respect de la déontologie est difficilement concevable sans un Conseil de l'ordre. La liberté de la presse peut-elle se concevoir avec des directeurs de conscience ? Désignés par qui ? Faisant respecter des textes élaborés par qui ? »*** [524] . Dans un autre article, il réitère ses prises de positions en soulignant ***« qu'ils sont nombreux ceux qui souhaitent encadrer l'information sous prétexte de mieux protéger les citoyens des excès des journalistes »*** [525] . Cette inquiétude, qui pointe dans le discours syndical, devient explicite lorsque le SNJ-CGT révèle ses motivations : ***« L'autodiscipline de la profession, l'adoption librement décidée des règles éthiques, que nous appelons principes professionnels, et leur constante observation, sont le meilleur rempart des journalistes contre la promulgation éventuelle de nouveaux textes réglementaires ou législatifs les concernant, et dont l'application, aussi respectable que puisse être leur inspiration initiale, pourrait être dangereusement élargie, au point de devenir liberticide »*** [526] . C'est la raison pour laquelle, dans la même veine, le SNJ-CGT voit dans les chartes et autres codes, qualifiés ***« d'insignifiants et de lénifiants*** », ***« une sorte de dogme contraignant et figé »*** ; ***« des corsets rigides*** » ; ***« un moule*** » ou encore ***« une emprise abusive de la hiérarchie*** ». C'est aussi à l'occasion des commentaires qu'il adresse à Jean-Marie Charon, auteur d'un rapport ministériel sur la déontologie journalistique, qu'il réaffirme son opposition ***« à une charte octroyée par le gouvernement, le Parlement ou le patronat*** » [527] . Cette ingérence serait en effet mal perçue par le SNJ-CGT qui ne cesse de rappeler qu'en matière d'éthique professionnelle seule prévaut la responsabilité individuelle du journaliste. Or conduire la profession, dans le discours cégétiste, sur la voie de la responsabilisation relève d'une stratégie d'argumentation savamment construite où s'opposent les adversaires d'abord sociaux mais aussi et surtout discursifs. L'objectif de cette stratégie est double. Elle consiste, d'une part, à camper un contexte délétère dans lequel la profession évolue et, d'autre part, à discréditer l'adversaire présenté comme anti-destinateur. L'argumentation achevée, le SNJ-CGT s'impose comme la figure salvatrice.

Le contexte que décrit le SNJ-CGT est inquiétant voire alarmant. Selon les articles,

[522] *Témoins*, n°38, 1998.

[523] *Idem*.

[524] *Idem*.

[525] *Témoins*, n°39, 1999.

[526] Document du SNJ-CGT, mars 1997.

[527] Commentaires du SNJ-CGT sur le rapport intermédiaire de Jean-Marie Charon « réflexions sur la déontologie », mai 1999.

protégé en vertu de la loi du droit d'auteur.

considérés indifféremment, ***« la profession se paupérise*** » ; ***« la profession est sinistrée*** » ; ***« la profession est en perdition »*** ; ***« son libre exercice est menacé*** » et ***« elle pourrait être appelée à sombrer dans l'indifférence générale »***. Le journaliste, quant à lui, est ***« fragilisé*** » ; ***« dépendants et affaiblis*** » et son statut social se ***« détériore*** ». Enfin l'information est ***« mutilée*** » et ***« en danger*** », ***« soumise à la marchandisation*** » ; ***« de plus en plus stéréotypée*** » bref ***« devenue un produit comme les autres*** ». Nous précisons, à l'issue de ce bref aperçu de la situation, que si le SNJ-CGT s'autorise un tel constat pour servir, nous le pensons, sa stratégie, il s'indigne que d'autres puissent le faire dans des termes beaucoup plus nuancés. Ainsi, le SNJ-CGT se dit surpris par le rapport intermédiaire de Jean-Marie Charon et explique ***« il nous semble qu'il exagère sérieusement la baisse de la qualité de l'information »*** » [528]. Or c'est là une objection qui vient sérieusement à l'encontre des propres remarques du syndicat qui ne lésine pas sur les adjectifs dépréciatifs qui qualifient l'état de l'information en France. L'auteur du rapport intermédiaire en question, daté du 15 avril 1999, rappelait, avec la mesure qui s'impose à tout rapport ministériel, quelques-uns des ***« faits nombreux et répétés qui ont conduit à invoquer une forme de dérive dans la pratique journalistique*** » et d'énumérer ***« condamnation du comportement des photographes de presse et d'agences lors de la mort de la princesse de Galles, mise en cause infondée de personnalités dans la publication d'enquêtes insuffisamment étayées, information erronée sur une procédure judiciaire très sensible diffusée par l'AFP, confusion entre information et promotion dans des émissions de télévision, « bidonnages » répétés de reportages dans des magazines de télévision, diffusion d'images très violentes, telles que des exécutions sommaires lors du 20 heures, etc.*** » [529]. Au chapitre consacré au ***« mouvement volontaire pour la réaffirmation de principes de traitement de l'information*** », Jean-Marie Charon explique que ***« l'entrée dans la société de l'information conduit à la multiplication des canaux et supports d'information (…) l'information s'y trouve noyée dans des démarches commerciales, promotionnelles, propagandistes, sans parler de propos ayant clairement pour objet la désinformation »*** [530]. Certains de ces constats, que l'auteur a prudemment dressés autour de l'information en France, entrent en résonance avec les remarques du SNJ-CGT qui se dit, pourtant, ***« surpris*** ». Cette anecdote que nous avons souhaité relever est loin d'être gratuite. Elle témoigne de la volonté du syndicat CGT de journalistes de déconsidérer systématiquement des réflexions qui n'iraient pas dans le sens de ses appréciations mais, bien au-delà, à entretenir son identité de syndicat radical, parfois jusqu'à l'absurde. Seul donc le SNJ-CGT s'autorise à camper un contexte délétère et profite de l'occasion pour montrer du doigt le ou les coupables qu'il faudra affronter. La lutte cégétiste s'organise en effet contre un système qui porte atteinte aux acquis de la profession. Du point de vue discursif, elle va mettre en jeu ce qu'on appelle couramment des rapports de force. Il s'agit, en effet de ***« résister*** »

[528] *Idem*.

[529] Rapport intermédiaire, Jean-Marie Charon, 1999 , p 2.

[530] *Ibid*., p 25.

et de ***« s'opposer aux politiques patronales multiformes celles qui précarisent, qui attentent à notre dignité et à nos conditions de travail, à notre statut, à nos droits d'auteur, etc. »*** [531] . Une fois de plus le patronat représente l'anti-destinateur dont l'objectif est réduit au seul profit (vs la défense des acquis sociaux et moraux de la profession). La question est d'opposer deux programmes : celui du patronat qui vise ***« la marchandisation de l'information*** » afin d'augmenter les gains et celui du syndicat qui cherche, d'une part, à protéger les journalistes et, de l'autre, ***« à reconquérir l'information et la rendre au citoyen*** » [532] . La situation est ainsi résumée dans le discours du SNJ-CGT : ***« Les intérêts des journalistes sont, aujourd'hui, fondamentalement opposés à ceux de leurs patrons, pour qui, de plus en plus, l'information est un produit comme les autres »*** [533] . Il s'agit ici de poser le journaliste destinataire comme victime ***«des politiques patronales*** » [534] et le syndicat comme ***« l'instance de défense et de protection de la profession*** », bref comme la figure de la résistance. Ainsi le SNJ-CGT se propose de prendre en charge la défense active des intérêts sociaux des journalistes. Cela dit, en matière d'éthique professionnelle, c'est au journaliste qu'il incombe d'agir car il en va de son devoir et de sa dignité.

3) « Ce que nous croyons »

Deux programmes sont alors clairement distincts. L'un ***« fait appel au sens de la responsabilité de la profession »*** [535] , l'autre, au contraire, l'accule à se déresponsabiliser comme en témoignent les propos du syndicat ***« sous le couvert d'un rappel du droit de la presse et au prétexte de leçon de déontologie, apparaît clairement la volonté - patronale - de déposséder les journalistes de toute responsabilité (…) »*** et d'ajouter ***« la spécificité du métier de journaliste induit une quotidienne prise de responsabilité individuelle incompatible avec la soumission aveugle à une ligne directrice imposée par une hiérarchie omniprésente et avec la formalisation codifiée de l'autocensure que sont les chartes rédactionnelles »*** [536] . Le propos se veut à la fois polémique et critique à l'égard des initiatives patronales en matière d'encadrement normatif de la profession dont le syndicat n'a de cesse d'affirmer l'incompatibilité avec la responsabilité individuelle du journaliste qui seule, pour lui, prévaut.

Il est par ailleurs un point sur lequel le SNJ-CGT revient suffisamment pour que l'on s'y attarde. Aux côtés des pressions économiques qui transforment l'information en

[531] Les documents du SNJ-CGT, avril 2000.

[532] *Témoins*, n°28, 1995.

[533] Commentaires du SNJ-CGT sur le rapport intermédiaire de Jean-Marie Charon « réflexions sur la déontologie », mai 1999.

[534] *Témoins*, n°34, 1997.

[535] *Témoins*, n°39, 1999.

[536] *Témoins*, n°38, 1998.

 Copyright PRODHOMME Magali et Université Lumière - Lyon 2 - 2003.Ce document est

marchandise, le syndicat cégétiste dénonce sobrement les pressions de la technique auxquelles la profession est soumise. Évoquant à la fois ***« la révolution numérique*** » et son corollaire ***« la nouvelle économie*** » [537], la CGT semble s'inquiéter de ces ***« bouleversements technique et économique*** » [538] et fait preuve d'une forme d'incapacité à appréhender les changements des pratiques professionnelles qu'ils induisent. Dans son éloge du journalisme, daté de juin 1995, le syndicat mettait déjà en cause ***« les nouveaux outils mis à la disposition des entreprises d'information*** » qui, selon lui, ***« ont trop souvent compliqué la tâche de ceux qui avaient espéré pouvoir informer mieux et plus vite les citoyens (…) au lieu de les aider »*** [539]. Si l'on se penche, pour expliquer ce rejet, sur les travaux de Philippe Bernoux, on retiendra que ***« tout changement est accepté dans la mesure où l'acteur pense qu'il a des chances de gagner quelque chose et, en tout cas, sent qu'il maîtrise suffisamment les leviers et les conséquences du changement*** » [540]. En matière d'innovation technique, il apparaît clairement que le SNJ-CGT affiche une réserve certes mesurée mais bien réelle. Cela dit, le point d'achoppement semble se situer en amont. Si, comme le rappelle P.Bernoux, ***« le changement ne peut en effet se réduire à une décision hiérarchique mais doit être accompagné d'un apprentissage de nouveaux modes de relation »*** [541], nous pensons, à la lecture des documents du SNJ-CGT, que le problème tient à une absence de concertation pour impliquer la profession dans la voie du changement. En effet, après avoir mis en exergue les difficultés rencontrées par la profession à l'égard des nouveaux outils, le SNJ-CGT poursuit sa critique sans ménager la responsabilité du patronat : ***« Les journalistes d'aujourd'hui parlent volontiers du « mépris » de leurs employeurs pour leur travail*** » et d'insister ***« jamais le fossé entre eux et leurs patrons (ou leur hiérarchie) n'a paru aussi profond et le divorce paraît vraiment consommé*** » [542]. Le SNJ-CGT ne reste pas pour autant fataliste et conclut sur la nécessité, pour les journalistes, ***« de se battre dans leur rédaction pour retrouver leur idéal, pour avoir le temps de comprendre toutes les informations, les situer et les resituer*** » [543]. La référence au ***« temps*** » réclamé par le SNJ-CGT pour comprendre l'information à traiter constitue implicitement une réponse légitime aux pressions de la technique et de la rapidité sans cesse accrue.

Les thèmes abordés et les critiques adressées au patronat font du SNJ-CGT un

[537] Les documents du SNJ-CGT, 2000.

[538] *Témoins*, n°38, 1998.

[539] *Témoins*, n°28, 1995.

[540] Bernoux P., *La sociologie des organisations*, éditions du Seuil, octobre 1985, p 206.

[541] *Idem*.

[542] *Témoins*, n°28, 1995.

[543] *Idem*.

protégé en vertu de la loi du droit d'auteur.

syndicat de journalistes comme les autres. Cela dit, le ton employé diffère par sa radicalité et ne laisse guère entrevoir une base de négociations y compris avec les autres syndicats de journalistes taxés de prétention ***« à avoir tout fait, tout réglé, tout obtenu*** » [544] . Le SNJ-CGT se dit ***« déterminé à faire bouger les choses »*** [545] mais manifestement pas ou peu enclin à ce qu'elles évoluent en matière d'éthique professionnelle : pas de charte, pas de code, pas de conseil de presse, pas d'ingérence politique, juridique ou patronale considérés comme autant de risques de voir la profession perdre son indépendance. C'est du moins ce qu'ils disent, ***« ce que nous croyons*** … » [546] .

Conclusion relative aux discours syndicaux : « vers un repli de l'identité syndicale »

a) La structure polémique des discours syndicaux

Nous avions pris la précaution, au début de notre analyse, de rappeler qu'il s'agissait de discours syndicaux dont quelques-uns uns des mécanismes formels, traduisibles en termes sémiotiques, ont déjà fait l'objet d'analyses. Notre étude converge, en de nombreux points, avec ces analyses notamment sur la structure polémique des discours syndicaux –nous parlions alors de confrontation – reconnaissable aux deux niveaux des destinateurs et destinataires.

Au plan des destinateurs, la confrontation oppose un destinateur, le syndicat, l'organisation syndicale, les militants, à un anti-destinateur qui sera souvent, voire toujours, représenté par ***« les organisations patronales, le patron, le patronat ou le capitalisme*** ». Nous avons mis en exergue l'axiologie (ou système de valeurs) sous jacente à ce rapport conflictuel selon les différentes positions adoptées par les syndicats.

Certaines sont irréductibles et font rejoindre l'ensemble des syndicats de journalistes : capital vs travail, responsabilité vs rentabilité, précarité vs profit, dépendance vs indépendance, défense de la profession vs défense de l'entreprise. Ces catégories de valeurs ne sont pas propres aux discours des syndicats de journalistes car elles sont aisément transposables à d'autres secteurs d'activités où s'opposeraient patronat et syndicat. Elles constituent ce que l'on pourrait appeler ***« la lutte des classes »*** dès lors qu'elle souligne la persistance de clivages sociaux traditionnels et qu'elle se donne pour objectif déterminé l'émancipation totale de l'homme de toute exploitation ou domination.

b) syndicalisme de négociation vs syndicalisme de contestation

D'autres, au contraire, marquent l'hétérogénéité des approches syndicales soumises à des interprétations liées à l'identité du syndicat, dont la place est éminente dans leur

[544] *Témoins*, n°34, 1997. Nous soupçonnons le SNJ-CGT, ici, de faire allusion au SNJ.

[545] *Idem*.

[546] *Témoins*, n°38, 1998.

protégé en vertu de la loi du droit d'auteur.

stratégie discursive respective. Ces différences permettent de dresser une taxinomie de la confrontation sociale qui peut évoluer entre deux pôles : parfois elle sera davantage de type polémique, en d'autres cas elle sera plutôt de type transactionnel. Ainsi des diverses formes de rhétorique relevées, nous distinguons d'une part le syndicalisme de négociation (SNJ et l'USJ-CFDT) vs le syndicalisme de contestation (le SNJ-CGT et le SGJ-FO) [547]. De même, trois types de vocabulaire qui sont ceux de l'offensive, de la médiation et de l'unité, ce dernier étant quasiment commun aux quatre syndicats représentés, s'articulent dans les discours syndicaux. Rappelons-nous les écrits de Marx lequel appelait de ses vœux ***« l'unité du prolétariat*** » et soulignait la nécessité que ***« les ouvriers ne fassent qu'une seule tête et un seul cœur*** » [548]. Nous retrouvons donc, pour partie, ce qui fait quasi systématiquement les constituants, les ressorts, la dynamique d'une confrontation sociale, notamment à titre de configuration discursive, dont l'issue, parfois incertaine, relève soit de la victoire soit de la défaite, pour poursuivre dans la terminologie guerrière. Si ces éléments constituent des objets d'analyse conséquents dans le cadre d'une sémiotique syndicale ou encore dans celui d'une sociologie des mouvements sociaux [549], notre approche s'est réduite, quant à elle, à observer la tendance quasi historique des syndicats de journalistes à la politisation de la défense des intérêts moraux de la profession, à la revendication d'une éthique professionnelle, largement consubstantielle à l'identité syndicale [550]. Certes cette politisation amorce les sempiternels clivages sociaux, avec plus ou moins de pertinence, mais surtout elle conduit à transformer l'éthique

[547] L'hypothèse, selon laquelle les « organisations syndicales et les fédérations patronales, en tant qu'adversaires sociaux et discursifs, mettent en place des stratégies discursives de disqualification afin de récupérer le monopole de la représentation normative du groupe professionnel des journalistes, de ses pratiques et de favoriser l'assimilation d'une idéologie » se vérifie, aussi, à la lumière du vocabulaire employé dans les discours syndicaux. En nous penchant sur le dictionnaire analogique nous remarquons que le mot « adversaire » renvoie aux mots « rival » et « combat ». L'adversaire, écrit *Le Robert*, est *« une personne qui est opposée à une autre dans un combat, un conflit, une compétition* ». Or, le champ lexical du combat voire celui de la guerre, comme en témoigne cet échantillon lexical des discours syndicaux, est en effet partout présent : Le SNJ-CGT : « *se révolter, lutter, résister, débattre, la lutte, des attaques, défendre, crier, victimes, militer, s'engager, agressions multiples, bâillonner, ne pas se laisser piéger, les accusations, libérer, protéger, la révolte lucide et collective* ». Le SGJ-FO : « *le danger, victime, condamner, réagir, cible directe, s'opposer, offensive, désarmer, accuser, les accusateurs, ne pas résister, la défense, rejeter, renforcer le combat, engager l'action, dénoncer, combattre, menacer* ». Nous distinguons ces deux syndicats de journalistes des deux autres, car ils sont sans doute les plus virulents acteurs d'une stratégie discursive de disqualification de l'adversaire patronale. Aucun compromis n'est envisagé, seul le combat compte. En revanche, le SNJ et l'USJ-CFDT optent pour des discours plus policés même si, leurs auteurs respectifs se laissent parfois tenter par la rhétorique guerrière. L'USJ-CFDT : « *la lutte, les moyens de lutter, le combat, l'action, la réaction, résister aux pressions, mettre en péril, se défendre, imposer, s'opposer à, réclamer vs exprimer, proposer, réfléchir, favoriser, redéfinir, recommander* ». Le SNJ : « *Ligne de défense, condamner, refuser de sacrifier, obliger, imposer vs qualifier, incomber à, confronter, renforcer, invoquer, reconnaître, se donner les moyens, reconnaissance des divergences, arbitrer, réaffirmer, les solutions, fonder, élaborer* ».

[548] Extrait du *Capital* cité dans Marx K. et Engels F., *op. cit*., p 7 .

[549] Lire à ce propos : Neveu E., *Sociologie des mouvements sociaux*, Paris, La Découverte, 1996, 125 p.

[550] Dans le discours du SGJ-FO, la revendication d'une éthique professionnelle est loin de constituer une priorité.

professionnelle, en tant qu'objet du discours, en objet de pouvoir. Dès lors, l'enjeu devient le partage de la représentation normative de la profession de journalistes. Qu'en est-il ? Plusieurs constats peuvent être dressés. En premier lieu, il est important de souligner que les formes de revendication inhérentes aux questions d'éthique de la profession restent figées dans les discours syndicaux et traversent le temps avec le même objectif : disqualifier le patronat et sa politique. Car il s'agit bien, comme nous l'avons fait remarquer, de pointer le patronat comme principal responsable des dérives médiatiques mais aussi comme opposant à la réalisation de la quête. En second lieu, il nous faut dire que si l'adversaire est commun, l'intérêt majeur en matière de déontologie est loin de faire l'objet d'un consensus dans le paysage des syndicats de journalistes français. Certes, nous avons noté la permanence de la revendication salariale parfois consubstantielle à celle de la défense des droits moraux de la profession, cela dit les dispositifs mis en œuvre témoignent d'une grande hétérogénéité des approches :

Syndicats de journalistes	**PN de base (l'objectif visé)**	**PN d'usage (les moyens)**
SNJ	« Donner une dimension déontologique à notre profession »	Inclure *La Charte du SNJ* dans la convention collective Responsabiliser les journalistes Faire considérer l'action syndicale du SNJ comme indispensable
USJ-CFDT	« Doter la profession des moyens d'éviter les dérapages »	la redéfinition légale du métier l'amélioration des conditions de travail l'extension des compétences à la commission de la carte L'annexion de *la Charte de Munich* à la convention collective La création d'un observatoire des médias
SGJ-FO	« contrer les dérives et les empiètements des pouvoirs sur la liberté d'expression »	renforcer le syndicalisme libre et indépendant revigorer les syndicats de journalistes
SNJ-CGT	« viser l'autodiscipline »	défendre une autre conception de l'information rechercher l'indispensable unité Conquérir de nouveaux droits Redéfinir les conceptions de l'exercice de la profession

« Donner une dimension déontologique à notre profession » (SNJ), *« doter la profession des moyens d'éviter les dérapages »* (USJ-CFDT), ***« contrer les dérives et les empiètements des pouvoirs sur la liberté d'expression*** » (SGJ-FO) et enfin ***« viser l'autodiscipline*** » (SNJ-CGT) sont déjà autant de manières d'aborder le thème de l'éthique professionnelle des journalistes. Les méthodes qui président aux logiques

 Copyright PRODHOMME Magali et Université Lumière - Lyon 2 - 2003.Ce document est

d'action syndicale sont, quant à elles, quasiment transversales aux différents discours syndicaux : responsabilisation, dénonciation, séduction, mobilisation, contestation.

c) Réaffirmer l'autonomie syndicale

En troisième lieu, il nous paraît intéressant de revenir sur l'éthique, en tant qu'objet du discours, de dissensions sociales, de dispersions revendicatives et d'agent d'activation de conflits latents. Parler d'éthique professionnelle dans le discours syndical, nous l'avons observé, c'est d'abord mettre en exergue les responsabilités qui incombent au patronat, notamment au regard des conditions de travail. Ce peut être éventuellement mettre en cause la responsabilité journalistique, mais ce, toujours dans l'optique d'un rappel de l'identité professionnelle et son corollaire, la fonction sociale qu'il assume. Cette stratégie vise l'unité professionnelle puisque l'identité est l'un des principes fédérateurs les plus durables. Elle est, à l'instar de l'éthique, le fruit d'un travail incessant de négociation entre des actes d'attribution, des principes d'identification (La loi sur la liberté de la presse par exemple, la démocratie) et des actes d'appartenance qui visent à exprimer l'identité pour soi. Dès lors l'action protestataire ou revendicative constitue un terrain propice à ce travail identitaire valorisé par une réflexion des pratiques éthiques de la profession qui doivent être vécues comme transcendant la biographie individuelle. Les syndicats, en invitant les journalistes à la participation collective, offrent à ces derniers la possibilité de revendiquer leur appartenance d'abord au syndicat puis au corps professionnel. L'éthique professionnelle est alors présentée comme un cadre de perception qui filtre autant la pratique que l'identité journalistiques. Si ce cadre opère, par la différence des points de vue qui s'y expriment, un remodelage identitaire permanent, il brise son principe même d'objet fédérateur. Les syndicats de journalistes, en désignant des causes (l'évolution des techniques, la recherche du profit, le manque d'indépendance) et des responsables (le patronat, les industriels des médias), pas toujours objectifs, donnent à la construction symbolique de la profession une dimension normative. Ils disent le bien et le mal, le nous et le eux et induisent aussi par-là une composante identitaire. D'ailleurs, pour beaucoup, il en va de ***« la survie de la profession »***, de sa pérennité. D'où la nécessité, dans cette logique d'action, de réaffirmer l'autonomie syndicale, condition indispensable de l'action syndicale. Organisations de défense autant qu'initiateurs de conflits, les syndicats de journalistes cherchent en effet moins à défier le patronat qu'à construire contre lui des espaces d'autonomie dans lesquels s'exprimerait la volonté syndicale notamment en matière de représentation normative de la profession. Cette position explique le dénigrement systématique des actions patronales en matière de déontologie comme l'attestent les réactions virulentes des syndicats à l'égard des initiatives menées en ce sens par le SPQR. L'autonomie syndicale est aussi prônée lorsque le pouvoir, qu'il soit, politique ou judiciaire, tente de s'immiscer dans la gestion morale de la profession. C'est d'ailleurs au cœur de ce qui est considéré comme de ***« l'ingérence*** » que le conflit trouve son origine. Les syndicats cherchent alors à maintenir le *statu quo* et sauvegarder les formes, les valeurs et les règles en vigueur comme autant de garanties de l'unité professionnelle tandis que l'adversaire entend les remanier ou les modifier. D'aucuns tels que le SNJ, dans ce que l'on pourrait appeler une idéologie traditionaliste, pense l'avenir déontologique de la profession dans la fidélité au passé, avec une tendance lourde à s'arroger le monopole du débat, d'autres au contraire, telle l'USJ-CFTD, invite la

protégé en vertu de la loi du droit d'auteur.

profession à dépasser ses contradictions pour avancer vers la voie du consensus. Quelle que soit la réflexion engagée, il y a, dans la rationalité syndicale, une irréductible volonté d'imposer sa représentation normative, d'en limiter son partage et de réduire l'action patronale ou étatique à l'expression d'un pouvoir qui s'impose plus qu'il ne propose. Il ne s'agit pas de se justifier devant l'adversaire patronal car, par définition, ce dernier a fait des choix différents. Il s'agit, plutôt, de dénoncer les enjeux qui se trament, ***«d'apporter des preuves des dangers qui nous guettent et qui guettent la liberté d'informer*** » écrit le SNJ-CGT. Parmi ces dangers, l'évolution de la technique et la création de chartes sont considérées et même présentées comme autant de carcans qui mettent en péril la liberté d'expression et, in fine, la profession. C'est donc indistinctement que les syndicats analysent les situations comme si le conflit principal autour d'une définition déontologique des pratiques journalistiques était perméable à toutes sortes de conflits secondaires. Si elle tente de prendre acte des évolutions objectives de la profession et suscite une réflexion féconde, cette rationalité syndicale est aussi une forme d'idéologie professionnelle qui forge et renforce, selon l'intensité conflictuelle, autant l'identité syndicale que l'identité professionnelle. Il en résulte un double défi pour la profession. Celui d'abord de gérer divers espaces d'identification (espace patronal, étatique, syndical) formés de valeurs différentielles puis celui de construire sa propre compétence éthique en référence aux discours des corps intermédiaires, représentatifs de la profession.

d) La compétence éthique : une exigence de neutralité

« Cette compétence requiert un certain nombre de dispositions » [551] , écrit Dominique Memmi dans un article consacré aux débats sur l'éthique des sciences de la vie. L'auteure explique que ***« si le débat oppose des visages relativement contradictoires (…) cette population nous apprend que participer à l'élaboration d'une morale collective – l'auteure parle plus loin d'un espace de l'éthique – apparaît exiger d'importantes dispositions à la mise à distance : de ses désirs, de ceux des autres ? Celles-ci sont liées à l'occupation plus ou moins définitive de positions sociales, biographiques ou disciplinaires*** » et de souligner ***« les représentations qu'inspirent ces dernières, les intérêts psychiques, symboliques ou matériels qui leur sont attachés sont cependant dûment retravaillés, c'est-à-dire publiquement neutralisés, apparemment sans objet, sans visée autre que la production normative elle-même »*** [552] . La production normative impose donc, selon elle, la conversion voire l'oubli des intérêts expressifs, une exigence de neutralité et une mise entre parenthèse des fins pratiques. Elle souligne enfin que ***«l'aptitude sociale à élaborer des frontières symboliques aux activités, aux notions, à l'empire du bien et du mal, permet aussi de marquer son territoire « autour de l'objet scientifiquement partagé : l'humain à faire naître ». Peu importe alors que cette construction collective des limites gomme parfois les identités professionnelles de nos interlocuteurs eux-mêmes*** » [553] .

[551] Memmi D., « La compétence morale », in revue *Politix*, n°17, 1992, p105. Lire à ce propos : « La demande éthique » in *Cahiers internationaux de sociologie*, volume LXXXVIII, 1990.

[552] *Ibid*., p 124.

protégé en vertu de la loi du droit d'auteur.

La compétence morale, nous apprend Dominique Memmi, se construit donc à la faveur de distanciations multiples. Nous ne sous-estimons pas le fait que le contexte de la procréation artificielle offre un terrain propice à la distanciation, tant il est vrai que la vie est un objet d'investissement total. Cela dit, du seul point de vue de la production normative, ces dispositions constituent une base solide de réflexion pour s'acheminer vers une compétence voire une performance éthique. Au regard de notre analyse, il semble que cette faculté fasse défaut aux syndicats de journalistes. ***« La vitalité éthique*** » dont parle Dominique Memmi est sacrifiée sur l'autel du repli identitaire des syndicats et sur celui de l'incapacité à renoncer au pouvoir respectif dont ils disposent. La crainte de voir leur indépendance, en matière de représentation normative de la profession, supprimée revient à refuser le consensus et à viser plutôt un calcul d'intérêts à long terme : ***« renforcer le syndicalisme libre et indépendant*** ». Dès lors, l'éthique en tant que facteur de rationalisation de l'organisation professionnelle des journalistes et principe d'orientation apparaît clairement soumis à d'autres formes de rationalité au premier rang desquelles, la rationalité syndicale. Or, à l'évidence celle-ci semble définitivement scellée le sort de l'éthique professionnelle à celui de l'autonomie syndicale qui suscite une concurrence exacerbée et nourrit, en matière de représentation normative, une grande confusion des fins et des moyens.

Chapitre V : Le discours patronal face à la question éthicienne

I) Le discours patronal comme discours de la neutralisation

1) La fonction expressive en tant que référence à l'organisation patronale

Avant d'amorcer notre analyse, un certain nombre de remarques s'imposent. Il nous paraît indispensable de rappeler qu'il s'agit de quatre interviews menées auprès des directeurs représentant les plus importantes instances patronales du paysage médiatique français. Nous écrivons volontairement ***« instance*** » car ce sont des entités composites qui comprennent plusieurs types d'acteurs ou d'organisations. Elles relèvent tantôt du service public, telle l'AESPA, tantôt du secteur privé : la FNPF, la FFAP, le SPQR. Cette observation nous conduit d'emblée à souligner la difficulté voire la réticence avec laquelle nos interlocuteurs se sont exprimés ***« au nom de »***. Évoquer les questions d'éthique professionnelle ou de déontologie en impliquant l'ensemble des instances constituant les différentes fédérations suppose l'homogénéité des approches. Or, évidemment, ce n'est pas le cas. Dès lors, notre travail consistera à distinguer le Je du Nous et à décortiquer ce que Roland Barthes a appelé ***« le tourniquet des personnes grammaticales*** » [554]. Notre souci sera de rapporter ce qui relève du ***« Je*** » en tant qu'instance narrative ou en

[553] *Idem..*

tant qu'il réfère l'organisation patronale.

Comme le rappelle Catherine Kerbrat-Orecchioni ***« Ce qui importe au lecteur, ce n'est pas que le « je » représente « honnêtement » l'auteur, mais c'est qu'à chaque occurrence du « Je » (lorsqu'il est censé représenter l'instance narrative) on puisse corréler à la forme linguistique un référent cohérent. Si à l'inverse, la mise en place du texte empêche que se coagule un cohérent ensemble déterminatif, alors « je » demeurera une vacance incessante*** » [555] . Nous verrons en effet que la fonction expressive, celle qui affiche la présence de l'auteur et manifeste son attitude à l'égard de la situation ou du contenu de son message, s'active dès lors que l'organisation patronale est volontairement mise à distance pour des raisons qu'il nous incombera d'expliquer. Certaines, telles que ***« je ne sais pas*** » ou ***« je suis incapable de vous répondre*** » paraissent évidentes, d'autres telles que « là aussi c'est une opinion extrêmement personnelle qui me serait reprochée » méritent au contraire de s'y arrêter.

2) Discours syndicaux vs discours patronaux : les logiques discursives

L'intérêt majeur de notre travail porte sur la possibilité de confronter deux types de discours, l'un syndical et l'autre patronal pour comprendre, in fine, les logiques discursives et d'actions en matière d'éthique professionnelle.

Cette confrontation a déjà permis, du point de vue du fonctionnement du discours, de les distinguer. En effet, selon l'étude de Bernard Gardin, ***« le discours syndical relève d'une problématique de la conquête du discours*** » et d'expliquer ***« il s'agit pour les discours syndicaux de « déconstruire le discours patronal » (ou même constituer le vrai du discours patronal) et construire ses propres propositions »*** [556] . Nous avions, quant à nous, utilisé le terme de ***« disqualification de l'adversaire discursif*** ». Dire ***« le vrai du discours patronal*** », en le déconstruisant pour mieux le traduire, c'est immédiatement le confronter au discours syndical. B. Gardin souligne à cet effet que ***« le discours syndical, en tant que discours non dominant, a pour fonction de casser les stéréotypes idéologiques : les « comme on dit », et d'imposer à la place ses propres propositions et son propre vocabulaire*** » [557] . Telle a été effectivement la stratégie discursive du discours syndical, considéré dans son invariance, qui a consisté en un effort permanent de traduction. Nous pourrions même nous interroger sur l'existence voire la pertinence du discours syndical en dehors de son pendant, le discours patronal, tant il est vrai que le premier se construit à partir du second. Marx notait d'ailleurs que ***« le syndicalisme ne se concevait pas avant l'existence du capital »*** [558]

[554] Cité par Kerbrat-Orrecchioni C., *L'énonciation*, Paris, Armand Colin, 1999, p 73.

[555] *Ibid*., p 74.

[556] Gardin B., *op. cit*., pp.40-41.

[557] *Ibid*., p 40.

[558] Marx K et Engels F, *op. cit*., introduction.

 Copyright PRODHOMME Magali et Université Lumière - Lyon 2 - 2003.Ce document est

. Sur le plan lexical, cette conquête du discours se traduit par une forme de revendication voire de provocation très prégnante et un champ lexical qui ne laisse aucune place à l'équivoque, comme nous l'avons vu plus haut. Si les discours des syndicats de journalistes possèdent en effet une forte charge polémique, les discours patronaux sont, eux, plus policés. Catherine Kerbrat-Orecchioni et Nadine Gelas expliquent que ***« ce qui peut a priori définir un texte comme polémique, c'est que l'ensemble de ses propriétés sémantiques, rhétoriques, énonciatives et argumentatives s'y trouvent mises au service d'une visée pragmatique dominante : disqualifier l'objet qu'il prend pour cible, et mettre à mal, voire à mort, l'adversaire discursif*** » [559] . Cette réflexion s'est avérée confirmée lorsqu'elle s'est appliquée aux discours syndicaux. Cela dit, qu'en est-il des discours patronaux ? Les travaux de Bernard Gardin semblent, à ce sujet, apporter un éclairage tout à fait intéressant, auquel nous n'avons pas hésité à soumettre notre propre corpus. L'analyse qu'il conduit sur l'emploi du pronom personnel ***« On*** » lui permet d'affirmer que ***«dans le discours patronal, on relève la volonté d'effacer les clivages, d'annuler la distance sociale*** » et d'ajouter ***« le discours patronal voile sa source pour apparaître comme le discours de tous les sujets »*** [560] . En effet, a priori, l'idéologie patronale est celle de la communauté d'intérêts et non du clivage social. Opter pour le consensus, c'est éviter le désaccord qui conduirait inéluctablement au conflit, facteur de déséquilibre. Dès lors, l'emploi du pronom personnel ***« On*** » peut être considéré comme un outil idéologique qui marque ou non le clivage social. C'est donc par l'analyse contrastive de l'emploi du ***« On*** » que nous débuterons notre réflexion sur les discours patronaux.

3) Le pronom personnel « On » dans les discours patronaux.

Nous avons procédé à un relevé d'occurrences du substitut personnel ***« On*** » en tant qu'outil permettant de faire ou de ne pas faire apparaître l'existence de deux groupes : les employeurs vs les employés (ici les journalistes) – nous nous limiterons à ces deux groupes -. Ce travail se scinde en deux parties, l'une quantitative, l'autre qualitative. Cette dernière nous permettra d'affiner notre analyse tant l'emploi du « On » constitue une ambiguïté référentielle que nous ne sous-estimons pas.

Il nous faut souligner, en premier lieu, que l'emploi du ***« On*** » se substitue à celui du ***« nous*** » dont il est la forme familière et qu'il réfère à un syntagme nominal présent, logiquement, dans le discours. Cela dit, il n'est pas toujours possible de savoir à quel autre pronom personnel ***«On*** » se substitue. En second lieu et s'agissant de notre corpus, il est important de noter que l'emploi du ***« On*** » renvoie très souvent à ***« la profession*** », celle qui a inspiré l'expression ***« la grande famille*** ». Dès lors, la profession désigne les journalistes et les éditeurs de presse, ces derniers ayant pour beaucoup occupé la fonction de journaliste. C'est ainsi que Jacques Morandat, directeur de la FFAP, précise : ***« On estime que nous, les journalistes, on est mieux à même de décider, et pas vous, les magistrats de ce qui doit être sorti de la vie privée »*** [561] ou encore, dans la

[559] Kerbrat-Orecchioni C. et Gelas N., « La polémique et ses définitions », in *Linguistique et sémiologique 7*, 1980, avant-propos.

[560] Gardin, B., *op.cit*., p 39.

protégé en vertu de la loi du droit d'auteur.

même veine, la réflexion de Bruno Hocquart de Turtot ***« Nous nous situons, nous journalistes, par rapport à cette presse financée essentiellement par la publicité*** » [562] Remarquons toutefois qu'il s'agit, dans les deux cas, de défendre les intérêts de ***« La*** » profession face à ce qui est considéré comme des menaces : l'ingérence du législateur et l'arrivée de la presse gratuite.

Enfin il nous est apparu intéressant de souligner que parmi nos interlocuteurs patronaux, deux d'entres eux ont occupé la fonction de directeur des ressources humaines, l'un à *France 3* et l'autre à *Ouest-France* [563] . Ils sont donc naturellement enclins à prôner le non-clivage social pour faciliter le dialogue.

Il ressort que l'emploi du pronom ***« On*** » est plus important, en pourcentage, dans les discours patronaux que dans les discours syndicaux. Nous pensons que cet écart peut s'expliquer par la différence des supports : les discours syndicaux sont extraits des bulletins, les discours patronaux d'interviews. D'un côté, il s'agit d'écrit, de l'autre d'oral. Or, l'oral se prête mieux à l'usage du ***« On*** » comme forme familière du ***« Nous*** ». Pour rendre cette analyse pertinente, il nous faut examiner la situation discursive de cet emploi dans les discours patronaux. Des différents référents auxquels se rattachent l'usage du ***« On*** » - On = la collectivité (unanimiste), référent à un syntagme nominal présent ***« nous*** », ***« comme on dit*** », ***« je + vous*** » - nous ne retenons que celui qui renvoie à un clivage ou un non-clivage social.

A) « ON » RENVOIE À UN NON-CLIVAGE SOCIAL

Dans cette perspective, le ***« On*** » subsume les deux protagonistes, éditeurs et journalistes :

- - ***« Moi, je vous dis « on a des démarches parallèles parce qu'il y a des environnements parallèles. En disant cela, j'ai parfaitement conscience du fait qu'on nie, en reconnaissant l'incidence de ces environnements, on nie la démarche déontologique qui devrait s'en abstraire »***. (On = éditeurs + journalistes ; FNPF)
- ***« Quelque chose qui est unanime : on ne veut pas d'un ordre de la presse*** ». (On = éditeurs + journalistes = la profession ; FFAP)
- ***« Si maintenant, on est conscient, de part et d'autre, de ce qu'est le métier d'informer, de sa difficulté, et ça vaut pour le patron aussi bien que pour le journaliste, on a intérêt à mon avis à travailler le sujet ensemble*** » (On = éditeurs+ journalistes ; AESPA)
- ***« Si on part sur ces bases là « tous pourris d'un côté, tous vendus de l'autre », on ne s'en sortira pas*** » (On = éditeurs +journalistes ; AESPA)

[561] Interview de Jacques Morandat (FFAP), le 19 juillet 2001.

[562] Interview de Bruno Hocquart de Turtot (SPQR), le 4 avril 2002.

[563] Il s'agit respectivement de Bernard Gourinchas et de Bruno Hocquart de Turtot.

protégé en vertu de la loi du droit d'auteur.

- ***« On verra si l'on peut se mettre d'accord sur des textes communs mais encore une fois, les entreprises et les salariés de l'entreprise ne se mettront pas nécessairement d'accord sur un texte commun*** ». (On = éditeurs +journalistes ; FFAP)
- ***« Les entreprises de presse, dans leur immense majorité, les syndicats de journalistes, sont absolument sur la même longueur d'ondes. On dit la même chose au même moment. On fait des communiqués, on pourrait se les échanger*** » (On= éditeurs + journalistes ; FFAP)
- ***« Donc est-ce que nous, rédacteurs en chefs, nous, journalistes, nous ne devons pas avoir un discours sur le respect de la liberté de la presse, de la déontologie de notre métier. Donc là, on est complètement dans le vif du sujet*** » (On= rédacteurs en chefs +journalistes ; SPQR)

Ici, l'emploi du ***« On*** » témoigne de la volonté des locuteurs patronaux de conserver la cohérence de l'idéologie patronale de la communauté d'intérêts et du non-clivage social. Les valeurs sémantiques telles que ***« travailler le sujet ensemble*** », ***« être sur la même longueur d'ondes*** » ou encore ***« quelque chose qui est unanime*** » sont aussi là pour l'attester. Cet emploi du ***« On*** » permet de ne pas faire apparaître l'existence de deux camps aux intérêts divergents, mais bien plutôt de dresser une constatation et d'évoquer les voies d'une éventuelle coopération. La neutralisation du système d'opposition qui s'opère dans les discours patronaux révèle donc que la stratégie patronale ne vise pas la polémique, mais, au contraire, via un processus d'intégration des journalistes dans ***« On*** », à construire un groupe dont la quête serait commune, certes, mais surtout soumise à conditions : ***« on verra si l'on peut ; si maintenant ; si on part »*** (souligné par nous)

B) « ON » RENVOIE À UN CLIVAGE SOCIAL

Ici, l'emploi du ***« On*** » renvoie à un clivage social par l'apparition de deux groupes distincts et l'opposition de leurs comportements et/ou de leurs objectifs.

- ***« Je cite cela pour montrer que l'on est très souvent, dans le discours des journalistes, confrontés à des remises en cause*** ». (On = les organisations patronales vs les journalistes ; FNPF)
- ***« Une charte de déontologie qui sera signée par les employeurs, oui, bien sûr, à condition que le non-respect de la Charte soit assimilable à une faute grave pour le journaliste. Et là, on n'a plus d'interlocuteur*** » (On= les patrons de presse vs les syndicats de journalistes ; FFAP)
- ***« Les dépenses rédactionnelles sont de plus en plus faibles, on demande aux journalistes de plus en plus de choses et y'aura forcément de plus en plus de dérapages*** » (On = les patrons de presse vs les journalistes ; FFAP)
- ***« Mais nous nous sommes aperçus que, quand nous avons abordé ce problème dans les syndicats patronaux de la presse, les réticences finalement portaient moins sur cette affaire de la retraite à 60 ans que sur la question : « attention si***

Copyright PRODHOMME Magali et Université Lumière - Lyon 2 - 2003.Ce document est

on met en place quelque chose comme ça que les syndicats de journalistes ne nous demandent pas, qu'est-ce qu'ils vont nous demander en échange ? » (On = les syndicats patronaux vs les syndicats journalistes ; AESPA)

- ***« Je pense qu'en tant qu'organisations d'employeurs…Ils se trompent parce qu'ils se diront « est-ce qu'on ne va pas là encore se mettre sur le dos des tas de procédures et de contrôles qui va falloir mettre en place pour complaire aux syndicats et on va être perpétuellement tenus de se justifier*** » (On = les organisations d'employeurs vs les syndicats ; AESPA)
- ***« Si on voulait en faire autre chose, là les journalistes et la rédaction se sépareraient*** » (On = la direction vs les journalistes ; SPQR)
- ***« Je ne dis pas que c'est une valeur marchande mais elle est, avant tout, une valeur marchande, sinon on est mort, on est mort. Et pour faire partager cette vision aux journalistes, ça c'est absolument impossible*** » (On = les éditeurs de presse vs les journalistes ; SPQR)

Il nous faut ici distinguer deux niveaux : le niveau syntaxique, où l'emploi du ***« On*** » renvoie effectivement à un clivage social (Nous vs eux) et le niveau sémantique qui vient parfois contredire l'analyse syntaxique. Ainsi dans la phrase suivante : ***« La charte, quand on l'a créée, on l'a aussi envoyée aux syndicats de journalistes qui n'ont pas hurlé parce qu'il n'y a pas grand chose qui puisse les faire hurler »***, il existe bien, d'un point de vue syntaxique, deux groupes distincts (On =la FFAP vs les syndicats de journalistes) mais d'un point de vue sémantique, cette phrase exprime l'absence d'opposition entre les deux protagonistes ***(« les syndicats de journalistes qui n'ont pas hurlé »***). Il en va de même pour la phrase suivante : ***« Les dépenses rédactionnelles sont de plus en plus faibles, on demande aux journalistes de plus en plus de choses et y'aura forcément de plus en plus de dérapages »***. Dans cet exemple, une certaine distance sépare ce ***« on*** » de son référent supposé le ***« nous*** », c'est-à-dire les membres de la FFAP. A travers cet emploi, dont le référent est sinon tendanciel du moins flou, le directeur de la FFAP semble se désolidariser en marquant volontairement sa distance au ***« On*** » et donc au verbe qui le régit ***« demande*** ». Il y a certes clivage entre On vs les journalistes, mais pas seulement. Ce clivage apparaît aussi entre ceux qui ***«demandent aux journalistes de plus en plus*** » et implicitement les autres.

Le contexte dans lequel l'emploi du On désigne un clivage social est, en toute logique, celui de la négociation. Il implique un ***« rapport au langage*** » dont B.Gardin nous dit qu'il ***« reflète à la fois la division sociale qu'on ne peut empêcher totalement de se manifester et sa résolution idéologique par le « on » »*** [564] . Les quelques phrases, que nous avons relevées, témoignent certes de cette résolution mais elles nous semblent finalement assez peu représentatives du corpus de l'emploi du ***« On*** » dans les discours patronaux. La plupart de ces emplois s'opèrent non pas à la faveur du clivage social mais bien plutôt pour faire apparaître le discours patronal comme celui de tous les sujets. C'est donc le ***« On*** » unanimiste, celui de la collectivité qui domine. Ainsi, dans les phrases suivantes livrées à titre d'exemple :

[564] Gardin B., *op. cit*., p 36.

Copyright PRODHOMME Magali et Université Lumière - Lyon 2 - 2003.Ce document est

« Donc, quand un média fait de l'information et que les patrons veulent absolument maintenir ces créneaux d'information, même les augmenter, on ne peut pas dire qu'ils sont dans une logique de profit » ; ***« On pourrait dire la même chose à certains égards des médecins. Ce n'est pas un métier comme un autre*** » ; ***« La déontologie, c'est une affaire personnelle : on l'a ou on ne l'a pas*** »(AESPA) On = l'opinion publique critique ; On unanimiste

« Il y a quand même au sein de la profession, une interrogation permanente sur le rôle du journaliste (…) quel que soit le rôle qu'on lui assigne, il y a une interrogation par rapport à l'évolution de la société sur ce que peut être la fonction du journaliste » ***« le problème est évidemment que l'on ne voit la presse qu'à travers les scandales qui la touchent*** » ; ***« C'est une conviction affichée, c'est une adhésion à un corpus de règles que l'on se définit en commun*** » ; ***« Nous ne sommes pas dans une presse attentatoire aux libertés d'autrui. On n'est pas dans un système excessif du pouvoir d'informer. On n'est pas dans un système dont on puisse dire qu'il modifie les équilibres en utilisant des arguments fallacieux*** » ; ***« Est-ce que l'on peut envisager une démarche déontologique qui ne ferait pas de l'activité de journaliste la réunion d'un certain nombre de composantes ? »*** (FNPF) On = l'opinion publique critique ; On unanimiste.

« Mais on a déjà vu des textes anciens exhumés en justice de temps en temps. Pourquoi pas demain ? » ; ***« Les moments de dérive ne sont pas les moments les plus propices, d'abord parce que, à chaud, on fait rien de bon à mon avis*** » ; ***« Je ne sais pas si c'est unique au monde, c'est ce que l'on appelle une législation exorbitante du droit commun*** » (FFAP).

« On peut prendre quelque chose dans la mesure où l'on y a participé, on s'est réuni, on y a réfléchi ensemble. Dans la PQR, les chartes qui ont de la valeur sont celles qui ont été construites entre les éditeurs et les journalistes » ; ***« On est un pays démocratique où les lois sur la presse sont les plus développées, les plus répressives*** » (SPQR).

Ces généralités permettent à nos interlocuteurs de neutraliser leur implication dans un débat toujours très polémique et de faire apparaître leur discours respectif comme celui de l'opinion publique critique, celui de la collectivité dans lequel chacun se retrouve. Ces généralités qui confinent parfois au bon sens rendent aussi possible la dilution des responsabilités, souvent mises en cause en matière d'éthique professionnelle car enfin l'emploi du ***« on*** » permet, nous l'avons constaté, de multiples ajustements qui sèment le doute quant à l'identification du référent. Il s'exerce, à travers cet emploi du ***« On*** », un double processus de ***« connaissance / reconnaissance*** » qui permet aux discours patronaux de jouer sur deux tableaux. D'une part, par la mise en adéquation de leur affirmation avec l'opinion générale (effets miroirs) et, d'autre part, sa résultante, l'appropriation du discours de la majorité. C'est donc au cœur de cette stratégie que les discours patronaux puisent leur légitimité et esquivent les questions à forte charge polémique [565] . Dès lors, le discours patronal, considéré dans ses invariances, apparaît comme le discours de la neutralité, voire de la neutralisation, et ce en dépit des pressions

[565] Voir les réponses aux questions n°26 (FNPF) et n°8 (AESPA) en annexe.

protégé en vertu de la loi du droit d'auteur.

auxquelles il est soumis.

Il est intéressant de confronter les résultats de cette analyse avec celle qui nous a conduit à remettre en cause l'implication réelle de nos interlocuteurs en tant que représentants de l'organisation patronale. Pour ce faire, nous avons observé le contexte qui activait systématiquement la fonction expressive et celle qui opère aussi une mise à distance, la fonction métalinguistique. Notre objectif est double. Il s'agit d'une part de situer ce qui fait l'objet d'un consensus au sein des instances patronales ou à l'inverse ce qui prête au désaccord et, d'autre part, de dégager les thématiques qui opèrent une dispersion. Nous pensons en effet que c'est au cœur de cette rhétorique de la dispersion que s'amorce le point d'achoppement de toutes négociations en matière de représentation normative de la profession. Cette attitude expliquerait la difficulté à cerner une logique d'action patronale en matière d'éthique professionnelle mais aussi celle qu'ont manifestement rencontrée nos interlocuteurs à endosser le rôle de ***« porte-parole*** » sur un tel sujet. Qu'en est-il ? Le cas est particulièrement édifiant pour la FNPF.

II) FNPF : « C'est une opinion extrêmement personnelle qui me serait reprochée »

1) Un « Je » qui neutralise la polémique

François Devevey est le directeur de la puissante Fédération nationale de la presse française dont ***« l'action permanente va viser à trouver l'accord entre des familles de presse qui n'ont pas toujours des intérêts convergents*** » [566] rappelle-t-il, d'emblée.

S'il paraît très à l'aise pour répondre aux mises en accusation de la profession par l'ancien président de la commission des lois, Jacques Larché, François Devevey semble en revanche beaucoup moins loquace lorsque sont abordés certains thèmes. Ainsi, les questions qui mettent en cause le rôle du patronat en matière de définition d'une déontologie en concertation avec les syndicats de journalistes, y compris celles que nous a inspirées l'enquête menée par la FNPF, ont été expédiées par notre interlocuteur :

- Question n°11 : Pourquoi, dans la plupart des cas, les journalistes ne sont pas invités à réfléchir à l'élaboration de ces chartes d'entreprise ? (Selon l'enquête de la FNPF)

Je ne sais pas. Non mais ça rejoint ma réflexion précédente. Je veux dire que l'on est exactement dans le même ordre d'idées.

- **Question n°12 : Comment expliquez-vous le refus des organisations patronales d'introduire *La Charte du SNJ* , par exemple, dans la convention collective ?**

Je suis incapable de vous dire. Je n'ai pas connaissance que cette question ait été posée autrement que par provocation par le représentant du SNJ, dans une réunion où j'étais. Donc je ne vais pas répondre là-dessus. Et honnêtement, la

[566] Voir la restranscription intégrale de l'interview de François Devevey (FNPF), datée du 17 juillet 2001.

protégé en vertu de la loi du droit d'auteur.

question n'a jamais été posée devant moi, depuis cinq ans que je suis là.

Deux éléments ont retenu toute notre attention. En premier lieu, il est étonnant de remarquer comment notre interlocuteur rapporte la question à sa propre expérience avec une insistance particulière. La réponse apportée laisse en effet apparaître une charge expressive très importante (occurrence du Je/moi) et oppose deux acteurs, là où nous serions susceptibles d'en attendre plus: le représentant du SNJ et le ***« Je*** » de François Devevey. En second lieu, si nous observons d'un point de vue sémantique la réponse, nous constatons le paradoxe suivant : notre interlocuteur argue son ***« incapacité à répondre*** ». Nous sommes là devant un ***« ne pas pouvoir*** ». Or, le commentaire qui suit, sous forme de syllogisme, vient nous éclairer sur cette incapacité : ***« Je n'ai pas connaissance que cette question ait été posée autrement que par provocation par le représentant du SNJ, dans une réunion où j'étais »*** et de conclure ***« donc je ne vais pas répondre là-dessus*** ». A l'évidence, ce n'est pas un ne pas pouvoir-faire (incapacité) qui est en jeu mais un ***« ne pas vouloir faire*** » face à la ***« provocation*** ». François Devevey esquive donc notre question en prétextant l'incapacité alors même qu'il s'agit manifestement d'éviter la surenchère provocatrice. Notre insistance pour en savoir plus a conduit notre interlocuteur à avouer ***(« j'avoue*** » dira-t-il) sa méconnaissance de *La Charte du SNJ* et in fine, sa réelle incapacité de ce seul point de vue, à répondre à nos questions. L'articulation de la fonction expressive varie donc selon la nature des questions et le degré d'implication de l'organisation patronale qu'elles induisent, comme nous le verrons à nouveau plus loin. Qu'en est-il ? Nous avons constaté que les fonctions expressive et métalinguistique dominent très largement l'interview. En dépit d'une faible axiologisation – discours de la neutralité -, la fonction expressive est très prégnante et témoigne, selon nous, de la volonté de notre interlocuteur de ne pas engager la FNPF dans ce qui va être ***« exprimé*** ». Le préambule, destiné à nous mettre en garde concernant ***« l'obligation*** » de ne pas répondre à certaines questions, est à cet égard extrêmement significatif : ***« Donc ça, c'était un préambule nécessaire qui vous expliquera que sur certaines questions, je serai obligé de sortir un joker en disant « je ne peux pas »*** » (souligné par nous). Il s'agit quasiment d'un devoir de réserve et non d'une ***« incapacité*** » comme il le dit lui-même.

François Devevey articule donc prudemment la marque de son énonciation avec les autres pronoms desquels tantôt il sera solidaire, tantôt il prendra ses distances. La crainte du directeur de la FNPF de voir ses propos amalgamés avec ceux de la FNPF, qui regroupe dix syndicats patronaux, témoignerait de l'hétérogénéité des approches, voire des intérêts en jeu en la matière et de la difficulté, pour notre interlocuteur, d'en rendre compte. Ainsi lorsque nous lui avons demandé son sentiment sur l'élaboration de ***« chartes maisons*** » au sein des différents éditeurs de presse, François Devevey répond crescendo : d'abord ***« Rien*** » puis la démarche est finalement qualifiée de ***« très bien »*** et enfin, plus loin, à l'occasion d'une seconde question sur le même thème, notre interlocuteur la juge ***« nécessaire*** ». Ici, la réponse est bien celle d'un professionnel parlant à titre privé. La césure intervient immédiatement et avec elle le changement de posture de notre interlocuteur : ***« ça n'engage que moi : la charte maison elle est généralement là pour s'assurer que le journaliste entrant adhère effectivement à un cahier des charges »*** et de poursuivre ***« la réflexion au niveau de l'entreprise va toujours buter sur une relation employeur /employé*** ». L'aveu suivra : ***« là aussi, c'est***

une opinion extrêmement personnelle qui me serait reprochée » et avec lui un ***« Je*** » assumé qui va manifestement faire fi d'éventuels reproches : ***« Je veux bien que l'on me parle de l'adhésion à un certain état d'esprit d'entreprise, je veux bien que l'on me parle d'esprit maison, je veux bien que l'on me parle d'historique, de tout ce qui fait la culture d'entreprise. J'ai un peu de mal à entrer dans l'idée que c'est au niveau de l'entreprise que l'on va définir une déontologie qui va faire table rase de ce lien de subordination. C'est impensable. Je crois que la déontologie et son élaboration ne peuvent venir que d'une structure plus large où le lien s'est effacé derrière une volonté commune »***. Les propos de François Devevey et ses circonlocutions témoignent de la pression qui s'exerce sur lui notamment lorsqu'il s'agit de remettre en cause le lien de subordination et l'incapacité manifeste des patrons de presse à le transcender dans le cadre d'une définition commune d'une éthique professionnelle. Or il semble que c'est bien sur ce point précis qu'un ***« reproche*** » pourrait lui être adressé.

Cette défiance va aussi se traduire, dans les propos de l'interviewé, par un emploi massif de la fonction métalinguistique. Celle-ci va lui permettre une prise de distance par rapport au contenu de ses réponses, comme s'il se protégeait contre d'éventuelles remarques comme le prouvent ces observations : ***« Mais une fois encore c'est une opinion tout à fait personnelle***», ***« ça n'engage que moi »*** ou enfin ***« Voilà, sentiment très personnel que vous prenez comme tel*** ». Pour éviter toutes interprétations hasardeuses, François Devevey s'explique, reformule, définit, utilise des synonymes, des périphrases, des contraires…Bref s'approprie l'ensemble de l'arsenal propre à la fonction métalinguistique : ***« Je veux dire que*** » ; ***« Autrement dit*** » ; ***« C'est-à-dire*** » ; ***« Il faut bien le dire*** » ; ***« Par exemple*** » ; ***« Pour faire court*** » ; ***« Vous n'avez pas eu ce sentiment là ? »*** ; ***« Pour moi, c'est une conviction affichée. C'est une conviction affichée, c'est une adhésion, une adhésion à un corpus de règles qu'on se définit en commun*** » ; ***« C'est ça ?*** » ; ***« Une démarche de labellisation, ça n'est rien d'autre qu'une certification par rapport à une charte d'adhésion*** » ; ***« Bien sûr*** » ; ***« Voilà, sentiment personnel que vous prenez pour tel*** » ; ***« ça veut dire que*** » ; ***« Une démarche déontologique, c'est une démarche de convergence*** », etc. Là encore, la précaution est de mise.

Nous avons constaté qu'en dépit des questions à caractère polémique pour certaines, François Devevey est resté relativement neutre. L'emploi des axiologiques est certes mobilisé mais sa charge demeure très modérée et stable. L'économie des valeurs positives et/ou négatives dont fait preuve, ici, François Devevey témoigne de son refus d'impliquer la FNPF, de quelque manière que ce soit, sur le terrain de la polémique. Les questions d'éthique et de déontologie, du moins dans le discours de François Devevey, ne semblent donc pas prêter à la polémique. D'ailleurs notons qu'à plusieurs reprises, le directeur de la FNPF évoquera ***« le consensus*** » qualifié de ***« tout à fait remarquable au sein de la profession »*** ou encore ***« les positions des journalistes et éditeurs, conformes et convergentes »*** à l'égard des questions d'éthique. S'il appelle de ses vœux un débat ***« dépassionné*** » et ***« apaisé*** » entre les syndicats de journalistes et les représentants des entreprises de presse, François Devevey en est le premier promoteur en objectivant au maximum ses propos. Cela dit, n'est-ce pas là une manière d'euphémiser une situation qui ne se traduit pas, comme le laisse entendre notre interlocuteur, par des consensus ou des points de vue convergents ? Car il concède,

 Copyright PRODHOMME Magali et Université Lumière - Lyon 2 - 2003.Ce document est

implicitement, que jusqu'alors les relations, sur ce type de sujet, étaient passionnées, doux euphémisme pour ne pas dire polémiques. La controverse existe pourtant (voir les commentaires des syndicats de journalistes) mais elle est sinon atténuée du moins niée par le représentant de la FNPF.

2) Des « environnements parallèles » : de l'axiologie à l'idéologie

Nous avons remarqué que François Devevey désigne les termes ***« FNPF*** » et ***« Journalistes*** » par la fonction qu'occupent leurs membres respectifs et les subsume très souvent dans un seul et grand ensemble : la profession. La FNPF, dont tantôt il s'associe : ***« Nous*** », ***« On*** », tantôt il se désolidarise : ***« Elle*** », ***« La Fédération*** », représente une ***« communauté*** » qui rassemble ***« des familles de presse »***. L'interprétation infère ici très clairement l'idée d'unité, d'accord et d'intérêts communs propres à toute communauté, à toute famille. Comme l'explique François Devevey, ***«l'action continue et permanente de la fédération va viser à trouver l'accord entre des familles de presse qui n'ont pas toujours des intérêts convergents*** ». Enfin, la FNPF c'est d'abord ***« l'ensemble des médiateurs, des éditeurs, des animateurs de communauté, des créateurs de lien social et des représentants d'entreprises »*** dont le rôle est de ***« transmettre des idées*** ». Ces mentions, à la différence de celle de ***« patronat*** », risquent beaucoup moins de donner prises à des inférences idéologiques (du genre : c'est la faute au patronat). L'utilisation du terme de ***« patronat*** » est quasi proscrite par notre interlocuteur. Ce n'est d'ailleurs qu'en citant les propos du SNJ qu'il sera amené à parler du ***« patronat*** ». En revanche, ces dénominations plutôt généralisantes valorisent très nettement les adhérents de la Fédération contribuant, implicitement, au bon fonctionnement de la démocratie. Les journalistes aussi, en tant ***« qu'instituteurs des temps modernes*** » et ***« créateurs de lien social*** », participent à cette noble activité. Rarement l'objet d'une dénomination partiale, le ou les journaliste(s) forme(nt), avec les éditeurs, ***« une professio***n ». Cela dit, cette apparente unité ne résiste pas aux nécessités de l'entreprise comme en témoigne l'établissement d'un certain nombre de systèmes d'opposition que notre interlocuteur résume sous les termes policés ***« d'environnements parallèles*** ».

- Éléments d'opposition :

– **Vision éthique(de la communauté) vs Vision politique (de la communauté) :**

« On va vers la labellisation de plus en plus, et on sent bien qu'une démarche vers la labellisation, que cette démarche de constitution d'une communauté ne se fera pas sans une certaine vision éthique du rôle de cette communauté » ; ***« L'éditeur, créateur de lien social, animateur d'une communauté ? Il ne peut pas le faire sans avoir une vision politique de ce que sera son rôle dans cette communauté »***

- Vie de l'éditeur, de l'entreprise vs Vie du journaliste
- Réflexion éthérée (déontologie) vs Réalités

« Je pense que les sensibilités sont différentes parce que la confrontation, la vie de

protégé en vertu de la loi du droit d'auteur.

l'entreprise n'est pas tout à fait la même » ; ***« Tout ça pour dire qu'au-delà de la réflexion éthérée que nous pouvons avoir, un certain nombre de réalités ne manquent pas de se manifester jour après jour dans la vie du journaliste comme dans la vie de l'éditeur*** »

- **Nécessités du compte de résultat vs Nécessités de la carrière, risque de chômage**

« Il est extrêmement difficile de s'abstraire des nécessités du compte de résultat. Il est extrêmement difficile de s'abstraire des nécessités de la carrière, du risque de chômage »

- Démarche éthique vs Dimension économique

« Je veux dire qu'à partir du moment où j'introduis une dimension économique dans ce type de réflexion, je remets en cause le principe de la démarche éthique préalable »

- Employeur vs Employé

« La démarche professionnelle est intéressante parce qu'elle définit un cadre qui se situe au-delà de la relation employeur/employé »

- Précarité vs Salarié

« Toute l'ambiguïté de la démarche du journaliste a été d'obtenir pendant des années qu'il soit mis fin à leur précarité. Ils l'ont obtenu en devenant des salariés »

- Auteur indépendant vs Lien de subordination

« Aujourd'hui les journalistes sont dans une démarche inverse. Ils veulent se faire reconnaître comme auteur. (…) Mais le journaliste accepte, en entrant dans une relation de salarié, que son œuvre soit censurée, acceptée ou refusée, qu'elle soit publiée ou non. Ce rapport là est un lien de hiérarchie. Il tient à un lien de subordination » ; ***« Je constate que dans les occasions importantes, le journaliste hésite entre la revendication de leur statut avec toutes les conséquences que ça peut avoir notamment en terme de sécurité d'emploi et une approche plus intellectuelle et plus satisfaisant qui ferait d'eux des auteurs indépendants*** »

- Acquis social vs Incertitude

« Lorsque les journalistes disent « nous souhaitons une rémunération proportionnelle » ça veut dire qu'ils abandonnent l'acquis social qui est le leur pour accepter l'incertitude »

On peut noter ici le passage de l'axiologie à l'idéologie, car comme l'expliquent Greimas et Courtès, ***« on désigne du nom d'axiologie le mode d'existence paradigmatique des valeurs par opposition à l'idéologie qui prend la forme de leur arrangement syntagmatique et actanciel*** » [567] . S'il concède le peu d'autonomie dont

protégé en vertu de la loi du droit d'auteur.

disposent éditeurs et journalistes et les différentes sensibilités qui les animent, François Devevey n'hésite pas, cependant, à mettre les journalistes en face de leurs contradictions. En effet, il oppose à la mise en cause de la responsabilité des éditeurs face aux dérives déontologiques, l'exigence des journalistes à voir maintenir leur clause de conscience. ***« Dire que le patronat est seul responsable, c'est par avance se reconnaître dans une situation de dépendance*** ». Il poursuit dans son option analytique en mettant en exergue ce qu'il appelle ***« les remises en cause auxquelles nous sommes très souvent confrontés dans le discours des journalistes »*** : ***« l'hésitation entre la revendication de leur statut et une approche plus intellectuelle qui ferait d'eux des auteurs indépendants*** ». Le directeur de la FNPF intervient ici en rapprochant des faits qui ne sont pas immédiatement donnés comme associés mais qui induisent un certain nombre de questions autour de la responsabilité des journalistes. La responsabilité des éditeurs est donc subtilement renvoyée à celle des journalistes, à son tour mise en cause. Là encore nous sommes acculés à faire le constat de ***« démarches et d'environnements parallèles*** ».

3) L'impossible consensus

Il est à l'évidence extrêmement difficile de rendre compte de la position de la FNPF à l'égard des questions d'éthique professionnelle. Notre interlocuteur s'y est employé avec la prudence qui sied à toute fonction de représentation. Loin de rassembler, la FNPF semble plutôt donner procuration aux entreprises de presse pour esquisser une visée éthique de la profession tant il paraît difficile d'obtenir des positions consensuelles en la matière. Ce constat pourrait expliquer la dispersion des approches qui intervient en amont de la rhétorique patronale dès lors acculée à admettre l'absence de consensus mais aussi les intérêts divergents qui sont en jeu. Cela dit, il se dégage très clairement à la lecture de l'interview un point sur lequel l'ensemble des instances patronales ne semble pas vouloir céder : leur marge d'autonomie respective en matière de représentation normative de la profession et plus précisément leur volonté de maintenir ***« le lien de subordination*** ». Cette volonté condamne dès lors toute tentative de négociations avec les syndicats de journalistes puisqu'elle instaure de fait un rapport de pouvoir auquel les journalistes ne sont manifestement pas près à se soumettre. Le directeur de la FNPF en est d'ailleurs pleinement conscient lorsqu'il nous dit : ***« Je crois que la déontologie et son élaboration ne peuvent venir que d'une structure plus large où le lien s'est effacé derrière une volonté commune*** ». Il conclut ***« Mais une fois encore c'est une opinion tout à fait personnelle*** » qui incontestablement ne fait pas l'unanimité.

III) SPQR : «Le SPQR trouve ça très bien»

1) Le nécessaire dialogue entre journalistes et éditeurs

Lorsqu'il s'agit de s'exprimer au nom du SPQR, l'ancien directeur des ressources humaines de *Ouest-France* affiche une sérénité qui en dit long sur sa position de directeur

[567] Greimas A.J. et Courtès J., *Sémiotique. Dictionnaire raisonné de la théorie du langage*, Paris, Hachette Université, 1979, p 26.

Copyright PRODHOMME Magali et Université Lumière - Lyon 2 - 2003.Ce document est

du plus important syndicat patronal de la presse [568] . Sans doute est-il aidé en cela par l'attitude consensuelle adoptée par l'ensemble de la PQR à l'égard des questions d'éthique professionnelle [569] . Mais pas seulement. Bruno Hocquart de Turtot l'explique : ***« la conclusion à laquelle nous sommes arrivés, c'est très bien, nous avons eu un échange là-dessus, et ça prouve que nous avons une liberté d'échanges entre nous mais de là à définir une position commune, 33 titres qui ont leur histoire, leur référence, leur idéologie, etc., c'est très difficile même sur des sujets d'intérêts communs, comme celui que vous citez »*** [570] . Notre interlocuteur n'en démord pas et reste lucide sur la question : ***« le problème de la PQR, c'est que c'est le rassemblement de 33 titres qui peuvent avoir des points de vue totalement différents, qui n'aboutissent pas forcément*** ». Loin d'en faire un argument récurrent, le patron du SPQR, dont la marque d'énonciation s'associe volontiers aux pronoms ***« nous/on*** », s'exprime sans complaisance et fait manifestement corps avec le discours patronal qu'il a totalement intégré. Lorsqu'il s'agit de s'en démarquer, pour faire valoir ses convictions, Bruno Hocquart de Turtot le fait sans détour ***« Je ne tiens pas un discours patronal, je tiens un discours très personnel*** » et d'ajouter ***« j'en suis absolument convaincu*** ». Cette assurance confère à notre interlocuteur une autorité qu'il est impossible de dissocier du SPQR tant il est vrai que le ***« Nous*** » rassemble un ***« Je+eux (éditeurs de la PQR)*** ». D'autres éléments du discours nous permettent de l'attester. Ainsi, si la fonction expressive se fait discrète au profit du ***« nous*** », il en est une autre largement convoquée dans le discours du directeur du SPQR : la fonction argumentative. Celle-ci va certes lui permettre de nous convaincre du vrai du discours patronal mais aussi de dresser un système d'oppositions qui fait apparaître, d'un point de vue sémantique, les valeurs en jeu. Différents univers, aux frontières parfois irréductibles, s'opposent en effet. De ces oppositions se dessinent très clairement les lieux et les acteurs de la prise de décision. Quels sont-ils ? Les premiers à être concernés par la définition d'une référence commune en matière d'éthique professionnelle sont les éditeurs de presse et les journalistes. Les organisations syndicales, qu'elles soient patronales ou salariales, sont totalement désinvesties d'une quelconque prise de décision en la matière. Les raisons qui motivent ces choix diffèrent ***: « Nous nous considérons comme un laboratoire d'idées et d'échanges »*** rappelle Bruno Hocquart de Turtot et de poursuivre ***« à partir du moment où vous avez une direction qui s'inscrit, avec le même objectif d'avoir une charte commune, y'a un échange, un dialogue qui se construit. En faisant cela, le SPQR a approuvé et encouragé ce genre de démarche »***. Les propos du directeur visent ici à définir et à circonscrire le champ d'intervention du SPQR. L'instance patronale approuve, encourage, ***« apporte des matériaux de réflexion*** » mais ne prend aucune décision qui impliquerait l'ensemble de ses membres. Elle est un lieu de débat ***« qui rassemble 33 titres qui ont leur histoire, leur référence, leur idéologie,***

[568] 5.8 millions d'exemplaires vendus par jour ; 75 % de la presse quotidienne française ; 18.5 millions de lecteurs chaque jour, sources : http://www.spqr.fr.

[569] Selon l'enquête de la FNPF, 66% des titres de la PQR disposent d'un code de déontologie, in *Médiaspouvoirs,* n°4, nouvelle série,1998, p121.

[570] Voir la restranscription intégrale de l'interview de Bruno Hocquart de Turtot, datée du 4 avril 2002, en annexe.

 Copyright PRODHOMME Magali et Université Lumière - Lyon 2 - 2003.Ce document est

etc.». C'est donc au nom de ***« cette liberté d'échanges*** » qu'il est impossible de contraindre les membres du SPQR à une marche forcée. L'argumentaire est tout autre concernant les organisation syndicales des journalistes. Bruno Hocquart de Turtot dénie toute responsabilité aux syndicats de journalistes en matière d'élaboration d'une éthique professionnelle mais concède cela dit que ***«s'il y avait un syndicat de journalistes qui rassemblait tous les journalistes sur les mêmes références ou les mêmes repères, on verrait les choses différemment »***. Notre interlocuteur justifie cette dénégation en rappelant qu'à l'occasion de la création de la charte des faits-divers de *Ouest-France*, ***« les organisations syndicales n'avaient pas de rôle à jouer (…) car la charte des journalistes, ce n'est pas un accord social*** ». Plus loin, il renforce son argumentaire mais dans une toute autre direction en précisant que ***« Le journaliste est quelqu'un qui, de toute façon, ne peut pas se syndiquer, dans la tête il ne peut pas se syndiquer. Un journaliste est quelqu'un de libre. Donc les syndicats de journalistes ne sont crédibles vis-à-vis de leurs mandants dans la mesure où ils leur apportent des avantages matériels. Donc le syndicat ne peut avoir aucun rôle là-dessus*** ». Bruno Hocquart de Turtot restreint donc la compétence des organisations syndicales des journalistes au seul cadre des accords sociaux et refuse, dans le même temps, de voir un quelconque rapport entre une charte et un accord social. Il le dit lui-même ***« j'aurais tendance à dire « attendez, je ne vois pas le rapport. La convention collective ce n'est qu'un accord social qui règle des problèmes pratiques, qui n'a rien à voir avec une charte des journalistes »***. Outre le SPQR et les organisations syndicales de journalistes, quelles qu'elles soient, notre interlocuteur ne croit pas que la commission de la carte ait aussi un rôle à jouer en matière d'éthique professionnelle. Il remet en cause sa représentativité, notamment syndicale, et n'hésite pas à dire ***« elle est complètement investie par des organisations syndicales, au sens large du terme »***. Nous pensons que Bruno Hocquart de Turtot soupçonne ici le SNJ de monopoliser la représentativité syndicale au sein de la commission de la carte. Or s'agissant du SNJ, le directeur du SPQR est catégorique : ***« le SNJ est un syndicat corporatiste. Ce n'est pas un syndicat qui est porteur de réflexions élargies à l'ensemble du fonctionnement de l'entreprise*** ».

Le lieu et les acteurs de la prise de décision en matière d'éthique professionnelle des journalistes sont, pour le directeur du SPQR, d'une part l'entreprise de presse et, de l'autre, ses principaux acteurs : l'éditeur de presse et les journalistes de la rédaction. Bruno Hocquart de Turtot en est convaincu ***« s'il doit y avoir une réflexion sur l'éthique, le rôle des journalistes, etc. ça ne peut être que le fait de réflexions en commun, direction/équipe rédactionnelle*** » et d'insister sur les particularités des pratiques journalistiques dans la PQR ***« Dans la PQR, les équipes rédactionnelles, les rédactions sont très soucieuses de pouvoir élaborer une charte. Une charte maison (…) Il y a beaucoup de choses qui font que le rapport entre le journaliste et son entreprise est très différent en PQR par rapport à la presse parisienne. Au-delà de l'entreprise, on est incrusté dans un terroir régional fort*** ». François Régis Hutin, dans le cadre d'un cycle de conférences sur la presse et l'information, organisé par l'institut catholique de Paris, dresse un constat similaire. Le PDG de *Ouest-France* a en effet insisté sur ***« la relation de confiance existant entre le titre et ses lecteurs, une relation assimilable à un vrai contrat, forgée au fil des années, dans la difficulté et***

protégé en vertu de la loi du droit d'auteur.

parfois le drame » [571] . Ces déclarations nous paraissent être tout à fait intéressantes car elles laissent entendre que la proximité qu'entretient le journal de la presse quotidienne régionale avec ses lecteurs constitue une des premières valeurs partagées par les éditeurs et les journalistes. Ce lien inciterait en quelque sorte les uns et les autres à avancer dans le même sens, notamment, via la rédaction d'une charte, de ***« se donner une bonne image au niveau du lectorat*** », au nom de cet ancrage régional vécu très largement par tous. Cette solidarité, qui dépasse le clivage employeurs/employés, est l'une des caractéristiques spécifiques de la PQR, sur laquelle notre interlocuteur insiste. Il en résulte, selon l'ancien directeur des ressources humaines de *Ouest-France*, ***«quelque chose qui est un acquis dans la PQR »*** : l'association des journalistes à l'élaboration des chartes d'entreprise et d'expliquer ***« dans la PQR, les chartes qui ont de la valeur sont celles qui ont été construites entre les éditeurs et les journalistes ».*** C'est là une des articulations essentielles de l'argumentation du patron du SPQR. Elle consiste, d'abord, à rappeler que la profession est composée des éditeurs de presse et des journalistes. Ensuite, elle vise à déconsidérer toute initiative prise de façon unilatérale et, *a contrario*, prône de manière récurrente, la nécessaire condition d'une ***« démarche commune*** » en matière de définition d'une éthique professionnelle des journalistes. Enfin, elle circonscrit cette démarche ***« au seul niveau des titres*** » car ***« ça relève complètement des entreprises de presse*** ». L'ensemble de ces arguments tend à une seule et même conclusion que Bruno Hocquart de Turtot fait passer par la voix de la profession : ***« si on arrive à élaborer quelque chose de commun à l'ensemble de la PQR, ça serait très bien »***. Cela dit, l'argumentation de notre interlocuteur ne s'en tient pas seulement à esquisser un début de consensus car en effet celui-ci va rapidement céder la place à quelques réserves dont la profession semble incapable de s'affranchir. A l'instar de François Devevey qui qualifie les environnements respectifs des journalistes et des éditeurs ***« d'environnements parallèles*** », Bruno Hocquart de Turtot va, lui aussi, énoncer un certain nombre de réalités qui compromet la démarche de convergence. La comparaison avec le directeur de la FNPF s'arrête ici car si François Devevey va parfois à l'encontre des idées patronales, attitude qui pourrait même lui valoir des reproches, Bruno Hocquart de Turtot est, quant à lui, tout acquis à la cause patronale.

2) La grande césure

Le premier grand fossé qui sépare les journalistes des éditeurs tient à leur conception respective de l'information. Pour les premiers ***« l'information est une valeur biologique ou philosophique »*** et pour les seconds ***« c'est une valeur marchande*** ». Le directeur du SPQR motive ses propos en insistant sur les conséquences d'une conception autre que marchande : ***« Le journal est un produit qui doit se vendre. S'il n'est pas lu, il n'existe pas de journal. Et ça pour un éditeur de presse, c'est une question de vie ou de mort »***. La mesure est donnée et ne laisse aucune place à la nuance : ***»et c'est là, la grande césure (…) le journaliste se situe dans un autre monde*** ». Aux côtés de cette ***« grande césure*** », il en est une autre qui vient contredire les projets patronaux. Si notre interlocuteur reconnaît et légitime, sans grandes difficultés, les contraintes commerciales qui pèsent sur les éditeurs de presse, il semble peiner à admettre les

[571] Hutin F.R., « *Ouest-France* est éthiquement engagé », in *Ouest-France*, 11 mars 2001.

protégé en vertu de la loi du droit d'auteur.

revendications salariales des journalistes. Lorsqu'on lui demande ce qui pourrait constituer le point d'achoppement d'une démarche consensuelle entre éditeurs et journalistes, le directeur du SPQR n'hésite pas une seconde : ***« Alors là, c'est un peu plus…purement patronal. Ce qui cloche c'est que les éditeurs ont en face d'eux des journalistes qui ne sont pas là pour défendre une profession mais qui sont là pour défendre des intérêts matériels*** ». Le propos est certes de bonne guerre mais il est surtout ***« purement patronal*** ». Notre rétorque n'y a d'ailleurs pas suffit : ***« matériels et moraux ! ?*** » et Bruno Hocquart de Turtot de répondre ***« Oui, matériels et moraux. Mais matériels*** ». Le fossé que creuse notre interlocuteur entre les deux acteurs principaux de l'entreprise de presse est de plus en plus distinct lorsqu'il répond à une estocade syndicale. La question porte sur la responsabilité du patronat en matière de dérives déontologiques. Elle donne lieu à une réponse très incisive et manifestement sans appel de Bruno Hocquart de Turtot ***« ça, je ne peux que récuser ça »*** et de reformuler la question ***« qui est responsable des dérives déontologiques ? Nous sommes des gens irresponsables ?*** ». Là, nous observons très clairement la position tout à fait solidaire (le ***« Je*** » s'efface derrière un ***« Nous*** » parfaitement assumé) du directeur du SPQR à l'égard du patronat auquel il oppose, plus loin, le véritable coupable des dérives déontologiques : ***« Les dérives déontologiques, ce sont les journalistes (…) ce sont eux qui exercent leur métier. Y'a pas de censure de la part des patrons de presse*** ». Cette prise de position très ferme augure déjà de l'irréductibilité des deux univers, pourtant censés se rencontrer dans une démarche souhaitée commune. Selon Bruno Hocquart de Turtot ***« les patrons n'y sont pas opposés*** » mais l'ancien directeur des ressources humaines de *Ouest-France* précise qu'elle ***« nécessite un travail de mise en confiance respective »***. Or en la matière, les propos de notre interlocuteur ne laissent guère d'illusions : ***« ça - le pouvoir déontologique - ne sera jamais quelque chose de partagé parce que les références des journalistes ne sont pas, du tout, celles des éditeurs*** ».

3) « L'équilibre économique de l'entreprise » comme impératif catégorique de l'action patronale

Bruno Hocquart de Turtot met en exergue, implicitement et explicitement, deux notions qui paraissent définitivement antinomiques [572] . Loin d'être le monopole des références des journalistes, l'éthique apparaît aussi être une visée patronale qui donne d'ailleurs lieu à des échanges nombreux. Cela dit, là où les journalistes brandissent des valeurs, les éditeurs de presse, eux, rappellent volontiers leur impératif catégorique : l'équilibre économique de l'entreprise car ***« le vrai patron de presse, il ne cherche pas le profit, il cherche à remplir une mission mais il ne peut la remplir que s'il y a équilibre économique »***. Or il semble qu'au-delà des références respectives qui animent les deux communautés, cet équilibre est une question de ***« vie ou de mort*** » qui impliquerait l'ensemble de la profession, éditeurs de presse et journalistes. L'économique prend donc le pas sur l'éthique, le ***« biologique ou le philosophique*** » et comme le souligne notre interlocuteur ***« Et pour faire partager cette vision aux journalistes, ça c'est absolument impossible*** ». La pierre d'achoppement de leur divergence est la manière,

[572] Max Weber avait pourtant démontré la possibilité et la fécondité qu'il y avait à traiter des rapports de l'économie et de l'éthique.

semble-t-il, de concevoir ici la coordination des actions en matière de représentation normative de la profession. Ce qui manifestement fait défaut aux deux protagonistes c'est la possibilité d'envisager l'intercompréhension comme facteur déterminant de la coordination des actions à mener dans ce sens.

Si l'éthique engendre, d'un côté, une production d'ordre symbolique, c'est-à-dire un certain nombre de valeurs inhérentes aux pratiques journalistiques et à la place de l'information dans une démocratie, elle est aussi, d'un autre côté, un outil pragmatique au service de l'entreprise de presse. Or il apparaît très clairement que cette dimension symbolique qui implique un savoir partagé soit reléguée par les éditeurs de presse. Seule la valeur marchande de l'information, loin de faire l'objet d'un accord, semble motiver les troupes patronales. Comme le souligne Paul Ladrière, ***« les convictions partagées constituent un réservoir de raisons grâce auquel chacun des acteurs peut en appeler à l'intelligence et à l'implication des autres »*** [573] et de préciser ***« les convictions obtenues par l'influence à sens unique ou extorquées par l'artifice ou imposées par la force, sont inaptes à remplir cette fonction »*** [574] . Certes notre interlocuteur en appelle implicitement à la raison des journalistes en insistant sur l'impérieuse nécessité de vendre le journal mais lorsque l'on se penche sur les objectifs qu'assignent les éditeurs de presse à la réalisation d'une charte, on s'interroge sur ce qui constitue la cohésion ou du moins la volonté informée par un savoir partagé. Ces objectifs, selon Bruno Hocquart de Turtot sont triple : ***« Premièrement, se donner une bonne image au niveau du lectorat. Elles sont utilisées quand il y a un problème. Deuxièmement, régler des problèmes internes de relations entre les journalistes et la rédaction. Troisièmement, éviter les contentieux*** ». Toujours selon notre interlocuteur, c'est sur la base de ces objectifs que journalistes et éditeurs de presse bâtissent des convictions partagées : ***« Si on voulait en faire autre chose, là les journalistes et la rédaction se sépareraient. Là ils se retrouvent*** ». Dès lors l'interrogation porte sur la nature de la solidarité : Sont-ce là des rapprochements passagers, entre journalistes et éditeurs de la PQR, liés notamment aux caractéristiques spécifiques de cette forme de presse, comme le laisse entendre notre interlocuteur, ou bien seulement des choix qui se complètent et des intérêts qui s'équilibrent ? En d'autres termes l'activité de production normative est-elle orientée vers le succès ou fondée sur des valeurs communes ? Il est difficile ici de trancher mais il paraît évident que la démarche du SPQR s'aligne sur celle des autres membres de la FNPF. Nous avions conclu, s'agissant du discours de la FNPF, que les instances patronales tenaient manifestement à conserver leur autonomie respective en matière de représentation normative et à maintenir le lien de subordination. Qu'en est-il du SPQR ? Ce sont les entreprises de la presse quotidienne régionale qui, les premières, ont amorcé et développé le mouvement de création des chartes maisons. Il est donc aisé d'en déduire une volonté de conserver son propre champ d'action en matière d'éthique. En dépit d'une référence commune, ***« Règles et usages de la presse quotidienne régionale*** », seule semble prévaloir la référence interne aux entreprises. Quant au lien de subordination, il ne

[573] Ladrière P., *Pour une sociologie de l'éthique*, Paris, PUF, mars 2001, p 279.

[574] *Idem*.

 Copyright PRODHOMME Magali et Université Lumière - Lyon 2 - 2003.Ce document est

fait aucunement l'objet d'une remise en cause dans ce cadre précis. Il serait, au contraire ***« un contre pouvoir*** » dans l'entreprise. Notons que Bruno Hocquart de Turtot insiste sur ce lien en précisant que ***« chaque journaliste s'inscrit dans une entreprise de presse »***, source, pour lui, de repères. La lecture et l'analyse de l'interview du directeur du SPQR corroborent nos propos concernant la FNPF. Il existe bien une forme de résistance patronale à céder aux journalistes, notamment aux syndicats de journalistes, une part de la définition et de la représentation normative de la profession. Les raisons qui motivent ces choix tiennent à leur volonté explicite d'assimiler les références éthiques des pratiques journalistiques avec la culture de chaque entreprise et à se garder de toute forme d'indépendance qui pourrait être acquise en la matière. Les journalistes demeurent des exécutants soumis à un lien de subordination que les éditeurs de presse maintiennent en toutes circonstances.

IV) AESPA : «Je ne me sens pas le droit de porter un jugement »

1) L'absence du débat sur la déontologie

Bernard Gourinchas, à l'instar de Bruno Hocquart de Turtot, a occupé le poste de directeur des ressources humaines à *France 3*. Son point de vue n'est pas celui du président des Associations des employeurs du service public de l'audiovisuel (AESPA) mais plutôt celui d'un tiers qui observe, avec l'acuité d'un philosophe, les acteurs du système médiatique. Alors qu'aucune consigne ne lui a été transmise lors de l'entretien, notre interlocuteur nous prévient d'emblée ***« Moi, je vous parlerai bien entendu en faisant l'effort de généraliser*** » et de préciser ***« mais l'essentiel de ce que je vous dirai, c'est à partir de mon expérience France3 »*** [575] . Or en la matière, Bernard Gourinchas est en effet très loquace et endosse volontiers l'ancien habit de directeur des ressources humaines dans lequel il paraît plus à l'aise. Fort de cette expérience, qu'il nous fait partager à plusieurs reprises, notre interlocuteur va s'appliquer à séparer le bon grain de l'ivraie en matière de négociation sur les questions d'éthique professionnelle. Il en résulte une posture très objectivée, quasi naturelle chez notre interlocuteur, et la configuration d'un discours de médiateur, mêlant description et prescriptions, regard distancié et impliqué à la fois, mais rarement voire jamais en qualité de président de l'AESPA. Cette dernière fait d'ailleurs souvent l'objet d'une mise à distance par rapport à notre interlocuteur qui paraît s'en exclure : ***« cette Association*** » ; ***« la compétence de l'Association »*** ; ***« l'Association*** ». S'il rappelle volontiers que ***« bien entendu la déontologie est tout à fait dans la compétence de l'Association*** » il confie qu'il n'a pas souvenir ***« qu'il y ait eu, explicitement en tout cas, l'évocation de ces problèmes là*** ». Or à l'évidence, les questions d'éthique professionnelle et de déontologie au sein de l'AESPA, apparaissent de manière sinon anecdotique du moins implicite. En effet, Bernard Gourinchas peine manifestement à rattacher ses propos à l'orientation ou à l'action de l'Association qu'il préside. D'où notre impression, à la lecture de cette interview, d'une mise à distance de l'AESPA et d'un surinvestissement de notre interlocuteur tentant de pallier ce problème de représentation. Cette impression devient

[575] Voir la restranscription intégrale de l'interview de Bernard Gourinchas (AESPA), datée du 18 juillet 2001, en annexe.

protégé en vertu de la loi du droit d'auteur.

une certitude lorsque l'on observe la part respective de l'emploi des pronoms personnels ***« Je*** » et ***« Nous*** » dans l'interview. L'emploi du ***« Je*** » est massif puisque l'on relève près de 63 occurrences contre 24 pour le pronom personnel ***« Nous*** ». A l'instar du discours du directeur de la FNPF, celui de Bernard Gourinchas est dominé par l'usage du ***« Je*** », renforcée par un système de valeurs axiologiquement déterminé.

Notre interlocuteur admet ***« parler d'un point de vue particulier qui est celui des sociétés publiques de l'audiovisuel »*** mais pas en leur nom. Il nous le dit, mais là aussi implicitement, ***« Moi, je ne me sens pas le droit de porter un jugement sur la responsabilité de la profession, côté employeurs, dans le retard pris sur tous ces sujets*** ». Le ***« Je*** » se désolidarise et ne remplit pas son rôle de représentant de l'AESPA : ***« Mais si je parle uniquement de mon point de vue d'audiovisuel public, je pense qu'il est de l'intérêt des sociétés de l'audiovisuel public d'être claires sur ce sujet »***. Ce premier constat nous invite à la prudence. Il nous paraît en effet difficile de rapporter les propos de Bernard Gourinchas comme étant représentatif de l'Association des employeurs du service public de l'audiovisuel. Cela dit, quelques éléments de réponse, à lire dans ***« l'implicite*** », peuvent éclairer la position des employeurs sur les questions d'éthique professionnelle. Selon Bernard Gourinchas, ces questions sont sous-jacentes à un certain nombre de débats qui portent notamment sur la modification de la convention collective, le renouvellement de l'agrément aux écoles de journalisme ou encore la définition de ce qu'est un journaliste. Si, sur ces points précis, la réflexion est menée de concert entre les différents employeurs et ***« pourrait*** » aboutir à un débat sur l'éthique professionnelle, cette démarche, avant même de prendre forme, semble déjà compromise.

D'une part, parce que les employeurs, contrairement à ce que nous laisse entendre notre interlocuteur, ne semblent manifester aucune volonté dans ce sens. Ces thèmes, selon Bernard Gourinchas, pourraient être l'occasion pour les employeurs de parler d'éthique mais notre interlocuteur, sans donner d'exemple qui préciserait sa pensée, reste au stade des supputations. Il en est conscient et tente de nous convaincre via une avalanche de questions qu'il attribue à l'Association : ***«Donc, on se dit, mais qu'est-ce qu'il serait souhaitable de faire évoluer dans cette convention ? Pourquoi ne lui (le CNPEJ) demanderait-on pas (…) de dire ce qui, à son point de vue, gagnerait dans la convention à être reprécisé ? Qu'est-ce que tout cela présuppose, dans la conception du métier de journaliste, la fonction d'information dans la société ? Faut-il faire évoluer cette définition »*** et enfin d'ajouter ***« il serait difficile, à cette occasion là de ne pas évoquer les problèmes de déontologie ? ».*** La question de l'éthique professionnelle est présentée comme ***« fondamentale pour les journalistes*** » mais semble déjà l'être moins pour les employeurs de l'audiovisuel public.

D'autre part, en observateur patenté des relations entre employeurs et employés, Bernard Gourinchas amenuise la responsabilité des employeurs en pointant celle des journalistes. En effet, la raison pour laquelle les employeurs éprouvent une certaine réticence à évoquer la question tient à la réaction supposée des journalistes. Notre interlocuteur est clair ***: « la réaction des organisations des employeurs a été de se dire « qu'est-ce qu'ils vont nous demander ? Est-ce que l'on ne va pas ouvrir la boîte de Pandore ? »*** et de conclure ***« ça a finalement mis en évidence quelque***

protégé en vertu de la loi du droit d'auteur.

chose : Comme tous les textes qui sont un peu considérés comme sacrés , moins on y touche mieux on se porte, les journalistes c'est un peu ça ».

2) Culture de l'entreprise vs culture journalistique

Bernard Gourinchas résume même la situation en parlant de ***« culture journalistique*** » à laquelle se heurtent les projets patronaux. Ce n'est pas ici sans rappeler les propos de Bruno Hocquart de Turtot qui précisait que ***« les références des journalistes ne sont pas, du tout, celles des éditeurs*** » mais aussi ceux de François Devevey qui parlait, quant à lui, ***« d'environnements parallèles*** ». Pour réduire la frontière entre les deux protagonistes, Bernard Gourinchas va, d'une part, se positionner comme médiateur et neutraliser au maximum la polémique et, de l'autre, dresser la voie du consensus. Employeurs comme employés vont être enjoints à prendre leur part respective de responsabilité : ***« Si maintenant, on est conscient, de part et d'autre, de ce qu'est le métier d'informer, de sa difficulté, et ça vaut pour le patron aussi bien que pour le journaliste, on a intérêt à mon avis à travailler le sujet ensemble et à ne pas se lancer d'invectives*** ». L'ancien directeur des ressources humaines poursuit dans la même veine : ***« Si les syndicats disent « la déontologie, c'est pour le patron » et si de son côté le patron dit « les journalistes feraient bien quand même de regarder dans leur basse-cour et de nettoyer leur paillasson avant de déposer leurs ordures chez nous », si on part sur ces bases « tous pourris d'un côté et tous vendus de l'autre », on ne s'en sortira pas*** ». Notre interlocuteur appelle de ses vœux ***« une espèce de vigilance permanente*** » de part et d'autre et met en garde les deux camps contre ***« un esprit politique*** » qui pourrait animer leur volonté respective de ***« s'attaquer au toilettage des textes*** ».

Le système axiologique mis en œuvre dans son discours va nous permettre de circonscrire les priorités de notre interlocuteur. Selon lui, il y a ce qui est ***« nécessaire*** » ; ***« indispensable*** » ; ***« important*** » et ***«essentiel*** » à réaliser en matière de déontologie et d'éthique professionnelle, ce qui est bon et ce qui l'est moins. Un certain nombre de démarches lui paraissent essentielles à mener. Certaines incomberont aux journalistes, d'autres aux employeurs. Cela dit, globalement l'essentiel ***« ce n'est pas qu'il y ait une charte à brandir, c'est qu'il y ait une charte d'antenne qui fasse l'objet d'un accord large, paritaire évidemment, et d'une volonté d'application*** ». Trouver un consensus est donc une condition sine qua non qui relèverait même de la ***« sagesse*** ». Mais cette condition est subordonnée à un impératif : ***«Que la profession, dans ses instances syndicales et patronales, s'efforce d'objectiver certaines choses, de codifier d'autres, d'accord. Mais elle ne pourra se substituer au terrain où le journaliste se pratique, c'est-à-dire l'entreprise de presse, elle-même*** ». Notre interlocuteur n'en démord pas et insiste sur l'importance de l'entreprise de presse comme cadre de références en dehors duquel il est impossible d'envisager le consensus. Il s'en explique à diverses occasions notamment celle que lui offre la question sur la tendance actuelle des employeurs de l'audiovisuel public à l'égard des questions de déontologie. Le constat que ***« le type de problème d'ordre déontologique qu'elle - l'entreprise de presse - va rencontrer ne sera pas forcément le même dans toutes les sociétés*** » suffit, selon Bernard Gourinchas, à justifier la spécificité des approches. L'effort est même qualifié

Copyright PRODHOMME Magali et Université Lumière - Lyon 2 - 2003.Ce document est

« d'indispensable ». Conscient que ***« la déontologie peut-être utilisée dans un certain affrontement social*** », il semble que l'ancien directeur des ressources humaines voit à travers les chartes un outil de régulation de la profession qui serait propre à chaque entreprise. Il le dit d'ailleurs ***« c'est important d'avoir en plus une référence interne qui nous permette de dire « vous deviez respecter telle procédure, vous ne l'avez pas fait. Pourquoi ? »*** et d'expliquer plus prosaïquement ***« ça fait partie de la culture d'une rédaction de société d'avoir sa formulation propre, pas forcément différente, ou son accentuation propre des incontournables déontologiques ».*** Or c'est à cette ***« culture d'une rédaction de société*** » que se heurte ***« la culture journalistique*** ».

3) L'utopique indépendance

L'opposition implicite que dresse le président de l'AESPA entre ces deux cultures est fondamentale car elle explique la tension ***« insurmontable*** » qui règne entre les deux camps. Selon notre interlocuteur le journaliste serait soumis à ***« un balancement perpétuel*** » qui résulte, d'une part, de l'incapacité du journaliste à aliéner son indépendance et, de l'autre, à se considérer comme salarié d'une société. Or cette dernière posture implique d'accepter le lien de subordination. Et de conclure ***« ce qui garantit le mieux l'indépendance, c'est de n'être lié à aucun organisme de presse. Ça, c'est de l'utopie !*** ». Ce sont ces rapports de pouvoirs et leur situation stratégique que Bernard Gourinchas tente de mettre en exergue pour expliquer, là encore, l'irréductibilité entre éditeurs de presse et journalistes. Or loin de combler cette irréductibilité entre les protagonistes, les tentatives de définition et de représentation normative de la profession exacerbent, au contraire, la division sociale au sein des entreprises de presse et avec elle le conflit latent entre les deux camps. A ce titre, il est intéressant de nous référer aux réflexions nombreuses de Philippe Bernoux autour des concepts de culture d'entreprise, d'identité et de changement. Il rappelle judicieusement dans notre cas que ***« ce qui permet l'action collective a finalement un nom bien connu : c'est l'intégration de l'individu à une communauté*** » et d'ajouter ***« il n'y a, en effet, d'action collective que dans la mesure où les individus se sentent, soit intégrés dans un ensemble, soit porteurs de valeurs communes »*** [576] . Qu'en est-il ? Les journalistes semblent faire de l'indépendance l'une constantes essentielles de leur identité professionnelle. Lorsque le journaliste devient salarié d'une entreprise de presse, il accepte explicitement de céder cette indépendance au profit du lien de subordination. Cette situation facilite-t-elle ce que Philippe Bernoux appelle l'intégration de l'individu à une communauté, source d'action collective ? Il semble que non, tant la résistance des journalistes est grande face à la menace de voir aliéner leur indépendance. C'est là aussi l'un des leitmotivs des corps intermédiaires de la profession qui, quelle que soit leur obédience, défendent leur autonomie. Nous sommes, ici, au cœur de la culture journalistique entendue comme système de valeurs intériorisé par la profession. Cette culture, face aux initiatives patronales, est un moyen de réaffirmer les acquis et les valeurs qui animent la communauté journalistique et qui font l'objet sinon d'une menace du moins d'une remise en cause. Cette dernière peut donner lieu à un conflit social de type ***« violence d'identité*** », selon l'expression de Philippe Bernoux. Notre interlocuteur

[576] Bernoux P., *op. cit*., p 198.

Copyright PRODHOMME Magali et Université Lumière - Lyon 2 - 2003.Ce document est

l'admet lorsqu'il dit ***« c'est vrai, il existe une tension entre l'indépendance du journaliste qui est un acquis que l'on ne peut pas renier(…) »***. Si éditeurs de presse et journalistes étaient porteurs de valeurs communes, suscitant l'action collective en matière d'éthique professionnelle, l'issue pourrait être envisagée. Or sur ce point précis, Bernard Gourinchas nous rappelle que le seul réservoir valable de valeurs pour la profession est celui qu'offre chaque entreprise de presse à laquelle ***« le journaliste s'identifie forcément à un moment donné*** » mais de préciser ***« soit, il s'identifie sous forme d'intégration, soit sous forme d'opposition permanente*** ». Bruno Hocquart de Turtot abonde sensiblement dans le même sens en soulignant que ***«la profession a perdu les repères essentiels »***, ceux constitutifs d'un ensemble de valeurs communes, ***« au profit des repères de l'entreprise*** ». Or fonder une identité professionnelle à partir de chaque entreprise de presse et des cadres de référence qui l'inspire, c'est déjà, pour les journalistes, se confondre avec la culture patronale et, in fine, accepter certes la rigueur professionnelle mais aussi les exigences sinon de rentabilité du moins d'équilibre économique.

Convaincu que ***« le journaliste a besoin de textes régulateurs, de textes qui lui indiquent les idéaux de sa profession*** » Bernard Gourinchas admet qu'il y a en la matière une responsabilité partagée. Les employeurs, ***« ils se trompent parce qu'ils se diront « est-ce que l'on ne va pas là encore se mettre sur le dos des tas de procédures et de contrôles qu'il va falloir mettre en place pour complaire aux syndicats et on va être perpétuellement tenus de se justifier*** ». Quant aux journalistes, il les invite à dépasser cette idée selon laquelle ***« le journaliste est une sorte de chevalier blanc qui aurait un accès à la vérité et la seule difficulté serait de faire connaître la vérité, parce que tous les pouvoirs du mensonge se ligueraient contre la vérité que détient le journaliste et qu'il voudrait porter au monde*** » et de leur expliquer ***« la vérité ce n'est pas forcément le contraire de ce que me dit mon patron ou de ce que me dit le politique*** ». Notre interlocuteur ne se sent pas le droit de porter un jugement sur la responsabilité de la profession mais c'est pourtant à la lecture de son analyse, souvent empreinte d'appréciations critiques, que nous avons dégagé deux modèles d'action : l'un patronal, l'autre propre aux journalistes. Les efforts déployés par notre interlocuteur pour généraliser ses propos lui ont permis d'atténuer la responsabilité des membres de l'AESPA dont les préoccupations paraissent bien éloignées des questions d'éthique professionnelle.

V) FFAP : «Personne ne va vous le dire, moi je vais vous le dire »

1) La charte de la FFAP : « un instrument pour ou contre les administrations »

Jacques Morandat arbore la sérénité de celui qui sait, en matière de pratiques journalistiques, le poids des convictions. Journaliste, directeur de la FFAP depuis plusieurs années, notre interlocuteur paraît rompu à l'exercice des questions / réponses. Il jongle avec les identités, assume et revendique son appartenance à la communauté journalistique sans mésestimer, jamais, sa qualité de directeur de la FFAP. Les

protégé en vertu de la loi du droit d'auteur.

occurrences des pronoms ***« Je*** » et ***« Nous*** » sont là pour le confirmer puisqu'elles sont présentes dans des proportions sensiblement égales [577] .

Si, comme il le dit, ***« personne n'ose le dire mais tout le monde le sait*** » [578] , Jacques Morandat au contraire affiche clairement ce qu'il pense et ce qu'il en est. Insatiable sur le sujet, il ne badine pas avec les chartes au premier rang desquelles celle de la FFAP qu'il qualifie ***« historiquement de première en France concernant une corporation professionnelle en dehors des chartes de journalistes*** ». Qu'on ne s'y trompe pas ***« ce n'était pas un texte circonstanciel, c'était un texte pour l'avenir, pour semer*** ». Déjà relégué au passé dans les propos de l'un de ses initiateurs, la charte de la FFAP possède une particularité. Elle n'est pas là pour régir des pratiques professionnelles mais, semble-t-il, pour revendiquer un manque et pallier le problème d'absence de législation notamment en matière de droit de l'image. Elle vise, par ailleurs, à donner un label à l'ensemble des agences de presse qui pourraient s'en prévaloir devant la justice. Cette particularité confère à la Charte de la FFAP une dimension consensuelle qui dépasse le seul cadre des agences de presse. En effet, la réalisation de cette charte a fait l'objet d'une consultation, a posteriori, des syndicats de journalistes ***« qui n'ont pas hurlé parce qu'il n'y pas grand chose qui puisse les faire hurler là-dedans*** » dixit Jacques Morandat. Notre interlocuteur est catégorique ***« ce n'est pas un instrument pour ou contre les journalistes, c'est un instrument pour ou contre l'Administration, les administrations*** » et de concéder plus loin ***« c'est une explication de métier et puis y'a une petite part sur les droits et les devoirs »***. Nous sommes typiquement dans le cadre d'une instrumentalisation de l'éthique professionnelle, de la forme la plus probante d'utilitarisme qu'évoquait Bentham ou, pour reprendre la terminologie de Daniel Cornu, d'une éthique stratégique. Cela dit, à la différence de nos autres interlocuteurs, Jacques Morandat revendique cet utilitarisme face au vide juridique. Pis encore, il concède volontiers que le document aurait pu s'appeler un cahier des charges parce que ***« ça y ressemble furieusement*** » mais d'avouer ***« Charte de déontologie, ça sonne mieux »***. Ce franc-parler, parfois déroutant, campe le contexte de l'entretien : notre interlocuteur apparaît comme une personne qui n'a rien à cacher et qui lève le voile sur les coulisses de la profession comme on lève un scoop : ***« Je vais vous dire l'écueil entre employeurs et salariés (…) Personne ne va vous le dire, moi je vais vous le dire (…) On discute de ça dans les salons (…) Personne n'ose le dire mais tout le monde le sait (…) L'unité de la profession, c'est bidon, ça amuse tout le monde, mais ce n'est pas vrai (…) Chaque fois que quelqu'un, en dehors de moi et de mon franc parler, tout le monde le sait (…) c'est comme ça que ça se passe ».*** Sont-ce là des propos qui visent seulement à nous mettre dans la confidence ou bien une réelle volonté d'en finir avec les discours policés sur le sujet qui relèvent plus de l'hypocrisie que d'une réalité partagée ? Dubitatifs, nous avons pris l'initiative de reprendre une partie de son argumentation pour la soumettre à deux de ses confrères patronaux. François Devevey est tout acquis à la cause et pense que ***« Jacques a raison*** ». Bruno Hocquart de Turtot persiste, lui, à ne voir aucun lien entre la convention

[577] 36 occurrences du « Je » contre 26 pour le « Nous ».

[578] Voir la restranscription intégrale de l'interview de Jacques Morandat (FFAP), datée du 19 juillet 2001, en annexe.

protégé en vertu de la loi du droit d'auteur.

collective et la charte des journalistes, fut-elle rédigée avec la direction. Quant aux syndicats de journalistes, seul François Boissarie [579] a été confronté à l'argumentation de Jacques Morandat. Celle-ci consiste à admettre, pour les employeurs, la possibilité d'inclure dans la convention collective la charte des journalistes à la condition expresse que ***« le non-respect de la charte soit assimilable à une faute grave pour le journaliste*** ». Directement visé, puisqu'il s'agit là d'une requête de longue date du SNJ, François Boissarie n'a pas su nous répondre. Manifestement embarrassé, notre interlocuteur syndical a exhalé un soupir d'agacement.

2) Le non-respect de la charte comme faute professionnelle

L'articulation argumentative de Jacques Morandat présente un intérêt particulier en ce sens qu'elle se démarque, d'abord formellement puis du point de vue du contenu, des autres interventions. S'agissant des questions d'éthique et de représentation normative de la profession via la rédaction d'une charte, Jacques Morandat affiche ses convictions. Il laisse entendre que ce ne sont pas seulement les siennes, mais que ***« personne n'ose le dire*** ». Notre interlocuteur le dit donc sans détour : ***« A mon avis, formaliser le texte ensemble, ce n'est pas un problème. Avoir un consensus ensemble sur un texte déontologique, ça n'est pas un problème*** ». La difficulté, selon Jacques Morandat, ne se situe pas au niveau du contenu d'une charte des journalistes susceptible d'être visée par l'ensemble de la profession, mais tient à son champ d'application. Son constat est le suivant : ***« Les entreprises de presse, dans leur immense majorité, les syndicats de journalistes sont absolument sur la même longueur d'ondes*** » et mieux encore ***« on dit la même chose au même moment (…) On fait des communiqués, on pourrait se les échanger*** ». Sur le contenu même des chartes, Jacques Morandat affirme que ***« l'on trouve exactement la même chose à quelques détails près »*** et d'ajouter sa touche personnelle : ***« Y'a pas d'oppositions sensationnelles à ma connaissance »***. Le problème réside donc en aval, notamment sur les implications de l'usage d'une charte. Notre interlocuteur postule d'une part qu'il faut dépoussiérer les textes existants et d'autre part qu'il faut une confrontation et d'expliquer à nouveau ***« ça sera annexé à la convention des journalistes le jour où les syndicats de journalistes accepteront de dire, ce qui est une demande absolument légitime des employeurs, même sur le plan de la déontologie, que le non-respect est une faute*** ». Or à cet égard Jacques Morandat n'entretient pas longtemps l'illusion : ***« Un syndicaliste ne peut pas fabriquer de futur croche-pied à ses adhérents, donc il n'y aura jamais de signatures communes*** »… ***» personne n'ose le dire, mais tout le monde le sait*** ». Loin de nous satisfaire de la logique implacable de notre interlocuteur pour lequel la situation se résume à la loi du ***« donnant donnant*** », nous avons dès lors confronté sa propre argumentation à l'expérience de la réalisation d'une charte au sein de la FFAP. Si en effet rien ne les distingue, si ***« l'on trouve la même chose à quelques détails près »***, qu'est-ce qui justifie alors la prolifération des chartes d'entreprise mais aussi la réalisation de la charte de la FFAP ? Sur ce dernier point notons que Jacques Morandat a été explicite : la charte de la FFAP ***« est une arme éventuelle pour discuter avec les magistrats*** ». Nous nous serions volontiers contenter de cette explication si le directeur de la FFAP n'avait pas,

[579] A l'occasion d'une discussion informelle avec François Boissarie, secrétaire général du SNJ, le 20 juillet 2001.

plus loin, argué de nouvelles motivations. L'objet du débat porte sur l'absence de différences notoires entre les chartes d'entreprise. A ce sujet, et pour une fois, Jacques Morandat prend la précaution de nous signaler que ce point de vue n'est valable que dans la limite de ses connaissances des différentes chartes et d'expliquer ***« Je connais quoi, la mienne, celles, au pluriel, des journalistes. Y'a par-ci, par-là, des trucs qui ne vont pas, plus parce que ce sont des textes anciens qui n'ont pas été revues ou réactualisés ».*** Dont acte. Nous lui soumettons dans la foulée l'exemple de *La Charte du SNJ* et Jacques Morandat de répondre d'emblée ***« Nous, elle ne nous suffisait pas. Une entreprise de presse ne peut pas prendre la charte de déontologie de ses salariés. C'est l'engagement de l'entreprise. Ce n'est pas l'engagement des salariés »***. Si tout le monde le pense, tous nos interlocuteurs le disent aussi. C'est ici, indéniablement, que le bât blesse. Le directeur de la FFAP s'approprie la charte de la FFAP, c'est la sienne dit-il, et marque dès lors très distinctement une différence entre une charte des salariés et celle des employeurs qui relèveraient de leurs engagements respectifs. Le problème ne tient donc pas seulement, comme le laisse entendre notre interlocuteur, à l'usage qui pourrait en être fait – non-respect de la charte = faute grave – mais aussi à des engagements et des intérêts supposés, d'emblée, divergents. Comme le rappelle J.D Reynaud : ***« il est de mauvaise méthode de vouloir analyser les ressorts d'un groupe social ou l'orientation de ses actions en prétendant les déduire de l'analyse a priori de ses intérêts collectifs »*** [580] .

3) Charte et culture d'entreprise

A l'instar du directeur du SPQR, Jacques Morandat met en correspondance directe charte et culture d'entreprise : ***« les chartes d'entreprise correspondent à une culture d'entreprise. En même temps à un corpus déontologique mais à une culture d'entreprise*** ». Or, la culture d'entreprise repose sur des valeurs censées être partagées par les différents acteurs de l'entreprise de presse lesquels acquièrent une identité propre au journal. Dès lors distinguer l'engagement de l'entreprise, via une charte, à l'égard de ses clients de celui des salariés, c'est nier l'implication des salariés dans la bonne marche de l'entreprise. Notons aussi que les propos de notre interlocuteur relèguent la dimension déontologique des chartes d'entreprise au statut d'accessoire (il s'agit avant tout de la culture d'entreprise), et la place des salariés à celui d'exécutants n'ayant aucun engagement direct ou indirect avec ***« les clients*** ».

Jacques Morandat s'est trouvé quelque peu déstabilisé lorsque nous lui avons posé la question de savoir, implicitement, si la charte de la FFAP avait été élaborée en collaboration avec les journalistes :

- *« Et votre charte ? (celle de la FFAP)*
- C'est une charte puisque les agences de presse l'ont rédigé et l'appliquent. »

Nous avons, à notre tour, été surpris par la teneur de sa réponse. Arguer que la Charte de la FFAP est une charte, alors même que la question ne portait pas sur le sujet, parce qu'elle a été rédigée par les agences de presse qui l'appliquent, est à l'évidence une

[580] Reynaud J.D., *op. cit.*, p 70.

Copyright PRODHOMME Magali et Université Lumière - Lyon 2 - 2003.Ce document est

réponse tautologique. Nous poursuivons dans notre logique en lui soumettant celle du SNJ, qui aurait pu servir sinon de référence du moins de base à la réalisation de la charte de la FFAP. Certes, elle ne ***« leur suffisait pas*** » mais manifestement le problème est ailleurs. Jacques Morandat explique, dans un subtil préalable, qu'il ne la connaît pas par cœur. Son raisonnement s'épaissit et le conduit à l'erreur : ***« Vous savez La Charte du SNJ, elle a été revue en, heu, 47*** » et nous de corriger « *en 38* ». Notre interlocuteur poursuit ***« 38, bon, elle a eu des essais de révisions qui pourraient être appliqués. Et les essais sont intéressants de temps en temps*** ». Certes ces propos corroborent la volonté qu'il a exprimée de ***« revoir les textes*** » sur la base d'un constat : ***« y'a par-ci, par-là, des trucs qui ne vont pas, plus parce que ce sont des textes anciens qui n'ont pas été revus ou réactualisés*** ». Mais qu'en est-il de la charte de la FFAP à laquelle nous faisions, cette fois-ci, explicitement référence ? Le doute n'est pas permis puisque Jacques Morandat le dit lui-même : ***« Ce n'était pas un texte circonstanciel, c'était un texte pour l'avenir, pour semer. Il n'a jamais été revu, tout le monde dit qu'il faut le revoir, quand on le relit, on se dit y'a pas grand chose à retoucher*** ». Nous persistons et l'interrogeons sur *la Charte de Munich*. Sa réponse est laconique ***« très proche, très proche*** » et d'ajouter ***« Encore une fois, parce que je survole plus que je n'analyse, mais j'y vois plein de choses en commun et des petites différences*** ».

4) Le mécanisme de l'intercompréhension

L'ensemble de ces commentaires a retenu notre attention. Pourquoi ? Si l'on accepte de confronter ces commentaires à l'analyse que dresse Paul Ladrière de l'agir communicationnel et plus précisément de l'intercompréhension comme mécanisme coordinateur de l'action, un certain nombre de constats peuvent être émis. Rappelons préalablement la teneur de sa réflexion. Elle consiste à souligner que ***« dans l'agir communicationnel, la coordination des actions d'une pluralité d'intervenants se réalise au moyen du mécanisme de l'intercompréhension entendue dans toute son amplitude »*** [581] . Paul Ladrière précise sa pensée : ***« l'intercompréhension fonde la coordination sur un savoir partagé et ce type de coordination est, non seulement une condition nécessaire de la réussite d'un plan d'action, mais elle est créatrice d'un lien rationnellement motivé »*** [582] . Dans notre cas précis, l'intercompréhension semble impossible à atteindre dans la mesure où il y a peu, ou pas de savoir partagé, producteur d'accord acquis au terme de tentatives de compréhension mutuelle. Que ce soit Jacques Morandat ou François Devevey, Bruno Hocquart de Turtot ou Bernard Gourinchas, ni les uns ni les autres n'ont fait preuve d'une connaissance ne serait-ce qu'approximative des chartes existantes et notamment de celle ratifiée par l'ensemble des syndicats de journalistes français, *la Charte de Munich*. ***« Le lien rationnellement motivé*** », engendré par la coordination des actions basée sur l'intercompréhension paraît difficile à tisser. En effet, nous nous interrogeons de savoir ce qui motive ***« rationnellement*** » notre interlocuteur à dire que ***« l'entreprise de presse ne peut pas***

[581] Ladrière P., *op. cit*., p 289.

[582] *Ibid*., p 290.

protégé en vertu de la loi du droit d'auteur.

prendre la charte de ses salariés » sauf à sous-entendre que les journalistes prônent des valeurs qui ne sont pas partagées par les employeurs. Jacques Morandat va plus loin que les sous-entendus et nous explique que les visées diffèrent selon que l'on est journaliste ou employeur : ***«De temps en temps, y' a des grosses discussions entre les directeurs d'agence journalistes qui parlent déontologie tout le temps. Ils sont autant journaliste que directeur d'agence et ceux qui ne sont pas issus du milieu journalistique et qui disent « attendez, on est là pour faire fonctionner les entreprises pas pour parler déontologie*** » [583] . Ce n'est pas ici sans rappeler les conclusions de Bruno Hocquart de Turtot : ***« et pour faire partager cette vision aux journalistes, ça c'est absolument impossible*** ». Jacques Morandat est, quant à lui, plus optimiste car à son avis ***« formaliser, le texte ensemble ce n'est pas un problème. Avoir un consensus ensemble sur un texte déontologique, ça n'est pas un problème*** ». Pour résumer, les éditeurs et les journalistes mènent le même combat, dans des environnements et des approches parallèles, mais comme il se plaît à le répéter ***« c'est donnant donnant*** ». Là encore, tout le monde le sait, mais personne l'ose le dire…

Conclusion relative aux discours patronaux : « l'entreprise de presse, lieu de représentation normative »

Nous étions enclins à parler de cacophonie des discours patronaux en matière de définition et de représentation normative de la profession de journalistes. Pourtant, l'ensemble des interlocuteurs que nous avons consulté se retrouve notamment sur le lieu et les acteurs de la prise de décision en matière d'éthique professionnelle. La situation est résumée dans le tableau qui suit :

[583] Nous pensons, dans ce cas précis, à la réflexion de J.D Reynaud qui note que : *« l'employeur admet d'autant plus facilement cette autonomie du métier qu'il est lui-même issu du métier* », *op. cit.*, p 100.

protégé en vertu de la loi du droit d'auteur.

Instances patronales	Lieu de la prise de décision	Acteurs concernés
FNPF (François Devevey)	« Je crois que la déontologie et son élaboration ne peuvent venir que **d'une structure plus large** où le lien s'est effacé derrière une volonté commune »	Éditeurs de presse Journalistes **A titre consultatif** : Fédérations patronales Syndicats de journalistes
SPQR (Bruno Hocquart de Turtot)	« ça relève complètement des **entreprises de presse** »	**Exclusivement** : Éditeurs de presse Journalistes
AESPA(Bernard Gourinchas)	« Que la profession, dans ses instances syndicales et patronales, s'efforce d'objectiver certaines choses, de codifier d'autres, d'accord. Mais elle ne pourra se substituer au terrain où le journalisme se pratique, c'est-à-dire **l'entreprise de presse** »	Employeurs Journalistes **A titre consultatif** : Instances patronales Syndicats de journalistes
FFAP (Jacques Morandat)	« c'est **l'engagement de l'entreprise »**	« L'ensemble de la profession »

a) L'engagement de l'entreprise

Tous nos interlocuteurs, excepté Bruno Hocquart de Turtot, reconnaissent l'importance de l'implication de l'ensemble de la profession et de ses corps intermédiaires dans la réflexion éthicienne. Les syndicats de journalistes et les fédérations patronales sont, certes, sollicités *a posteriori* mais ils acquièrent toutefois une légitimité à débattre du sujet. Cela dit, l'essentiel des propos est tenu en direction des acteurs principaux de l'action souhaitée collective : éditeurs et journalistes. Cette situation implique automatiquement que soit restreint le lieu de la prise de décision : l'entreprise de presse. Elle constitue, à la lecture des discours patronaux, un lieu d'échange par excellence où se forgent culture et identité. Seul François Devevey requiert une instance supérieure pour débattre et œuvrer pour une référence commune. Dubitatif, notre interlocuteur considère que si le lien de subordination est maintenu, aucune issue n'est envisageable. Cela dit, comme nous l'avons démontré, c'est à titre personnel qu'il s'est exprimé et non en qualité de représentant de la FNPF. Or, selon lui, cet aveu pourrait lui valoir des reproches. Les autres représentants, quant à eux, laissent entendre, parfois très clairement, qu'il n'est pas concevable que ce lien soit dépassé. Bruno Hocquart de Turtot rappelle en effet que ***« chaque journaliste s'inscrit dans une entreprise de presse »*** et Bernard Gourinchas souligne ***« qu'à partir du moment où le journaliste accepte de devenir salarié permanent d'une société, il accepte un lien de subordination »***. Quant aux propos de Jacques Morandat, ils sont certes implicites mais abondent dans le même sens : ***« une entreprise ne peut pas prendre la charte de déontologie de ses salariés*** ». Les valeurs requises pour élaborer une référence éthique ne sont pas celles que se donne la

profession, entendue dans une acception de confraternité, mais celles qu'offrent l'entreprise de presse. D'ailleurs l'unité de la profession est totalement déniée alors même qu'elle est une thématique récurrente dans les discours syndicaux. Jacques Morandat va même jusqu'à dire que ***« l'unité de la profession, c'est bidon. Ça amuse tout le monde, mais ce n'est pas vrai ».*** Bruno Hocquart de Turtot fustige aussi cette idée qu'il considère comme reçue : ***« l'unité de la profession, ah non, elle n'existe pas ! (…) Vous connaissez une profession qui est aussi divisée*** *?* ». François Devevey est plus réservé, et entame, en guise de réponse, une longue réflexion sur la définition de l'information et du journaliste. Il admet que ***« le contributeur de Gala, le contributeur d'Esprit, le contributeur de France-Soir et celui de la Provence, ont le même statut*** » mais remarque cependant : ***« Je ne suis pas sûr qu'ils font exactement le même métier ».*** Dire, parfois avec grandiloquence, que l'unité de la profession n'existe pas c'est implicitement reconnaître qu'une référence éthique commune n'est envisageable que dans les limites qu'offre l'entreprise de presse, perçue dès lors comme une micro communauté au sein de la grande famille. Le ***« Livre de Style*** » du *Monde*, édité en janvier 2002, en est l'exemple le plus probant. Dans son éditorial intitulé ***« Une discipline collective »***, Edwy Plenel explique les ressorts d'une telle démarche et aussi ***« les grands principes auxquels Le Monde se veut fidèle*** » [584] . Dans son épilogue, puisqu'il s'agit d'un monument de rhétorique, le directeur des rédactions du *Monde* souligne que ***« l'ouvrage définit au plus près ce qui fonde et façonne notre identité collective »*** et d'ajouter que ***« ce contrat oblige et requiert chacun de celles et de ceux qui font Le Monde »*** [585] . Deux remarques s'imposent : la première tient à la notion d'identité collective réduite, stricto sensu, au journal. Ce n'est pas le journaliste de manière générale qui est ici interpellé mais celui du *Monde* et exclusivement. Notons d'ailleurs que les occurrences ***« Un journaliste du Monde*** », c'est-à-dire excluant les autres, sont très nombreuses (sur une seule page, 9 occurrences). La seconde porte sur l'obligation requise auprès des journalistes du *Monde* de suivre ces principes, d'adhérer au contrat que soumet *Le Monde* à l'égard de ses lecteurs. Ici l'obligation infère très clairement un lien de subordination. Pourtant l'auteur rappelle que ***« ce sont ces règles collectives qui font une communauté de travail, une communauté d'esprit, partageant une communauté de destin*** » [586] . Or la communauté, qu'elle soit d'esprit ou de travail, requiert moins l'obligation que l'unité et l'accord notamment derrière un certain nombre de valeurs. Edwy Plenel évoque, d'ailleurs, une double contrainte non pas librement consentie mais ***« librement assumée : Il est au service du lecteur et au service de l'information*** » [587] . Le choix des mots n'est pas innocent car il ne s'agit pas de laisser entendre au journaliste du *Monde* que ces valeurs sont laissées à leur libre appréciation mais au contraire qu'elles constituent une manière de se reconnaître, voire, de se

[584] Plenel E., « Une discipline collective » in *Le Livre de style du Monde*, janvier 2002. Voir l'analyse consacrée au *Livre de style du Monde*, p 307 de notre thèse.

[585] *Idem*.

[586] *Idem*.

[587] *Idem*.

Copyright PRODHOMME Magali et Université Lumière - Lyon 2 - 2003.Ce document est

distinguer au sein de la profession. L'exemple n'est pas esseulé mais suffisamment explicite pour que nous le retenions. L'entreprise de presse est sans aucun doute le nouveau territoire par excellence de l'identité journalistique et avec elle ses références éthiques [588] . Ceci explique dès lors la raison pour laquelle en dehors de l'entreprise de presse, aucun lieu de représentation normative de la profession n'est reconnu comme crédible par les patrons de presse. De plus, c'est là une façon relativement habile de conserver une autonomie certaine en la matière en même temps que de témoigner d'un intérêt particulier pour ces questions qui font, chaque année, l'objet d'un sondage auprès de l'opinion publique. Angelo Agostini conclut pour nous ***« Il est temps de renoncer à cette entité presque mythologique qu'on appelait le journalisme et d'admettre l'existence de journalismes différenciés en fonction des publics, des contenus, des formes, des modes de production, de diffusion et de consommation de l'information*** » [589] mais d'ajouter ***« une différenciation des profils et des compétences qu'uniront toujours néanmoins non seulement leur responsabilité sociale commune mais aussi l'obligation de travailler en équipe, dans l'interaction de toutes les spécialisations »***. Cette mutation profonde a largement été anticipée par les éditeurs de presse qui ont préféré à la médiation sociale des conflits d'intérêts en matière de représentation normative – ce que Jacques Morandat appelle ***« la confrontation*** » - l'autorégulation au sein de chaque entreprise de presse. L'exhortation éthique des discours patronaux demeure un calcul rationnel qui vise plus l'efficacité et le résultat que l'adéquation des moyens aux fins poursuivies. Elle est aussi significative de l'ébranlement des critères classiques qui fondent l'identité journalistique. Le journaliste appartient d'abord à une entreprise de presse avant d'appartenir à une profession dont l'essentiel des valeurs se disperse au profit de l'entreprise. Dès lors, la culture normative commune affichée dans l'entreprise permet l'assise des relations d'autorité, déjà exprimé dans le lien de subordination. Comme le remarque J.D Reynaud : ***« la règle a bien une force apaisante puisqu'elle arbitre un débat entre des prétentions opposées*** » [590] . Or c'est bien dans cette rhétorique de l'apaisement (discours de la neutralité, évitement de la polémique) que le patronat fonde sa légitimité et, in fine, sa volonté d'en découdre avec des prétentions opposées. Le rapport hiérarchique se doit donc d'être maintenu car il constitue un rapport de contrôle et de pouvoir, qui place au cœur de son système le lien de subordination et la négation de l'autonomie des membres de l'entreprise de presse. Si nous étendons notre réflexion au-delà de l'entreprise de presse pour observer le mouvement de fond, nous constatons que de manière générale, la montée actuelle de l'éthique ressemble à un coup de balancier après le tout argent des années quatre-vingt. Philippe Frémaux rejoint ce constat et affirme que ce mouvement ***« vise en fait d'abord à fidéliser le personnel, tout en soignant l'image, l'efficacité et finalement la profitabilité de l'entreprise*** » et d'ajouter ***« autant de choix définis indépendamment des salariés*** » [591] . Dans l'article qu'il consacre à l'annexion de l'éthique par l'entreprise, il

[588] Lire à ce propos : Chanel A., « Les nouveaux territoires d'une identité », in Actes du colloque de Strasbourg, *L'identité professionnelle des journalistes*, (sous la dir. de Mathien M. et Rieffel R.), 1995, pp.205-221.

[589] Agostini A., « La presse au défi d'Internet », in *Manière de Voir*, n°46, 1998, p 23.

[590] Reynaud J.D., *op. cit*., p 242.

protégé en vertu de la loi du droit d'auteur.

souligne que ***« cette montée du discours éthique est le dernier avatar des modes managériales*** » et d'expliquer ***« Fixer une éthique de l'entreprise, c'est définir les règles de comportement auxquelles doivent se conformer ses membres. C'est aussi caractériser la nature du lien qui les unit. Il s'agit donc bien de management*** » [592] . Management éthique, pas seulement. L'auteur poursuit dans la perspective d'une éthique purement utilitariste en soulignant que ***« l'affirmation d'une préoccupation éthique est également un bon support de communication pour une firme soucieuse d'améliorer ses relations avec ses clients*** » [593] . Ce n'est pas sans rappeler, dans notre cas, l'expression de ***« contrat de lecture »*** utilisée à dessein par *Ouest-France* et *Le Monde* via leur charte ou leur Livre de Style. L'auteur conclut ainsi ***« le management éthique, comme toute pratique qui saisit l'entreprise comme un tout, est d'essence totalitaire*** » et de terminer ***« On ne sera pas surpris que cette nouvelle mode managériale laisse les syndicats quelque peu méfiants*** » [594] . En ce qui nous concerne, la méfiance des syndicats de journalistes est portée à l'acmé tant il est vrai que face à l'appropriation du thème de l'éthique professionnelle par les éditeurs de presse, les syndicats opposent une volonté farouche d'indépendance qui les conduit in fine à un repli identitaire. Les éditeurs de presse et leurs fédérations respectives s'en accommodent volontiers et profitent dès lors de cette incapacité des syndicats de journalistes à transcender leurs clivages pour recentrer le débat éthique au sein de l'entreprise de presse. La frontière entre les protagonistes, éditeurs de presse et journalistes, fédérations et syndicats, réduit considérablement le champ d'une possible référence commune. Et c'est un point sur lequel l'ensemble de nos interlocuteurs a insisté et que creusent inéluctablement les discours respectifs des corps intermédiaires qui cherchent à l'évidence à justifier l'autonomisation de leur action.

b) Un calcul rationnel : « ce qui est efficace est juste »

Enfin si nous soumettons, à l'instar des discours syndicaux, les discours patronaux à l'analyse de la compétence morale dressée par Dominique Memmi, un certain nombre de remarques peut d'emblée être faites.

Si l'on cherche, dans l'argumentation du discours patronal, le ou les principes de détermination des normes, nous disposons d'un lot commun de principes républicains, laïques, démocratiques voire d'essence humaniste (*Ouest-France*, par exemple). Cela dit, si l'on soumet ce même discours à la question de la justification rationnelle des normes éthiques de telle sorte que celles-ci perdent leur caractère arbitraire et subjectif et puissent assurer un consensus transculturel, au sens de culture d'entreprise, qu'en est-il ? Il est intéressant de noter que les justifications procèdent toutes d'un calcul d'intérêts qui

[591] Frémaux P., « L'entreprise annexe l'éthique » in *Alternatives économiques, Argent, entreprise, commerce. Peut-on moraliser l'économie ?*, Supplément n°13, économie et humanisme n°320, p 12.

[592] *Idem*.

[593] Frémaux P., *op. cit*., p 13.

[594] *Ibid*., p 14.

protégé en vertu de la loi du droit d'auteur.

fige la définition d'une éthique professionnelle dans une approche stratégique donc utilitariste. Production normative, certes, mais surtout moyen notamment d'éviter les contentieux, d'éviter de laisser à l'appréciation des juges, ce qui relève de la seule responsabilité de l'entreprise de presse. Jean-Pierre Vittu de Kerraoul, président de la FNPF, souligne avec force que ***« pour que l'intervention de la presse sur tout ce qui fait la vie sociale soit légitime (…) il faut qu'elle fixe, après concertation entre éditeurs et journalistes, des règles déontologiques propres à chaque titre et ayant pour objet de répondre aux questions qui ne peuvent ou ne doivent pas être traités par la loi »*** [595] . Jacques Morandat, dans un style toujours plus direct, affirme quant à lui, que l'élaboration de la charte de la FFAP vise à prendre le contre-pied du vide juridique. Bruno Hocquart de Turtot le dit aussi sans détour ***« il s'agit d'éviter les contentieux*** ». Foin de l'exigence de neutralité et de mise entre parenthèses des fins pratiques, dispositions que requiert la compétence éthique, seules prévalent la liberté de la presse et celle du citoyen, deux notions essentielles sur lesquelles nos interlocuteurs font valoir leur approche. L'inquiétude qu'expriment les patrons de presse à l'égard de la loi porte sur la possibilité de voir celle-ci garantir que chacun se plie aux même règles. La presse crie dès lors à l'ingérence. Les éditeurs de presse inversent volontiers les rôles, que Lacordaire se plaisait à attribuer : ***« c'est la loi qui libère et la liberté qui opprime*** », et donnent au contenu normatif une visée d'efficacité – ce qui est efficace est juste - qui nous éloigne de l'exigence de neutralité. Qu'on ne s'y trompe pas, ***« le vrai patron de presse, il ne cherche pas le profit, il cherche à remplir une mission mais il ne peut la remplir que s'il y a équilibre économique*** » et ce sans ingérence juridique et politique. La justification est imparable et rappelle la consubstantialité entre deux notions que nous avons présentées comme a priori antinomiques : économie et éthique. Comme le rappelle Adam Smith ***« Ce n'est pas de la bienveillance du boucher, du brasseur ou du boulanger que nous attendons notre dîner, mais de leur souci de leur intérêt propre »*** [596]

Chapitre VI : Analyse des modalités de l'action:

I) La compétence des acteurs

Il est une des manifestations de la singularité narrative des instances syndicales et patronales dont l'analyse mérite d'être approfondie : c'est le choix et le mode de formulation des compétences attribuées à chaque actant. Ces manifestations nous renseignent sur la puissance réelle ou virtuelle des acteurs et sur leurs rapports de force. ***« La modalisation des énoncés du faire correspond à l'acquisition de la compétence par le sujet opérateur*** » [597] note le groupe d'Entrevernes dans son ouvrage

[595] Vittu de Kerraoul J.P., « Liberté de la presse, Liberté du citoyen », in *Médiaspouvoirs*, N°4, nouvelle série, p 132.

[596] Adam Smith cité par Clerc D., « éthique, mode ou mouvement de fond », in *Alternatives économiques*, *op. cit.*, p 6.

consacré à l'analyse sémiotique des textes. Notre attention se portera particulièrement sur la qualité du faire du sujet opérateur (faire selon devoir diffère d'un faire selon le vouloir) manifestée à travers la modalisation. Notre objectif sera double. Il s'agira, à travers les différents discours, de repérer puis d'observer :

- L'attribution des compétences aux acteurs (choix et mode de formulation des compétences)
- Les différentes pratiques manipulatoires des protagonistes à travers leur processus respectif de distribution des compétences (modalités virtualisantes et actualisantes) et du choix des modalités.

Nous savons que les modalités se résument principalement, dans le cadre de l'interprétation greimasienne, à un devoir et un vouloir-faire (compétences virtuelles), à un savoir et un pouvoir-faire (compétences actuelles). A l'instar de Dominique Memmi, ***« nous nous contenterons de nous livrer à une analyse assez souple des expressions destinées à véhiculer ces quatre modalités, sans nous soucier du dispositif narratif d'ensemble qu'elles visent à reproduire*** » [598] . Pour étayer l'intérêt indubitable que nous avons à observer ces catégories, moins simplistes qu'il n'y paraît, nous reprendrons l'argumentaire avancé par Yves Delahaye dans son ouvrage ***« La frontière et le texte*** ». L'auteur explique à ses éventuels détracteurs ***« qu'il est fort important de savoir si l'interlocuteur peut être ou veut paraître, s'il sait devoir faire ou s'il veut pouvoir savoir*** » [599] . Il poursuit son explication en citant un exemple emprunté à l'Histoire: « *On se souvient de ce qu'avait dit au Roi un président du Parlement de Paris :* ***« nous ne voulons, sire, révoquer en doute ou disputer de votre puissance…mais nous entendons dire que vous ne devez ou que vous ne pouvez pas vouloir tout ce que vous pouvez »*** et de conclure ***« il y avait, dans ces quelques modalisateurs, l'évocation en raccourci d'un destin différent pour la France*** » [600] .

1) Approche quantitative : le taux de modalisation des discours

Avant d'aborder notre réflexion sur la compétence des acteurs, nous avons souhaité rendre compte, du point de vue quantitatif, de l'emploi des modalités dans les différents discours [601] .

Le tableau qui suit résume la situation :

[597] Groupe d'entrevernes, *Analyse sémiotique des textes. Introduction, théorie, pratique*, PUL, 1988, p 33.

[598] Memmi D., *op. cit.*, 1986, p 144.

[599] Delahaye Y., *op. cit.*, 1977, p 153.

[600] *Idem*.

[601] Pour ce faire, nous avons calculé le taux de modalisation des discours syndicaux et patronaux en procédant par le calcul suivant : Nombre total de modalisateurs /nombre total de phrases x 100.

 Copyright PRODHOMME Magali et Université Lumière - Lyon 2 - 2003.Ce document est

Syndicats de journalistes	**Nombre total de phrases**	**Nombre total de modalisateurs**	**taux de modalisation**
SJ-FO	223	44	19.73
SNJ	307	53	17.26
SNJ-CGT	249	44	17.67
USJ-CFDT	151	35	23.17
TOTAL	930	176	**18.92**
fédérations patronales			
FFAP	282	38	13.47
FNPF	272	39	14.33
SPQR	162	32	19.75
AESPA	203	53	26.10
TOTAL	919	162	**17.62**

Selon Algirdas Greimas, ***« le faire sémiotique consiste essentiellement dans le jeu d'acquisitions et de déperditions, de substitutions et d'échanges de valeurs, modales ou idéologiques »*** [602] . Le recours de l'acteur, quel qu'il soit, aux modalités, est en effet particulièrement révélateur de ses attitudes profondes. Il détermine l'ordre d'importance des modalités de l'action et est étroitement lié à l'idéologie dominante manifestée notamment par les indicateurs de modalités. Un pouvoir-faire n'implique pas de la même façon les acteurs mobilisés derrière un devoir-faire. Notre tableau révèle la propension plus importante des syndicats de journalistes à la manipulation par le discours, c'est-à-dire à enjoindre les journalistes, entre autres et en tant que sujet opérateur, à faire ou ne pas faire selon un devoir, un pouvoir, un savoir ou un vouloir. Elle culmine au sein de l'USJ-CFDT qui totalise un taux de modalisation de 23.17 % soit quasiment quatre points au-dessus de la moyenne de l'ensemble des discours syndicaux. Quant aux discours patronaux, qui se veulent moins directifs, ils ne rassemblent que 17.62 % de taux de modalisation derrière eux. Qu'est-ce à dire ?

2) Approche qualitative : les caractéristiques des acteurs

Notre hypothèse, qu'une analyse qualitative viendra confirmer ou infirmer, est de dire que cette situation reflète le positionnement respectif des protagonistes et leurs rapports entre eux. La production d'énoncés modaux, dans les discours des syndicats de journalistes, procède, nous semble-t-il, d'une volonté d'autonomiser l'action syndicale en distribuant les compétences aux acteurs directement visés. Comme nous l'avions déjà souligné, il s'agit moins de défier le patronat, que de construire contre lui des espaces d'autonomie. Tu dois, nous voulons, ils peuvent tels sont les consignes syndicales qui guident l'action collective. Les discours patronaux obéissent à la même logique (distribution des compétences aux acteurs) à la différence notoire, qu'ils ne conçoivent le pôle patronal que par rapport à des ***« salariés*** » (maintien du lien de subordination) qui, à leur tour,

[602] Greimas A.J., *op. cit*, 1983, p 66.

protégé en vertu de la loi du droit d'auteur.

assument un vouloir, un devoir, un pouvoir et un savoir propres présupposant la quête d'objets de valeurs déterminés (l'indépendance par exemple). En posant les choses ainsi, le discours des instances patronales fait apparaître l'éditeur de presse comme seul maître à bord (celui qui fait faire), car c'est bien lui, et lui seul, qui est habilité à prendre une décision. Nous voyons déjà apparaître la question fondamentale de la répartition des pouvoirs de décision entre les deux adversaires sociaux et discursifs. Comme le dit l'un des membres du SNJ : ***« Qui mieux que le SNJ, premier et principal syndicat de journalistes, pourrait le faire ?*** ».

L'enjeu est double : d'une part, la conquête du pouvoir notamment celui de la représentation normative de la profession et, d'autre part, la négation de son adversaire ***(« une entreprise ne peut pas prendre la charte de ses salariés*** »(FFAP) par exemple (souligné par nous).

Notre analyse s'affine lorsque nous nous penchons sur l'ordre d'importance, au regard des protagonistes, des modalités de l'action. Les discours sont en effet très largement dominés par un ***« devoir-faire*** » présenté comme un impératif catégorique de la compétence virtuelle des acteurs concernés. Cette fréquence du devoir-faire n'est pas étonnante dans la mesure où, ce qui est en jeu, relève de la définition normative des pratiques professionnelles des journalistes, donc de la prescription. Elle est rejointe par une forme de volontarisme qu'exprime l'emploi massif, dans les différents discours, de la modalité du vouloir-faire. Or à cet égard, nous prenons la précaution de relever, avec Greimas, la remarque suivante : ***« La structure modale de devoir-faire comporte indiscutablement des affinités sémantiques avec celle du vouloir-faire*** » et de s'interroger sur l'opportunité de ***« les réduire à une seule structure modale virtualisante*** » [603] . L'opération consisterait dès lors à réduire le devoir-faire au vouloir-faire ou inversement. Toujours selon Greimas ***« les représentants de l'attitude psychologisante auront tendance à voir dans le devoir-faire du sujet un vouloir transféré du destinateur, les tenants de la logique interpréteront plutôt le vouloir-faire comme un devoir-autodestiné*** » [604] . Nous serions tentés, à notre tour, de les subsumer dans une seule et même structure modale (nécessité +volontarisme) mais la fréquence importante de la modalité du pouvoir-faire et celle de son contraire, le ne pas pouvoir-faire, nous invite à la prudence. Seule, une analyse qualitative et détaillée nous permettra de décrire de façon pertinente les compétences distribuées dans les discours des différents acteurs syndicaux et patronaux et leur possible agencement dans le cadre d'une seule et même structure modale.

Rappelons que la rhétorique syndicale, si elle ne vise pas toujours le même objectif, s'adresse à la fois aux journalistes, aux patrons de presse et parfois à l'État. Ces derniers, en tant que sujets de faire ou anti-sujets, vont être dotés par manipulation syndicale (au sens sémiotique du terme), d'un certain nombre de caractéristiques c'est-à-dire de compétences pour reprendre une terminologie greimasienne.

[603] Greimas A.J. et Courtès J., *op. cit.*, p 96.

[604] *Idem*.

protégé en vertu de la loi du droit d'auteur.

II) Les syndicats de journalistes : devoir-faire journalistique et « pouvoir-savoir-faire » syndical

Si le journaliste ne ***» sait »*** pas toujours ce qui se trame (et c'est par-là que la parole syndicale est justifiée), l'une de ses caractéristiques principales est de ***« devoir*** » ou ***« ne pas devoir*** » faire et ce sur les conseils avisés des différents syndicats de journalistes. En voici quelques exemples :

- SNJ-CGT :

« Avec leur syndicat, les journalistes ont le devoir de préserver leurs acquis sociaux » ; « Ils ont le devoir de tout dire » ; ***« Ils devront chercher l'appui de toutes les forces démocratiques ayant intérêt à défendre une liberté fondamentale*** » ; ***« Le journaliste ne doit faire aucune concession à la facilité et dont la principale qualité est la vigilance*** »

- SGJ-FO

«Ces règles doivent être respectées par tous, journalistes et employeurs » ; ***« Que l'on ne compte pas sur eux (les journalistes) pour s'adonner à quelque auto-flagellation que ce soit car il n'y en a aucune nécessité*** » ; ***« Il nous incombe à nous, journalistes, de ne pas baisser les bras et de défendre sans cesse ce à quoi nous sommes attachés, à savoir la liberté d'expression dans le respect de notre déontologie*** »

- SNJ

« Il incombera aux journalistes de veiller au respect des règles traditionnelles du journalisme » ; « Les principes inscrits dans la charte du journaliste doivent continuer d'inspirer les professionnels que nous sommes » ; ***« Le journaliste ne doit pas user de son influence pour aider un annonceur » ; « S'ils doivent respecter leur éthique professionnelle, les journalistes de la PQR ne sont pas en revanche liés par les « règles et usages » du syndicat patronal*** » ; ***« Le journaliste doit pouvoir répondre avec une clarté qui lui est aujourd'hui encore interdite »***

- USJ-CFDT

« Ce combat ne saurait laisser indifférent les journalistes CFDT, qui doivent se saisir de ces problèmes déontologiques partout où ils se posent » : ***« Un métier qu'il (le journaliste) doit pratiquer en ayant le souci de l'honnêteté intellectuelle et de la vérité des faits*** ».

Ici, la définition et la distribution de la compétence du devoir sont différemment abordées. Lorsqu'elle - la compétence du devoir- revient à la fois au syndicat-destinateur et aux journalistes, l'obligation (devoir-faire) dès lors partagée, amorce l'action collective et légitime le rôle du syndicat : ***« il nous incombe à nous*** » ; ***« les professionnels que***

Copyright PRODHOMME Magali et Université Lumière - Lyon 2 - 2003.Ce document est

nous sommes » ; ***« il aurait fallu aller plus loin*** » ; ***« il nous faut reconnaître que les principes déontologiques de notre profession*** » ; ***« mais doit-on accepter de mettre notre profession sous tutelle (…)*** » ; ***« la profession doit réfléchir*** » ; ***« il faut réfléchir à un organisme garantissant que cette charte ne restera pas un vœu pieux »***, etc. Ici, ce n'est pas tant la pratique professionnelle telle qu'elle pourrait être envisagée dans un cadre éthique qui mobilise la compétence du devoir mais bien plutôt ce qu'il faut faire dans le cadre d'une action collective syndicale : ***« Avec leur syndicat, les journalistes ont le devoir de préserver leurs acquis sociaux*** » (SNJ-CGT) ; ***« Dans notre syndicat, depuis 1947, nous respectons les droits de chacun, ce qui ne va pas sans l'accomplissement par tous des devoirs qui incombent doublement à un journaliste, parce que c'est un professionnel syndiqué*** » (SGJ-FO). Les syndicats de journalistes exercent donc leur faire-devoir-faire dans la perspective de motiver les journalistes, pour ne pas dire les enjoindre, à rallier les causes diversement défendues : la liberté d'expression, les acquis sociaux, une liberté fondamentale, etc. Quelques prescriptions autour des notions d'honnêteté, de vérité des faits, et de vigilance viennent ponctuer leur discours mais ce, sans grand déballage éthique. Notons d'ailleurs qu'il ne s'agit pas d'un devoir-être (modalités réalisantes), fondement d'un comportement éthique, mais bien d'un devoir-faire (modalités virtualisantes) qui vient à l'appui d'une rhétorique légitimante de l'action syndicale. A ce sujet, nous ne manquerons pas de relever les propos d'Algirdas Greimas qui souligne que ***« Loin d'être d'origine technologique, l'efficacité, considérée non pas tant comme réussite, mais plutôt comme une démarche qui permet d'obtenir des résultats (…) bénéficie certainement de la dominance, à notre époque, du faire sur l'être*** » [605]. Le journaliste doit en effet ***« réfléchir, défendre, préserver, ne pas baisser les bras, respecter, veiller, etc. »*** autant d'énoncés du faire qui appartiennent au registre de l'action syndicale. Nous voyons ici corroborée l'homologie entre l'une des valeurs de prédilection des syndicats de journalistes, l'autonomie, et leurs pratiques manipulatoires car enfin s'il est un devoir-faire essentiel c'est bien celui qui conduirait le journaliste sinon à se syndiquer du moins à se mobiliser. En effet, plus grande est l'unité syndicale derrière l'action, plus conséquente est son autonomie. L'objectif est donc, in fine, de conjoindre l'action des journalistes avec celle de leurs syndicats devenus destinateurs-prescripteurs. Or n'est-ce pas là la réponse à la question que posait, en d'autres circonstances, Christian Delporte ***: « De quels moyens de coercition un syndicat, auquel, par définition, nul n'est tenu d'appartenir, peut-il bien disposer ?*** » [606]. Nous serions enclins de répondre, *a priori*, que c'est par la coïncidence de leur vouloir que des sujets individuels –les journalistes – s'instituent en sujet collectif - le syndicat -. Or, il n'en est rien. La stratégie discursive des syndicats de journalistes vise plutôt à fédérer leurs troupes derrière un devoir-faire garant de l'unité syndicale. Nous concluons avec Yves Delahaye : ***« la modalité du devoir, lorsqu'elle imprègne un texte, donne à son contenu un caractère de nécessité, voire de fatalité, qui tend à effacer ce que le vouloir implique de liberté et à n'en faire que l'instrument autoritaire du destin ou***

[605] Greimas A.J., *op. cit.*, 1983, p 16.

[606] Delporte, *op. cit.*, 1999, p 273.

 Copyright PRODHOMME Magali et Université Lumière - Lyon 2 - 2003.Ce document est

de la Providence » [607] .

Le devoir-faire, même s'il est partout présent, ne doit pas pour autant dissimuler l'existence, dans les discours des syndicats, d'éléments ***« positifs*** » témoignant d'une attitude volontariste. Cela dit, à qui attribue-t-on l'expression d'un vouloir-faire ?

· SNJ

« Le bureau national du SNJ a décidé d'en faire le thème principal du prochain congrès » ; ***« il y a à engager un énorme travail de réflexion, de proposition, d'action »*** ; ***« L'éthique du métier de journaliste a fait l'objet de nombreux débats et les résolutions n'ont pas manqué de réaffirmer les grands principes qui régissent notre profession » « Nous voulons engager avec eux une large réflexion*** » ; ***« On souhaite un autre avenir à la formation déontologique (…)*** »

· SGJ-FO

« Notre syndicat avait déjà demandé que le bénéfice des aides de l'État soit retiré aux entreprises qui ne respectent ni le code du travail, ni la loi (…) » ***« Le réalisme consiste à rappeler, ce que nous n'avons cessé de faire depuis l'apparition de cette formule – que ce n'est pas l'entrée de quelques confrères dans les CA, voire dans le capital des entreprises qui suffira à faire appliquer des mesures qui déplaisent à nos employeurs*** » ; ***« En tout état de cause, le SGJ-FO fera tout pour que la liberté de la presse soit respectée »***.

· SNJ-CGT

« Il est urgent de débattre pour redéfinir les conceptions de l'exercice d'une profession en perdition (…) » ; ***« Leur cri de colère dénoncera l'information souvent malmenée et conformiste, comme la souhaitent les patrons de presse qui ne parlent plus que de produits*** » ***« Par leur vote Ils –les journalistes- leur signifieront qu'ils veulent s'engager vers une autre conception de l'information et des relations sociales »*** ; ***« ils –les représentants du SNJ-CGT- sont à l'image du SNJ-CGT, c'est-à-dire différents, indépendants mais déterminés à faire bouger les choses (…) »*** ; ***« Ils sont nombreux ceux qui souhaitent encadrer l'information »*** ; ***« face aux marchands d'infos, le SNJ-CGT appelle les journalistes à lutter pour conquérir de nouveaux droits protégeant la p*** *rofession* »

· USJ-CFDT

« L'USJ-CFDT est prête à mener avec les autres syndicats une nouvelle démarche dans ce sens » ; ***« La CFDT veut aller plus loin (…)*** » ; ***« Nous proposons de lancer une réflexion, la plus large possible, autour d'un projet de charte des devoirs des journalistes français*** » ; ***« Pour les journalistes CFDT, il est urgent que la profession se donne elle-même les moyens d'éviter ces dérives*** » ; ***« Pour ce faire, ils proposent l'annexion de la Charte de Munich (…) à la convention collective »*** ; ***« en***

[607] Delahaye Y., *op. cit*., 1977, p 162.

protégé en vertu de la loi du droit d'auteur.

tout état de cause, l'USJ-CFTD proposera à l'ensemble des organisations syndicales d'organiser (…) » ; ***« Pour l'USJ-CFDT, il est urgent que les journalistes se saisissent de ces problèmes de déontologie avant que d'autres ne le fassent*** » ; ***« C'est l'USJ-CFDT qui demande la mise en place d'un observatoire des médias*** » ; ***« C'est elle encore qui réclame un comité d'éthique national »***.

1) La préférence comme puissance

Nous l'avions déjà souligné en exergue de notre étude, l'analyse des modalités dans les discours des syndicats de journalistes nous révèle la prépondérance du devoir-faire et du vouloir-faire. Pour ce calcul, nous avons compté comme modalisateurs l'expression d'une volonté telle que ***« nous avons décidé, nous proposons, est prête à mener, etc.*** ».

Si les journalistes doivent faire, les syndicats de journalistes, quant eux, veulent faire. L'exercice du libre-arbitre du journaliste, susceptible de désirer, est donc soigneusement verrouillé par les syndicats de journalistes qui ne conçoivent l'autonomie que dans le seul cadre de l'action syndicale. C'est donc naturellement que les syndicats veulent faire, fonction éventuellement rétrocéder aux journalistes mais sous certaines conditions. L'exemple du SNJ-CGT est à cet égard significatif. Le syndicat de journalistes CGT cherche en effet à conjoindre deux ***« vouloir*** », celui du journaliste et celui du syndicat : ***« En votant pour le SNJ-CGT, le cri de colère des journalistes sera aussi le cri de ceux qui, en luttant pour leur dignité et leur liberté de conscience, veulent refuser le prêt à informer imposé par les patrons(…) ils leurs signifieront qu'ils veulent s'engager vers une autre conception de l'information et des relations sociales*** ». Le journaliste est ici censé vouloir ce que veut, pour lui, le syndicat CGT : ***« faire bouger les choses*** ». Mais, pour le SNJ-CGT, il ne suffit pas seulement de vouloir. ***« Tout dire, se défendre face à des agressions multiples*** » est aussi ***« aujourd'hui un devoir pour les journalistes*** ». La conclusion s'impose et corrobore notre analyse ***« Au-delà de leurs différences, c'est ce qui unit les candidats du SNJ-CGT (…) alors confrères, vous voyez ce qu'il vous reste à faire*** ». Ces propos font apparaître l'expression d'un volontarisme sinon modéré du moins encadré qui laisse entendre que le journaliste doit avant de vouloir. Or quel que soit ce vouloir-faire, il est, avant tout, la propriété du syndicat de journalistes car il n'est point de volonté en dehors de celle qui guide l'action syndicale. Il nous faut reconnaître que seul le SNJ-CGT accepte de rétrocéder son vouloir-faire aux journalistes, mais ce, pour mieux le reprendre dans le cadre des urnes (élections des représentants à la commission de la carte par exemple). Les autres syndicats de journalistes, quant à eux, conservent soigneusement ce vouloir-faire qui, s'il devait leur échapper, ruinerait toute action collective. Ainsi, il est intéressant de noter qu'aucun syndicat de journalistes fait des questions d'éthique professionnelle une volonté manifeste de la profession de se fixer des repères. Le thème se prête certes moins à un ***« vouloir*** », celui notamment de meilleures conditions de travail, mais paradoxalement ils mobilisent suffisamment les syndicats de journalistes pour que l'on y prête attention. Exprimer une volonté d'agir dans le sens d'une éthique professionnelle c'est réaffirmer auprès des journalistes que l'un des objectifs des syndicats c'est la défense morale de la profession. Or, il est difficile de nier cette implication syndicale tant il est vrai qu'il existe une réelle volonté, notamment exprimée dans le discours du SNJ et de l'USJ-CFDT, de renouer

protégé en vertu de la loi du droit d'auteur.

avec ces questions et de sensibiliser les journalistes à une pratique vertueuse. Elle manifeste une prise de conscience et un ancrage, dans la réalité de la profession, des revendications syndicales. Rendre compte d'un sentiment volontariste c'est aussi définir, implicitement ou explicitement, un adversaire aux volontés contraires. Voilà ce que nous voulons, voilà ce qu'ils veulent. Du seul point de vue sémiotique, pour reprendre la trame de notre méthodologie, cette manipulation révèle les caractéristiques de l'anti-sujet, s'il en est. En effet, dans les discours du SGJ-FO et ceux du SNJ-CGT, l'anti-sujet se manifeste par la modalité du vouloir chargée de menaces : ***« Ils – messieurs les ministres, les sénateurs, les députés, les préfets et les militaires, les directeurs de la publication, les magistrats, les juges et les policiers – veulent qu'on leur parle de liberté de la presse (…) C'est pour la diminuer, jamais pour l'étendre ou en faciliter l'application*** ». En dépit d'un procédé ironique, le SGJ-FO ne manque pas de désigner, pour ne pas dire d'amalgamer, l'ensemble des acteurs susceptibles de constituer une véritable menace pour la liberté de la presse et donc in fine pour la profession. Le SGJ-FO menace à son tour ***« Et le gouvernement devrait faire bien attention*** » et signale dans la foulée son vouloir-faire : ***« En tout état de cause, le SGJ-FO fera tout pour que la liberté de la presse soit respectée »***. Moins directe, le SNJ-CGT assigne aussi, à l'anti-sujet, une modalité du vouloir : ***« Ils sont nombreux ceux qui souhaitent encadrer l'information sous prétexte de mieux protéger les citoyens des excès des journalistes*** » ou encore ***« face aux marchands d'infos, le SNJ-CGT appelle les journalistes à lutter pour conquérir de nouveaux droits*** ». Là encore plane la menace de voir la liberté de la presse censurée. Cela dit, l'identité de ou des anti-sujets restent relativement floue car ce sont ***« ils*** » ou ***« les marchands d'infos*** », dotés l'un et l'autre d'un vouloir-faire tout aussi préoccupant. La situation est sensiblement aggravée par l'emploi d'un lexique qui campe un contexte délétère – que nous avions déjà souligné par ailleurs- soumis à pression ***: « profession en perdition, pratiquée par des hommes et des femmes qui ont du vague à l'âme et qui ont perdu beaucoup de leurs repères, il est urgent, lutter, protéger*** ». Dès lors, le syndicat SNJ-CGT va signaler son pouvoir, rétrocédé provisoirement au journaliste ***« avec un bulletin de vote, on peut tout dire*** », qui apparaît comme la contre partie défensive, voire salvatrice, de la puissance ou de la volonté néfaste de l'anti-sujet. L'argumentaire syndical vise à convaincre les journalistes qu'un vote contre le syndicat, pourrait devenir un vote contre la liberté de la presse, car enfin le syndicat, quel qu'il soit, se porte garant de cette liberté. Il semble, même, que le pouvoir du syndicat soit bien souvent indissociable de son vouloir. C'est-à-dire, pour reprendre les termes de Dominique Memmi que ***« sa préférence est puissance, l'une détermine l'autre et inversement : « si nous sommes forts, nous sommes libres d'agir*** » [608] . On ne peut s'empêcher ici de faire le lien avec l'un des leitmotivs des syndicats de journalistes : garantir leur indépendance. Ce verrouillage qui ne laisse aucune place au journaliste en tant que doué d'une compétence du vouloir-faire, ni même du vouloir-être, est renforcé par une sorte de ***« force morale*** ». Directement rattachée à la puissance, cette force morale consiste en une faculté de ***« ne pas vouloir*** ». Cette faculté est très présente, pour ne pas dire systématique, dans le discours du SGJ-FO. ***« Nous refusons tout statut unique de l'écrit (…) Le SGJ-FO s'oppose au***

[608] Memmi D., *op. cit.*, 1986, p145.

regroupement des écoles existantes en deux ou trois pôles qui ne pourrait que favoriser le désengagement du patronat du financement des formations (…), Nous refusons la soumission des journalistes à un observatoire des médias (…) Nous rejetons toute pression politique économique et religieuse sur les journalistes (…) Les journalistes FO s'opposent aux projets visant à imposer des restrictions juridiques à l'exercice de la profession (…) Ils s'opposent à ce qu'on restreigne encore l'exercice libre de la profession (…) Nous refusons que le journaliste s'efface derrière l'animateur ou le publicitaire, etc. ». Ces refus exprimés avec la fermeté qui sied à un syndicat ***« bouclier de l'indépendance d'une profession*** » témoignent, auprès des journalistes, de sa faculté de pouvoir dire ***« non*** » voire, pour reprendre un qualificatif utilisé par le SNJ-CGT, de sa radicalité. Le verrouillage est complet lorsque le syndicat FO souligne dans son bulletin : ***« il est inacceptable d'entendre certains qui n'ont rien à voir avec la profession, parler de règles de déontologie*** » et de conclure ***« nous respectons le droit de chacun, ce qui ne va pas sans l'accomplissement par tous des devoirs qui incombent doublement à un journaliste parce que c'est un professionnel syndiqué*** ». Seul le vouloir-devoir faire syndical s'affiche comme légitime.

2) La mobilité du pouvoir

Les autres syndicats de journalistes, loin de témoigner d'une telle force morale, articulent aussi leur manipulation autour des modalités du pouvoir et du ne pas pouvoir. Pour certain, cette puissance est savamment distribuée et utilisée à dessein. Ainsi, le SNJ semble prétendre ne s'accorder de pouvoir que celui que lui transmet le journaliste. Son secrétaire général, François Boissarie, le dit d'ailleurs sans ambages : ***« la seule reconnaissance valable des valeurs défendues par le syndicat est celle, qui en juin, lui a donné plus de 44 % des voix aux élections de la carte*** ». La manifestation de cette compétence est doublée d'un discours de séduction : ***« A dire vrai, entre le SNJ et la déontologie, le lien tient de la consanguinité (…) C'est sur le terreau des devoirs professionnels que, dès 1918, les fondateurs du syndicat bâtissent, puis enracinent notre organisation*** ». C'est dans ce contexte que le SNJ interroge, de manière faussement motivée, les journalistes et manifeste sa compétence [609]. Dès lors, la stratégie du SNJ va consister à opposer sa capacité à faire, soumise à l'appréciation des journalistes, à celle de ou des anti-sujets. Ainsi le SNJ interroge : ***« Comment croire qu'un nouvel organisme pourrait représenter une autorité morale indiscutable dans la profession ?*** ». Plus loin, le syndicat des journalistes signale que les patrons de presse sont aussi dotés de la compétence du pouvoir-faire elle-même soumise à leur bon vouloir : ***« Les patrons de presse, prompts à proposer un code de bonne conduite peuvent ainsi faire preuve de leur bonne volonté*** ». Or loin de se soumettre, le SNJ au contraire rebondit et souligne que ***« ce n'est pas parce qu'ils –les patrons- s'y sont refusés, lors de la renégociation de la CCNTJ que nous devons renoncer à cet objectif »***. Plus qu'un pouvoir-faire, le SNJ manifeste naturellement son devoir-faire car ***« c'est l'honneur du SNJ que d'en –la charte de 1918 - être le dépositaire et le défenseur »***. C'est là aussi l'expression d'une force morale qui relève plus de la tradition

[609] « *Qui mieux que le SNJ, premier et principal syndicat de journalistes, pourrait le faire ?* »

 Copyright PRODHOMME Magali et Université Lumière - Lyon 2 - 2003.Ce document est

que de la contestation comme forme revendicative. Cela dit, dans le discours du SNJ, les premiers à être caractérisés par la modalité du pouvoir, notamment en matière d'éthique professionnelle, sont les journalistes. Il semble en effet que le SNJ accepte, dans certaines circonstances, de rétrocéder ***« cette modalité mobile*** » [610] qu'est le pouvoir : ***« seul le savoir-faire sélectif du journaliste professionnel peut éviter ce dérapage*** » ; ***« que la liberté des journalistes, exercée sans conscience, sans principes, sans règles, peut attenter à la liberté des citoyens*** » ; ***« la profession de journaliste ne peut laisser se développer le climat de discrédit actuel »***. Il est intéressant de noter que le pouvoir qui est attribué aux journalistes l'est dans le cadre de sa pratique et du rapport à l'éthique professionnelle qu'il y entretient. C'est là indéniablement le rappel auprès des journalistes des responsabilités qui leur incombent. C'est aussi dire que le pouvoir du SNJ s'arrête là où commence celui du journaliste notamment au regard de sa pratique. Cette mobilité de la modalité du pouvoir est donc très active dans le discours du SNJ et va à l'encontre d'une approche monopolistique de la représentation normative de la profession. Si l'on reprend l'apostrophe de Philippe Meyer [611] , il apparaît au contraire que le SNJ en accepte volontiers le partage, du moins avec les journalistes. Les autres syndicats de journalistes distillent cette compétence avec parcimonie. Pour l'USJ-CFDT l'attribution de la compétence du pouvoir aux journalistes est anecdotique et sert de mise en garde : ***« Si l'on y prend garde, les journalistes pourraient bien, un jour, subir le même effet boomerang que celui que les hommes politiques connaissent (…)*** ». S'agissant du SNJ-CGT, la modalité du pouvoir n'est envisagée que dans le cadre du vote qui garantit, pour le journaliste, la possibilité de ***« pouvoir tout dire*** ». En dehors de la délégation de pouvoir prévue dans le cadre des urnes, le journaliste est au contraire caractérisé par son impuissance : ***« Le journaliste est doublement victime des ordres de son patron, de sa hiérarchie auxquels il ne peut se dérober*** » ; ***« leur petit nombre ne permettra pas de constituer un rapport de force suffisant pour s'opposer aux visées des industriels des médias »*** ; ***« le cri des journalistes sera aussi le cri de ceux qui ne peuvent plus rester muets »*** ; ***« les journalistes ne peuvent plus se satisfaire des atermoiements ou des accommodements*** ». C'est d'ailleurs la raison pour laquelle le SNJ-CGT rappelle judicieusement ***« qu'avec un bulletin de vote, on peut tout dire*** ».

Les syndicats de journalistes s'annexent majoritairement les modalités du vouloir-faire et du ne pas vouloir-faire et concèdent, pour certains, le partage avec les journalistes des modalités du devoir et du pouvoir faire. Pour cette dernière, il est important de rappeler que nous l'avons qualifié, avec Dominique Memmi, de ***« modalité mobile*** » en ce sens qu'elle peut faire l'objet d'un va-et-vient entre les actants, dans un cadre que nous avons pris le soin de préciser. Il est étonnant de constater, par ailleurs, que souvent le journaliste est chargé de compétences négatives, et notamment de celle de ***« l'impuissance*** », dictant implicitement le recours aux syndicats salvateurs. Cela dit, lorsque le journaliste est, au contraire, doté de compétences positives, leur attribution est extrêmement ambiguë en raison de l'emploi équivoque du ***« nous*** » qui cache souvent les

[610] *Ibid*., p 147.

[611] Déjà citée, p 40 de notre thèse.

protégé en vertu de la loi du droit d'auteur.

syndicats eux-mêmes. : ***« en effet, cette clause est la garantie morale absolue que nous pourrons travailler en accord avec notre conscience*** » (SNJ-CGT) ; ***« mais la défense de la profession nous incombe*** » ; ***« il nous faut reconnaître que les principes déontologiques de notre profession ont été quelquefois bafoués*** » ; ***« nous pouvons tous nous prévaloir de la clause de conscience*** » (SGJ-FO).

Par ailleurs la dimension volitive susceptible de caractériser le journaliste est totalement occultée par les syndicats de journalistes. En effet, dans tous les discours syndicaux, le journaliste est caractérisé par une absence totale de volonté, exceptée bien sûr celle que lui insuffle le discours syndical : ils veulent que… Sa puissance, s'il en est, apparaît comme purement virtuelle, sa volonté, inexistante et son devoir quasi exorbitant, notamment lorsqu'il s'agit de rejoindre la cause syndicale. En définitive, le journaliste n'a guère son mot à dire, si ce n'est dans le cadre des urnes, car l'actant privilégié dans la distribution des compétences est à l'évidence le syndicat de journalistes. Il est tout à la fois chargé d'un pouvoir, d'un devoir et d'un vouloir défensif qu'il oppose volontiers à celui des anti-sujets. Ces derniers sont d'ailleurs très pauvrement représentés et toujours dotés de compétences menaçantes. Ainsi le patronat peut, veut et ne veut pas, mais aussi doit ou devrait. Le gouvernement, l'État, doit, peut mais aussi ***« devrait faire bien attention*** », dixit le syndicat FO qui se fait à son tour menaçant. Il semble, in fine, que les pratiques manipulatoires des syndicats de journalistes visent essentiellement à ne rendre visible, auprès des journalistes, que la seule action syndicale légitimée à grands renforts de compétences. Ce qui importe et mobilise une grande partie de l'énergie discursive des syndicats, n'est pas tant la pratique vertueuse, mais le vote inaccompli du journaliste qui leur garantirait une autonomie d'action. Notons d'ailleurs à cet égard que les temps de prédilection de la narrativité syndicale sont le conditionnel, le futur ou encore l'impératif. Le récit syndical, même s'il reste inachevé, constitue, semble-t-il, un guide pour l'action, notamment et surtout celle de rallier le syndicat. Dès lors, l'utilisation du thème de la défense morale de la profession apparaît comme suffisamment porteur de sens pour que les syndicats s'y investissent et l'utilisent comme une thématique unitaire.

3) L'éthique professionnelle comme pièce à conviction

Au-delà de ces constats, il est un point important sur lequel nous souhaitons nous arrêter. Notre analyse des modalités a fait émerger celles privilégiées par les syndicats de journalistes. Elles ont induit trois formes principales de manipulation : selon le vouloir, manifestée essentiellement par la séduction, selon le devoir et selon le pouvoir, reconnaissables dans la menace (d'où l'utilisation du conditionnel). L'objectif, nous l'avons dit, est de recueillir l'adhésion, au sens large, du sujet manipulé, à savoir le journaliste. Algirdas Greimas évoque ***« des procédures rendant compte des effets de sens de « faire croire » et de « croire » et s'interroge plus loin « on peut se demander si l'espace cognitif ainsi reconnu ne peut être considéré comme le lieu d'exercice d'un autre type de manipulation, d'une manipulation selon le savoir »*** [612] . Cette dernière implique que soit postulé, dans le processus de communication, un univers cognitif collectif. Cela dit, comme le remarque le sémioticien ***« on peut convaincre les***

[612] Greimas A.J., *op. cit.*, 1983, p 123.

protégé en vertu de la loi du droit d'auteur.

autres par ses propres raisons, mais on ne les persuade que par les leurs » [613] . Les questions d'éthique professionnelle se proposent à la lecture du journaliste comme des pièces à conviction. Elles participent du processus du ***« faire-croire*** » que les syndicats de journalistes emploient à dessein. ***« Cette expression, pièce à conviction, a moins pour but de faire savoir que de faire croire*** », souligne Joseph Courtès [614] . Notons d'abord que, d'un point de vue cognitif, le journaliste n'est doté d'aucun savoir a priori susceptible d'être communiqué – notamment aux syndicats - ni même, semble-t-il, d'une volonté de savoir. En revanche, les syndicats de journalistes, campés dans leur rôle de destinateur, font savoir à la profession la situation dans laquelle elle évolue et, dans la foulée, dictent des comportements destinés à la modifier. Cette compétence du savoir est d'autant plus gratifiante pour les syndicats de journalistes qu'elle est destinée à être transmise à la profession qui, elle, demeure impuissante et ignorante. Là encore, le rôle du syndicat devient salutaire.

4) L'incomplétude du savoir individuel du journaliste

S'agissant du SNJ, nous avons remarqué avec quelle énergie le syndicat rappelle aux journalistes ignorants ses états de fait : ***« Depuis sa création, c'est lui qui est à l'origine des textes majeurs, c'est sur le terreau des devoirs que, dès 1918, les fondateurs du SNJ…, dès sa fondation a parlé de déontologie (…) Le SNJ qui est à l'origine de la Charte de 1918 (…) Depuis que le SNJ existe, l'éthique du métier de journaliste a fait l'objet de nombreux débats*** ». Le SNJ va aussi construire un univers cognitif collectif qui va lui permettre d'asseoir ses recommandations. Ainsi ***« la loi de 1881 est une loi de Liberté, c'est le socle de notre système. Il ne faut pas y toucher*** » ou encore ***« A bien la relire, la charte des devoirs des journalistes, bien que rédigée en 1918, est d'une étonnante modernité »*** et de prescrire ***»le problème est donc moins de remanier la charte que de veiller à son application »***. Le SNJ va même jusqu'à s'accorder un relatif non-savoir en feignant l'interrogation ***« qui aurait l'ascendant nécessaire pour faire d'un nouveau texte un objet de consensus comme le demeure, malgré tout, la Charte actuelle ?*** ». Les exemples peuvent se multiplier. Ils témoignent d'une volonté du SNJ de porter à la connaissance du journaliste un certain nombre d'éléments susceptibles, d'une part, de légitimer l'action syndicale et, d'autre part, de convaincre de son bien-fondé. Cette stratégie n'est pas l'apanage du SNJ puisque les autres syndicats aussi, affichent leurs convictions et les pièces qui vont avec. Le SNJ-CGT le dit, quant à lui, très clairement : ***«notre rôle est d'apporter des preuves des dangers qui nous guettent et qui guettent la liberté d'informer*** ». En matière d'éthique professionnelle, le SNJ-CGT fait savoir sa préférence pour ***« l'autodiscipline*** » mais aussi que ***« les chartes évitent d'aborder les problèmes de conditions de travail, de rémunérations bref tout ce qui fait la raison d'être d'une organisation syndicale*** ».

Le SGJ-FO va lui aussi construire un univers cognitif collectif autour des notions

[613] *Idem.*

[614] Courtès J., *op. cit.*, p 40.

d'indépendance consubstantielle à ***« une véritable garantie*** », de liberté syndicale ***« aussi vitale que la liberté de la presse*** », de liberté des journalistes, etc. Ces notions permettent de constituer un réservoir de valeurs dans lequel le syndicat, mais aussi le journaliste, puisent à l'envi. Enfin l'USJ-CFDT rappelle judicieusement que ***« la déontologie et les pratiques professionnelles sont, pour l'USJ-CFDT, un souci permanent que nous n'avons cessé d'exprimer »*** mais aussi que ***« depuis plusieurs années, la CFDT veut aller plus loin (…) nous en avons fait une de nos priorités (…) C'est la CFDT qui depuis trente ans pose la question des pratiques professionnelles (…) C'est d'ailleurs elle qui, depuis 1983, demande la mise en place d'un observatoire des médias (…) C'est encore elle qui réclame aujourd'hui un comité d'éthique (…) il faut rappeler que ce sont les directions d'entreprise et leurs hiérarchies qui effectuent le plus souvent le choix que mettent en œuvre ensuite les journalistes*** *».* La compétence du savoir – souvent présentée implicitement - qui caractérise les syndicats de journalistes leur permet en même temps de signaler leur savoir-faire ou leur pouvoir-vouloir faire. Selon Yves Delahaye, ***« il est naturel que les occurrences du pouvoir et du savoir soient plus fréquentes car ni le vouloir ni le devoir ne sont, pour l'acteur, des attributs dotés d'une permanence à celle qui, tout naturellement, caractérise le pouvoir et le savoir*** » [615] . Le résultat de notre analyse diffère quelque peu de cette logique. En effet, du fait de son caractère mobile, la modalité du pouvoir n'offre aucune permanence. Elle s'inscrit dans un contexte qui peut fortement influer sur sa distribution. D'ailleurs les syndicats de journalistes l'ont compris puisqu'ils en acceptent, dans certaines circonstances, la rétrocession aux journalistes. Mais pas seulement. Ainsi le SNJ-CGT rétrocède son pouvoir à l'État qui ***«face aux appétits grandissants des industriels des médias et de la communication (…) peut, seul, préserver ce fragile équilibre*** ». Le SNJ-CGT signale-t-il son impuissance aux journalistes ou pointe-t-il du doigt les responsabilités ? La réponse intervient plus loin : ***« L'État a aussi l'impérieux devoir de veiller en permanence sur la validité des protections sociales et morales des journalistes*** ». Les responsabilités - devoir-faire- et la puissance d'intervention - pouvoir faire – sont dès lors partagées entre le syndicat CGT et l'État. Pour le SNJ, ce sont les patrons de presse qui ***« peuvent faire la preuve de leur bonne volonté*** » mais aussi ***« l'État de droit et les citoyens, épris de liberté, qui ne peuvent accepter de laisser sacrifier la présomption d'innocence*** ». Preuve, s'il en est que, le pouvoir, en tant que modalité, n'est pas une compétence figée. Elle demande sans cesse d'être actualisée et reconsidérée en fonction du rôle joué par les différents protagonistes. Jean-Paul Terrenoire livre une autre explication. Le sociologue remarque que : ***« Dans la représentation que s'en font les professions, l'autonomie est le moyen qu'elles se donnent pour se défendre contre les empiètements de l'État ou de la société civile, et pour échapper aux injonctions morales et aux procédures judiciaires jugées lourdes, coûteuses et inadaptées. Mais le paradoxe, c'est que, pour la consécration de leur autonomie, les mêmes professions solliciteront, à un moment donné et dans des formes déterminées, le concours de l'État et du législateur et l'appui de certains éléments de la société civile*** » [616] . En

[615] Delahaye Y., *op .cit*, p 151.

[616] Terrenoire J.P., *op. cit*, 1991, p 15.

 Copyright PRODHOMME Magali et Université Lumière - Lyon 2 - 2003.Ce document est

revanche, il est certain que la modalité du savoir est une attribution qui, même si elle est transmise, demeure permanente. Or à cet égard, nous voudrions souligner avec force l'état de dépendance dans lequel se trouve le journaliste, caractérisé par son ignorance, et dès lors suspendu à la bonne parole syndicale. Cette remarque est d'autant plus importante, qu'elle s'inscrit dans une réflexion sur la compétence cette fois-ci morale ou éthique des syndicats de journalistes en tant que prescripteurs et surtout détenteurs d'un savoir. On se souvient des propos de Simone Weil sur la pensée militante : ***« la vérité totale est due à chaque militant à l'intérieur du mouvement ; pour les hommes d'organisation, au contraire, il existe comme des degrés dans l'information : eux savent ou doivent savoir et les militants de base doivent se contenter de la version édulcorée qu'ils sont censés pouvoir supporter*** » [617] .

Si l'on aborde cette question du point de vue des différentes théories sociologiques de l'action, plusieurs remarques s'imposent et éclairent notre propos. Partons de l'hypothèse énoncée par Paul Ladrière selon laquelle ***« pour qu'il existe une coordination des actions qui soit porteuse d'une cohésion sociale, il ne suffit pas que le savoir de l'un ou des uns s'impose à l'autre ou aux autres, de quelque manière que ce soit ; Il faut qu'un accord s'établisse sur un savoir reconnu de part et d'autre comme valide*** » [618] . Selon le sociologue ***« L'action commune raisonnable est l'expression non d'une volonté fusionnelle aveugle, mais d'une volonté informée par un savoir partagé*** » [619] . C'est là, en substance, ce que nous dit, aussi, Algirdas Greimas lorsque, évoquant les systèmes cognitifs, il prend le soin de distinguer le savoir (la raison) du croire (la foi), univers selon lui inconciliables, et de s'interroger ***« comment ne pas prendre au sérieux le témoignage d'un ancien stalinien, parlant de son dédoublement : « Désormais, il y eut un moi, qui savait, et un autre qui croyait*** » [620] . L'interrogation du sémioticien va même plus loin puisqu'il soulève la question de savoir s'il existe des ***« domaines sémantiques privilégiés qui seraient –exclusivement ou en partie seulement – recouverts par des réseaux fiduciaires de croyances, alors que d'autres domaines seraient réservés aux sciences – à la raison donc - ?*** » [621] . A notre tour, nous nous sommes interrogé sur la préférence que le discours syndical manifeste pour la catégorisation c'est-à-dire la mise en oppositions significatives selon les modes de l'ignorance vs la connaissance ou de l'impuissance vs la puissance. Une telle catégorisation favorise-t-elle la rationalité (une volonté informée par un savoir partagé) ou la croyance (volonté fusionnelle aveugle) ? La question mérite d'être posée tant il est vrai que les discours syndicaux, nous l'avons vu à travers l'analyse des modalités, se positionnent quasi exclusivement par rapport aux journalistes. Or,

[617] Bouchardeau H. *Simone Weil*, hb éditions, 2000, p 87.

[618] Ladrière P., *op.cit*., p 278.

[619] *Ibid*., p 279.

[620] Greimas A.J., *op.cit*., p 125.

[621] *Ibid*., pp.125-126.

protégé en vertu de la loi du droit d'auteur.

comme l'explique Greimas : ***« Rien d'étonnant, dès lors, à ce que la catégorie ainsi présupposée devienne la mesure de toute chose et qu'elle serve de support à l'idéologie de la mesure que l'on rencontre : L'évaluation du bon sens cartésien, la transformation du rationnel en raisonnable*** » [622] et celle de l'indépendance syndicale en indépendance professionnelle.

Nous pensons que le discours syndical en favorisant la catégorisation accule le journaliste à la croyance plus qu'à la rationalité. Il entretient l'illusion de l'ignorance et de l'impuissance du journaliste dénué, dans la formation discursive syndicale, de désir, de passion, de raison et même, pour la plupart, de volonté. Aucune place n'est réellement laissée à sa capacité d'innovation et d'initiative. Le journaliste en est réduit à un ***« devoir*** ». Les syndicats de journalistes prennent donc le risque de miser sur des rapprochements passagers et fragiles alors même qu'il s'agit de viser la cohésion sociale.

Si les discours possèdent la force de coordonner l'action, ceux des syndicats de journalistes, en matière de réflexion normative de la profession, visent plutôt à valider et à légitimer l'action syndicale posée comme une éthique qu'à appréhender la réalité vécue du journaliste comme problématique de sa représentation normative. Habermas le dit autrement : ***« selon l'éthique de la discussion, une norme ne peut prétendre à la validité que si toutes les personnes qui peuvent être concernées sont d'accord en tant que participants à une discussion pratique sur la validité de cette norme »*** [623] . Or en matière de discours syndical, la seule ***« discussion pratique*** » qui vaille est celle qui légitime l'action syndicale en tant que norme d'action et formation d'une forme collective et indistincte d'identité qui se substitue à l'identité singulière du journaliste. Le journaliste, en tant que sujet, est donc totalement neutralisé par le discours syndical dont la rhétorique s'articule autour de l'idée que tout point d'exercice du pouvoir est en même temps un lieu de formation du savoir. Or seul le syndicat peut et sait.

III) Les organisations patronales

1) La relation factitive comme nuance du « devoir-faire »

Plusieurs remarques s'imposent avant d'amorcer notre analyse des modalités des discours patronaux. La première consiste à souligner que nos interlocuteurs, qui ont tous fait l'objet d'une interview, se sont adressé à nous en tant que destinataire. Les discours patronaux s'inscrivent donc dans une situation de communication particulière qui diffère de celle des syndicats de journalistes. Cette situation de communication n'engage pas, en effet, de rapports de force directs – de confrontation en termes sémiotiques – même si nous avons largement et intentionnellement suscité la polémique. Cela dit, nous ne postulons aucunement que ces discours soient dénués d'un pouvoir de manipulation, ainsi que nous aurons l'occasion de le montrer au terme de cette analyse. La seconde remarque porte sur la relation factitive (faire-faire) qui lie, de fait, l'éditeur de presse et le

[622] *Ibid*., p 128.

[623] Habermas J., *De l'éthique de la discussion*, Paris, Flammarion, 1992, p 87.

protégé en vertu de la loi du droit d'auteur.

journaliste. Cette relation implique deux composantes que sont la décision, sur le plan cognitif, et l'exécution, sur le plan pragmatique et met en jeu deux rôles de sujet décidant et de sujet exécutant. Cela dit, s'agissant de la pratique journalistique, les deux rôles peuvent être assumés par un seul et même acteur : le journaliste. Toutefois, et ce de manière générale dans la sphère médiatique, la distinction, et pas seulement au regard de la loi, est remarquable. ***« La décision –qui en l'occurrence est le propre du destinateur patron – se définit généralement comme la détermination de ce que l'on doit faire*** » note Joseph Courtès [624] . Assimilée à une relation de factitivité, la décision sera homologuée plutôt à l'ordre qui subordonne le sujet exécutant - le journaliste - au sujet décidant - ici, l'éditeur de presse -. Dans tous les cas, souligne Joseph Courtès, ***« il y a un devoir-faire qui fera l'objet ou non d'une acceptation*** » [625] . Ce constat nous permet de nuancer l'importance, dans les discours patronaux, de la modalité du devoir-faire dans la mesure où celle-ci s'impose de fait dans les relations qui régissent éditeur de presse et journaliste. Or, à quelques exceptions près, cette compétence ne caractérise pas la relation factitive entre éditeur de presse et journaliste mais définit le rapport qu'entretiennent les instances patronales à l'égard des questions d'éthique. En effet, la modalité du devoir-faire est celle qui, dans les discours patronaux, s'attache aux conditions de production de la représentation normative de la profession et, in fine, à légitimer les décisions prises en la matière. Preuve, s'il en est, que la concertation est loin d'être organisée

Notre objectif consiste en une rapide analyse de l'emploi et de la distribution des modalités dans les discours patronaux desquels se dégagera la spécificité des pratiques manipulatoires.

2) Un devoir d'obéissance

Les conditions de production d'une représentation normative de la profession mobilisent largement la modalité du ***« devoir-faire »*** dont le champ d'application est à géométrie variable. Il nous faut d'abord distinguer ce qui, du point de vue du devoir, incombe aux journalistes de ce qui relève de la responsabilité patronale. S'agissant de la FNPF, il est sans doute intéressant de noter le contexte qui sous tend la logique de distribution du devoir-faire aux journalistes et qui rejoint la problématique soulevée ci-dessus : ***« Je crois que si l'on s'en tient à des fonctions, collecte, traitement et diffusion, on va vite s'apercevoir que la profession de journaliste est conçue comme l'ensemble des personnes qu'effectue l'ensemble des tâches que l'on a reconnu être celles du journaliste. En revanche, si l'on reconnaît aux journalistes l'obligation morale je pense que l'on se retrouve dans une vision cohérente de la place du journaliste dans une échelle d'information*** ». Ce contexte est important à replacer dans la mesure où il est susceptible d'expliquer l'absence quasi totale du journaliste pourvu d'un devoir-faire dans le discours de la FPNF. Le journaliste, à défaut d'obligation morale reconnue, est présumé exécutant. Et François Devevey d'expliquer ***« le journaliste***

[624] Courtès J., *op. cit*, p125.

[625] *Idem*.

accepte, en entrant dans une relation de salarié, que son œuvre de création soit censurée, soit acceptée ou refusée, qu'elle soit publiée ou non. Ce rapport là est un rapport de hiérarchie. Il tient à un lien de subordination ». Ici, le devoir-faire du journaliste est implicite mais bien réel : il s'agit d'un devoir d'obéissance et notamment celui qui consisterait à mettre en pratique un certain nombre de valeurs, fussent-elles érigées par la direction. Or, aucune mention n'est faite en ce sens. En revanche, la FNPF s'attribue un ***« devoir-faire*** » au nom du fédéralisme : ***« un organisme fédéral (…) qui, de plus, est tenu de prendre des positions consensuelles, c'est-à-dire qu'elle ne peut pas se permettre de prendre une position qui aille contre la volonté de l'un de ses adhérents »***. C'est dire la nécessité de concertation entre les différents adhérents qui, comme le souligne François Devevey, ***« n'ont pas toujours des intérêts divergents*** ». Or à défaut de concertation, la prise en charge de la représentation normative de la profession par chacun des adhérents est paradoxalement qualifiée de ***« nécessité*** », sorte de devoir-faire par défaut. Ce constat témoigne de l'ambiguïté du problème. Nous avons en effet été surpris de ne relever aucune mention aux valeurs qui pourraient inspirer la profession et qui, au sein de la FNPF, feraient l'objet d'un large consensus. Le discours de la FNPF, via la distribution de la modalité du devoir-faire, conforte la relation factitive qui lie les principaux acteurs et souligne l'étroitesse de la marge de manœuvre de ses membres. Le lien de subordination est présenté comme un devoir pour le journaliste dont on nie volontiers les convictions susceptibles de former un horizon éthique. Il est certes doté d'un savoir – le savoir se traduit en convictions- mais ce savoir est présenté comme l'apanage d'une minorité : ***« Ce que je constate c'est que le nombre de journalistes formés à leur métier est de l'ordre de 15 %, qui ont acquis le B.Aba de la déontologie, qui ont acquis la formation juridique, qui savent ce qu'il y a dans la loi de 81, qui sont capables d'intuiter l'ensemble des droits et des devoirs ».***

3) Un travail de mise en confiance

Le discours du SPQR s'inscrit dans la même veine, à l'exception près que notre interlocuteur manifeste de nombreux doutes à l'égard des conditions de production des normes éthiques de la profession. Ces doutes sont exprimés à travers des interrogations plurielles qui se posent aux éditeurs de presse autant qu'aux journalistes : ***« Donc est-ce que nous, rédacteurs en chef, nous journalistes, nous ne devons pas avoir un discours sur le respect de la liberté de la presse, de la déontologie de notre métier qui est mise en cause par ces agressions (presse gratuite) ? »*** ; ***« Donc là aussi, on a eu un débat extrêmement intéressant qui engageait effectivement toutes les réflexions sur l'éthique du journaliste : quel est leur rôle ? Quelle est leur mission ? Que doivent-ils faire ?*** ». Au fil de l'interview, le directeur du SPQR concède que ***« s'il doit y avoir une réflexion sur l'éthique, le rôle des journalistes, etc. ce ne peut être que le fait de réflexion en commun, direction / équipe rédactionnelle*** ». Et de réitérer ses convictions : ***« encore faudrait-il que cette charte soit élaborée en commun, avec les éditeurs de presse. Les éditeurs de presse doivent être partis prenante ».*** Plus loin, il questionne : ***« quelles devraient être les principales références d'une charte commune*** *?* Les propos de notre interlocuteur donnent la mesure de l'inquiétude qui règne au sein de la ***« Grande famille*** » et posent comme principale problème celui de la

 Copyright PRODHOMME Magali et Université Lumière - Lyon 2 - 2003.Ce document est

légitimité de la représentation normative de la profession. Le ***« devoir-faire*** » dont il est question ici ne porte pas sur la pratique journalistique mais bien plutôt sur les conditions de production d'une éthique professionnelle qui devraient faire l'objet d'un consensus entre éditeurs de presse et journalistes. Ce constat, dressé par notre interlocuteur, nous offre la possibilité de rebondir et de questionner, tout naturellement : ***« Et cette situation (celle d'une démarche commune) ne s'est jamais rencontrée ? »*** Sa réponse est déterminante et témoigne de la complexité des modalités en jeu : ***« Si, de temps à autre, je pense qu'il y a une volonté commune. Si, c'est possible. Mais ça nécessite un travail de mise en confiance respective, alors là on fait appel à tout un tas de dimensions des relations sociales en France*** ». La première remarque consiste à dire que notre interlocuteur manque foncièrement de précision en répondant ***« de temps à autre*** ». La seconde remarque porte sur l'évolution des modalités dans sa réponse. La dimension volitive est, selon Bruno Hocquart de Turtot, partagée et ne semble pas constituer un obstacle à l'élaboration d'une éthique professionnelle des journalistes. Éditeurs de presse et journalistes veulent faire. Crescendo, il note, même, que ***« c'est possible*** » renvoyant implicitement à l'idée d'une démarche commune. Enfin, il achève sa réponse par ce qui constituerait un préalable à cette démarche commune et qui renvoie à la modalité du devoir-faire (c'est une nécessité) : ***« un travail de mise en confiance respective »***. Nous observons donc que la modalité requise pour élaborer une éthique professionnelle dans le cadre d'une démarche commune est celle du devoir-faire ***« un travail de mise en confiance*** » car la volonté et la capacité semblent deux compétences sinon acquises du moins en voie de l'être par les protagonistes. Cette réponse n'apparaît, a priori, pas surprenante dans la mesure où elle émane d'un ancien directeur des ressources humaines dont le rôle, justement, est de mettre en confiance les parties. Cela dit, replacé dans son contexte, cette réponse en dit long sur l'état des rapports sociaux qui lient journalistes et éditeurs de presse.

L'une des questions essentielles de notre réflexion porte, rappelons-le, sur la façon dont les relations sociales et l'éthique susceptibles de les orienter et de les régler s'établissent sur la base de rapports sociaux qui déterminent en profondeur la profession de journalistes. Notre interlocuteur nous donne la possibilité d'y réfléchir en rappelant le contexte de sa réflexion : ***«Mais ça nécessite un travail de mise en confiance respective, alors là on fait appel à tout un tas de dimensions des relations sociales en France »***. Le devoir-faire un travail de mise en confiance respective se trouve pris dans l'étau des rapports sociaux entre journalistes et éditeurs de presse, rapports qui mobilisent la référence aux relations sociales. Le cadre général dans lequel est donc replacée l'analyse de la profession et de son éthique s'en trouve, dès lors, singulièrement enrichi. Pourquoi ? Parce qu'il existe une grande césure entre le rapport qu'entretiennent les journalistes et les éditeurs de presse à l'information. Comme l'a rappelé Bruno Hocquart de Turtot : ***« pour l'éditeur, l'information est une valeur marchande. Pour le journaliste c'est une valeur biologique ou philosophique*** ».Il en découle deux constats : d'une part une incapacité de la profession à envisager une situation où les relations qui s'établissent entre journalistes et éditeurs sont en mesure de dépasser leur conception respective et, d'autre part, la prise en compte du changement de rapport qu'induisent ces deux conceptions : nous n'avons plus affaire à la relation d'un journaliste à son public mais, dans le discours patronal, au rapport économique de l'éditeur de

protégé en vertu de la loi du droit d'auteur.

presse au public visé par son support. Or l'introduction de considérations économiques bouleverse la donne car elle tient compte du marché, c'est-à-dire de l'offre et de la demande d'informations, marché qui ne ménage aucune place à la régulation éthique. Par voie de conséquence, l'accent est mis, sur les compétences actualisantes du pouvoir-faire : ***« le vrai patron de presse, il ne cherche pas le profit, il cherche à remplir une mission mais il ne peut la remplir que s'il y a un équilibre économique*** » ou ***encore « Et pour faire partager cette vision aux journalistes, ça c'est absolument impossible*** ». Un seul impératif, sinon vital du moins catégorique, guide l'action patronale : ***« le journal est un produit qui doit se vendre (…) Et ça pour un éditeur de presse, c'est une question de vie ou de mort*** ». Il est donc intéressant de noter le passage du vouloir/pouvoir-faire à celui du ***« ne pas pouvoir-faire*** » dès lors que l'aspect économique est retenu comme dimension essentielle de l'action patronale. C'est dire combien l'articulation entre éthique, comme principe d'orientation, et solidarité sociale ne résiste pas aux injonctions du marché.

Il semble donc que les conditions de production d'une représentation normative de la profession de journalistes soient soumises, dans le discours du SPQR, à une double contrainte. Une contrainte externe d'abord, qui met l'accent sur l'environnement économique et qui mobilise les compétences du devoir (vendre) et du ne pas pouvoir-faire. Notre interlocuteur rappelle qu'en la matière la sanction est immédiate : ***« S'il n'est pas lu, il n'existe pas le journal*** ». Dans cette configuration, le journaliste est considérer comme exécutant soumis à un lien de subordination. Notre interlocuteur souligne même l'incapacité des entreprises de presse à dépasser ce schéma : ***« mais comment fonctionner autrement ? Mais comment continuer autrement*** ». En matière de définition d'une éthique professionnelle, l'action patronale sera donc sans cesse subordonnée à cette contrainte externe. La seconde contrainte est, quant à elle, interne. Elle fait intervenir une triple compétence d'abord d'un vouloir-faire en commun, puis d'un pouvoir-faire ensemble et enfin d'un devoir-faire un travail de mise en confiance respective. Cette dernière compétence semble, à son tour, subordonner les autres et suppose, comme le notait Paul Ladrière, une intercompréhension qui nécessiterait une mise entre parenthèses des fins pratiques et des relations d'autorité à laquelle les éditeurs de presse ne paraissent pas se résoudre.

La nécessité d'un travail de mise en confiance respective promue par l'ancien directeur des ressources humaines de *Ouest-France* semble manifestement déterminante pour envisager un travail d'élaboration, en commun, d'une éthique professionnelle. Notre interlocuteur rappelle, même, qu'il y a à ***« faire appel à tout un tas de dimensions des relations sociales en France »***. Certes. Mais lorsque l'estocade syndicale met en cause la responsabilité patronale en matière de dérives déontologiques, procédé duquel notre interlocuteur est pourtant familier, ce travail de mise en confiance apparaît nettement moins nécessaire et cède la place à une mise au point en règle auprès du syndicat visé : ***« ça, je ne peux que récuser ça. Qui est responsable des dérives déontologiques ? Nous sommes des gens irresponsables ? Non, non. Les dérives déontologiques, ce sont les journalistes, dans la plupart des cas, enfin dans les entreprises de presse que je connais. Ce sont eux qui exercent leur métier. Y'a pas de censure de la part des patrons de presse*** ».

protégé en vertu de la loi du droit d'auteur.

Démêler l'écheveau des contraintes, qu'elles soient internes ou externes, pour s'acheminer vers un principe éthique d'orientation apparaît, à l'échelle de la profession, impensable. S'il existe une détermination, loin d'être vérifiée dans les faits, elle est sans cesse entamée par la rencontre de pouvoirs qui annule toute visée commune et exacerbe l'autonomie patronale et syndicale.

Le discours de l'AESPA est fortement marqué par l'emploi de deux compétences modales, l'une virtuelle, le devoir-faire et l'autre, actuelle, de pouvoir-faire. Bernard Gourinchas signale d'emblée la compétence actuelle de l'Association : ***« Alors la déontologie, bien entendu, est tout à fait dans la compétence de l'Association mais dans la mesure où l'association déciderait de l'évoquer elle-même ou bien si tel ou tel des participants l'évoque*** ». S'agissant de la compétence virtuelle du devoir-faire, Bernard Gourinchas la distribue largement aux journalistes à deux exceptions près. La première porte sur l'élaboration de ***« chartes maisons*** » jugée comme ***« un effort nécessaire et indispensable »***. Le président de l'AESPA explique en effet que ***« L'approche type convention nationale sera forcément une approche de l'ordre de l'idéal, c'est-à-dire que l'on va, à travers la Charte du journaliste, vers un fonctionnement idéal du journalisme qui doit être inscrit quelque part. (…) ça rend nécessaire le travail de chaque entreprise de presse dans la mesure où elle a une spécificité ».***La seconde exception relève, quant à elle, des conditions nécessaires de production normative. Bernard Gourinchas, à l'instar de Bruno Hocquart de Turtot, va promouvoir une certain nombre d'éléments propres à favoriser ***« une bonne base de dialogue*** ». Ainsi le devoir-faire ou le devoir ne pas faire devient une sorte de guide de conduite dans le discours de l'AESPA. Indistinctement, puisque ***« ça vaut pour les patrons aussi bien que pour les journalistes*** », et pour créer un contexte propice à une démarche commune, Bernard Gourinchas distille dans son discours sinon des injonctions du moins des recommandations. Ainsi, ***« il ne faut pas faire le toilettage des textes qui existent, dans un esprit politique*** » ; ***« je crois qu'il faut revenir à cette idée que la profession de journaliste, en tout cas ceux qui ont partie liée avec l'information, c'est quelque chose d'extrêmement difficile et qu'il faut rester vigilant*** » ; ***« il faut le dire, même si ça ne plaît pas aux syndicats, il existe une pression idéologique (…) il faut, à mon avis, prendre du recul par rapport à cette pression idéologique ».***

En dehors de ces considérations qui visent par ailleurs à pointer les responsabilités qui incombent aux uns et aux autres, notre interlocuteur distribue majoritairement la compétence du devoir-faire, voire, du devoir-être aux seuls journalistes. Une raison essentielle motive cette distribution : si ***« le journaliste doit avoir, avant tou,t sa déontologie personnelle*** » il n'en demeure pas moins que ***« à partir du moment où il accepte de devenir salarié permanent d'une société, il accepte un lien de subordination »***. Dès lors, ***« tout journaliste doit être conscient de ce que l'on fait subir à une information*** » ; ***« le journaliste à l'obligation de consacrer la totalité de sa collaboration à la société qui l'emploie*** » ; ***« les journalistes sont tenus de travailler très vite*** » ***; « c'est peut-être une révision que le journaliste doit faire par rapport à lui-même*** » ; ***« le journaliste doit faire les investigations nécessaires*** ». Le devoir-faire du journaliste s'inscrit donc clairement comme un devoir d'obéissance auquel

il est difficile d’échapper.

Copyright PRODHOMME Magali et Université Lumière - Lyon 2 - 2003.Ce document est

Troisième partie : Analyse comparative des chartes dans les médias français

Chapitre VII : état des lieux

I) Le contexte de l'analyse

1) La valse des éthiques

Il est une chose de soumettre à la critique objective les discours que tiennent les corps intermédiaires de la profession de journalistes, il en est une autre d'observer, dans les faits, les actions concrètes qui ont accompagné les professions de foi éthiques des différents médias. Parmi elles, nous avons fait le choix d'étudier et de comprendre celles qui ont conduit les médias à élaborer leur propre document de référence, charte ou code, selon les intitulés. Certains, au moment où l'on parle de ***« ruine morale de la profession*** » [626] , affichent très clairement leur scepticisme à l'égard du phénomène :

[626] Guillebaud J.C., *op. cit*, 1993, p 723.

protégé en vertu de la loi du droit d'auteur.

« s'agit-il là d'un simple phénomène de mode ou au contraire, d'une transformation durable ? » [627] . D'autres, au contraire, s'en félicitent, en précisant que ***« la déontologie répond à l'idée forte que la contrepartie de la liberté, c'est la responsabilité*** » [628] .

Notre travail s'édifie dans un contexte où règne ce que Pierre Bourdieu a appelé ***« la loi du milieu*** » et dans lequel l'autonomie confine à l'autarcie [629] . En dépit des nombreuses difficultés rencontrées lors de notre enquête, nous avons toutefois récolté un certain nombre d'informations qui ont trait d'une part aux motivations des entreprises de presse à créer leur propre charte et, d'autre part, au contenu même de ces documents que certains ont eu la bienveillance de nous adresser. Le corpus de notre enquête est donc constitué des réponses aux questionnaires et des quinze ***« chartes*** » différemment intitulées. Outre les hypothèses qui guident notre recherche, notre objectif ici est de confronter les discours que nous venons d'analyser aux réalités exprimées au sein des entreprises. En dehors des commentaires, parfois anecdotiques mais souvent polémiques, qu'a suscité la création de ces documents, il paraît intéressant de comprendre les logiques qui président à l'élaboration de ces chartes dites maisons mais aussi et surtout de les comparer pour en dégager les caractéristiques respectives. A terme, il s'agira de répondre à la question de l'homogénéité de ou des éthique(s) appliquée(s) aux pratiques journalistiques, homogénéité qualifiée de ***« rêve inutile*** » par Jacques Lesourne et Bruno Frappat [630] .

Nous voudrions, à cette occasion, rappeler un certain nombre de réflexions qui nous ont conduit naturellement à mener cette analyse. Nous devons la première d'entres-elles à Philippe Meyer qui, dans la revue *Débat*, n'hésite pas à jeter un pavé dans la mare. L'ancien chroniqueur de *France Inter* le dit sans ambages : ***« apparemment aucun patron de presse, aucun directeur n'est prêt à partager un pouvoir déontologique que dans la plupart des cas il n'exerce pas*** » [631] . Cette réflexion critique a suscité notre attention car elle pose très clairement la déontologie comme un pouvoir dont la responsabilité incombe au patronat qui manifestement affiche une certaine forme de désinvolture par rapport à la chose éthique ou déontologique. Il semble, cela dit, que la réalité soit beaucoup complexe et comme nous l'a fait remarquer Vincent Hugueux, journaliste à *L'Express*, ***« la notion de pouvoir déontologique me paraît un rien ambitieux. Un pouvoir n'a de réalité que s'il s'exerce de manière continue et résolue »*** [632] . Notre réflexion s'est quelque peu enrichie avec les analyses respectives de

[627] Falise M., « L'éthique au cœur des réalités », in *Cahiers du journalisme*, n°1, publication du centre de recherches de l'ESJ Lille, 1996, p 20.

[628] Notes personnelles de François-Xavier Alix, entretiens avec « 28 grands témoins » de la presse française, 1998.

[629] Lire à ce propos Bourdieu P., *op. cit*., 1996, p 11.

[630] Frappat B. et Lesourne J., *op. cit*., 13 février 1993.

[631] Déjà citée, p 40 de notre thèse.

[632] Hugueux V., correspondance électronique du 26 juin 2000.

protégé en vertu de la loi du droit d'auteur.

Boris Libois et Daniel Cornu. En opérant une distinction entre ***« éthique de l'information »*** et ***« éthique des médias*** », ces deux auteurs déplacent l'enjeu du débat éthique autour des médias en tant qu'organisations. Le premier, philosophe belge, s'interroge ainsi : ***« il s'agit de déterminer le cadre organisationnel pertinent pour élaborer et appliquer une éthique substantielle des médias : l'entreprise médiatique ou la profession journalistique ? »*** [633] . Le second est, quant à lui, plus catégorique : ***« L'éthique de l'information ne tient pas tout entière dans une éthique des journalistes. Elle s'étend à une éthique des médias, dont la responsabilité comme organisation, dépasse la somme des responsabilités individuelles des journalistes*** » [634] . Qu'est-ce à dire ? Il s'agit de s'interroger sur la pertinence du cadre d'intervention d'une éthique de l'information dès lors qu'elle concerne d'une part, une profession dans ses pratiques et, d'autre part, les médias en tant que structures. Éthique des journalistes ou éthique des médias ? Boris Libois conclut sur l'éthique ***« contemporaine*** » qui ***« devra rendre la communication médiatique satisfaisante par rapport aux exigences normatives de l'intersubjectivité, sans pour autant régresser par rapport aux capacités fonctionnelles d'efficacité et d'autonomie, offertes par le système médiatique »*** [635] . Cela dit la question reste entière : ***« la difficulté de l'éthique aujourd'hui : est-elle capable de s'extraire de la sphère individuelle, de se définir en des termes susceptibles d'être compris par tous, d'accéder à l'universalité ?*** » [636] . Nous serions tentés, en observant le mouvement de création de chartes d'entreprise de presse amorcé depuis une dizaine d'années, de répondre par l'affirmative. Certes les éditeurs de presse ont réussi le pari d'extraire l'éthique de la sphère individuelle mais son champ d'application se voit dès lors restreint aux frontières de l'entreprise en dehors desquelles il n'est point d'extension possible. Alain Etchegoyen vient éclairer notre propos en précisant, dans son ouvrage au titre augural, ***« La valse des éthiques*** », qu'il existe ***« des éthiques divisées, corporatistes, bien insérés dans des espaces de pouvoirs. N'est-ce pas dès lors une morale de l'intérêt, une éthique comme morale astucieuse ?*** » [637] . Nous questionnons à notre tour : l'entreprise de presse ne constituerait-elle pas un ***« espace de pouvoirs*** » dans lequel s'opère progressivement un repli identitaire ? La démarche de la création d'une charte propre à un support n'est-ce pas la négation implicite de l'existence d'une profession, régie par une seule et même convention collective et dont l'un des éléments essentiels de reconnaissance est la carte de presse ? L'autarcie éthique que manifestent les entreprises de presse en dénonçant par ailleurs l'ingérence publique, juridique et scientifique paralyse une dynamique éthicienne et sa prise en charge vers une référence commune. Cyril Lemieux évoque, quant à lui, ***« une morale d'exception*** », ***« une***

[633] Libois B., *op. cit.*, 1996, p 943.

[634] Cornu D., *op. cit.*, 1997, p 73.

[635] Libois B., *op. cit.*,1996, p 947.

[636] Cornu D., *op. cit.*, 1994, p 47.

[637] Etchegoyen A., *op.cit.*,1991, p 81.

déontologie dont ils se réclament, dans bien des cas, les seuls juges autorisés » [638] .

Notre constat est rejoint en cela par les propos acerbes de Marc-François Bernier : ***« Il faut bien distinguer le journalisme, d'une part, et les journalistes et entreprises de presse, d'autre part. Le premier est une fonction sociale abstraite qui se concrétise dans les seconds par l'intermédiaires d'individus et de structures. Le risque est que les intérêts particuliers des seconds – qui prennent souvent la course effrénée aux profits, de quête inconsidérée de notoriété personnelle, de sollicitation d'avantages et privilèges divers, s'imposent de façon telle que le premier soit ramené au seul plan ostentatoire, un élément de rhétorique dont on vantera les vertus sociales quand la défense des intérêts corporatistes l'exigera »*** [639] . L'ensemble de ces réflexions critiques a donc largement contribué à attirer notre attention sur le phénomène de ***« chartes maisons*** » que d'aucuns défendent au nom de la protection de l'identité d'un journal et présentent comme une garantie de pluralisme.

II) Les enquêtes existantes

Avant d'entreprendre notre propre analyse, nous présenterons plusieurs travaux qui ont observé le mouvement de création de chartes, qu'elles soient déontologiques ou rédactionnelles. Il nous faut distinguer les enquêtes commanditées par les organisations professionnelles des journalistes ou autre organisme tel l'UNESCO et celles qui ont fait l'objet d'un travail scientifique. Nous en avons dénombré, sans prétendre à l'exhaustivité, cinq : ***« recension des codes et des chartes*** » (Louis Guéry, 1991) ; ***« Charte rédactionnelle : chronique des tentatives institutionnelles, modes d'élaboration et échecs »*** (Jules Clauwaert, 1996) ; ***« Contentieux et Déontologie*** » (FNPF, 1998) ; ***«Déontologie de l'information. étude comparative des règles morales pratiques dans les métiers de l'information à travers le monde*** » (UNESCO, J. Clement Jones, 1980) et ***« La liberté d'information : logiques institutionnelles et logiques professionnelles au plan international (1947-1972) »*** (Jean-Louis Santoro, 1991). Nous nous référerons par ailleurs au rapport du ministère de la Culture et de la Communication de Jean-Marie Charon intitulé ***« Réflexions et propositions sur la déontologie de l'information »*** (1999) ainsi qu'à l'enquête de François-Xavier Alix, menée sous l'égide de la FNPF et intitulée ***« Entretiens avec 28 grands témoins de la presse française*** » (1998)

Nous commencerons cet état des lieux par les travaux de J.Clement et ceux de Jean-Louis Santoro, dont l'approche est résolument internationale. Nous poursuivrons avec l'enquête de la FNPF pour terminer sur le travail de recension et de réflexion de Louis Guéry et de Jules Clauwaert concernant le domaine qui nous intéresse particulièrement, celui des chartes de déontologie et des chartes rédactionnelles des entreprises de presse françaises. Ces différents travaux nous serviront à amorcer notre

[638] Lemieux C., *op. cit*., 2000, p 202.

[639] Bernier M.F., *op. cit*., 1998, p 17.

 Copyright PRODHOMME Magali et Université Lumière - Lyon 2 - 2003.Ce document est

propre étude mais aussi à la positionner sur un axe chronologique. En effet, il est à noter que les travaux les plus récents dont nous rendrons compte, datent de 1999.

1) Analyse réflexive et étude comparative des règles morales pratiques dans les métiers de l'information à travers le monde

A l'instar des travaux de Claude-Jean Bertrand qui recensait, à l'occasion de la parution de son ouvrage ***« L'arsenal de la Démocratie. Médias, déontologie et M*A*R*S*** » [640], les modèles existants en matière de déontologie de l'information à travers le monde, J.Clement Jones dressait un état des lieux, en 1980, pour le compte de l'UNESCO [641]. L'examen de l'origine et de l'évolution des règles de déontologie fut, à l'époque, de loin le plus approfondi. On y relève que ***« sur deux cents pays qui se sont doté d'un réseau de grande information dans le monde, on en compte à peine le quart qui possède un code de l'information susceptible d'exercer une influence réelle sur le comportement des membres de la profession ou de garantir la libre circulation des nouvelles et des commentaires »*** [642]. L'auteur souligne que ***« lorsque l'on passe au crible les institutions et les principes qui animent les conseils de discipline et leurs modes d'application, on y découvre pratiquement toujours quelque trace d'intérêt égoïste et d'instinct de conservation*** » [643]. S'agissant du modèle français, l'analyse réflexive du ***« document le plus représentatif de la position de la presse française, la Déclaration de Munich*** » relève que ***« les douze points de la Charte repris in extenso constituent un bel exemple de logique cartésienne et sont en fait un modèle du genre*** » [644]. Selon l'auteur de l'analyse, il s'agit d'une pensée directrice. La conclusion instruite par J.Clement Jones souligne avec insistance ***« qu'un code n'est applicable que s'il comporte quelque mécanisme de sanctions »*** et de poursuivre ***» Il est préférable, lorsqu'il est question de rédiger un code de déontologie ou d'instituer un tribunal d'Honneur, que l'initiative vienne spontanément des intéressés ou corresponde au vœu général de la profession, au lieu d'être imposée par le diktat d'une autorité arbitraire*** [645]. Une telle approche est revisitée avec d'infinies précautions

[640] Bertrand C.J., *L'arsenal de la Démocratie. Médias, déontologie et M*A*R*S*, Paris, éd. Economica, 1999, 371p.

[641] Clement Jones J. fut vice-président honoraire de la « Guild of British Newspapers Editors » et siégea au sein du « United Kingdom Press Council ».

[642] Clement Jones J., *op.cit.*, 1980, p16. Daniel Cornu, dans son ouvrage « Éthique de l'information », précise que : « *selon une recension effectuée en 1995, les journalistes de vingt neuf pays d'Europe disposaient d'un code rédigé. Huit codes nouveaux ont été adoptés dans les années 70 et au début des années 80. Plus significatif encore : la quasi totalité des textes a été révisée entre les années 80 et 90* », p 18.

[643] J. Clement Jones, *op. cit.*, 1980, p 18.

[644] *Ibid.*, p23. Il est intéressant de souligner que, lors de notre enquête mais aussi celle menée par la FNPF, pas un seul de nos interlocuteurs n'a mentionné *la Charte de Munich.*

[645] *Ibid.*, p 69.

protégé en vertu de la loi du droit d'auteur.

dans la thèse de doctorat de Jean Louis Santoro. Sa problématique vise à comprendre ***« comment une logique institutionnelle et une logique professionnelle ont réussi à engendrer un ordre juridique de l'information ? »*** [646] . Selon lui, ***« le domaine de recherche à la fois ancien et large des pratiques et usages journalistiques, est un champ qui délimite un domaine « introuvable » en matière de déontologie »*** [647] . Son travail a consisté notamment à opérer un tour d'horizon des recherches en matière de déontologie afin d'en étudier les perspectives. Ainsi, il dresse une taxinomie de la déontologie articulée autour d'oppositions :

- Déontologie individuelle vs déontologie sociale
- Déontologie rudimentaire vs déontologie idéale
- Déontologie inhibitrice vs déontologie créatrice
- Déontologie par délégation vs déontologie volontaire
- Déontologie libre vs déontologie imposée
- Déontologie du médium vs déontologie du message
- Déontologie formelle vs Déontologie informelle
- Déontologie matérielle vs déontologie métaphysique

Postulant, avec Merril John, que ***« les codes de déontologie sont des procédés rhétoriques*** », il note que ***« la catégorie consensuelle que l'on retrouve le plus souvent est celle de l'honnêteté et de la véracité des informations*** » et souligne qu'il existe ***« cinq niveaux d'interprétation concernant uniquement la catégorie de vérité : transcendantale, potentielle, sélective, rapportée et perçue*** ». L'intérêt de sa recherche réside dans la tentative de catégoriser le domaine de la déontologie et d'y trouver un champ d'application qui y corresponde. Cela dit, l'auteur reste convaincu que ***« toute tentative d'insertion des pratiques journalistiques à l'intérieur d'un modèle pré constitué est d'emblée disqualifiable par l'ensemble de la profession »*** [648]

2) La Grande enquête de la FNPF

Nous voudrions rassembler dans ce paragraphe deux enquêtes issues du même commanditaire : la Fédération nationale de la presse française. Conduites en 1998, ces enquêtes recensent d'une part l'existence des codes et autres chartes de déontologie de la presse française et, d'autre part, les commentaires de ceux, que François-Xavier Alix a nommé ***« les grands témoins de la presse française »*** [649] . L'enquête se scinde en deux parties distinctes : l'une consacrée aux contentieux et l'autre à la déontologie. Nous

[646] Santoro J.L., *op. cit.*, p12.

[647] *Ibid.*, p 23.

[648] *Ibid.*, p 22.

[649] S'agissant des conditions de réalisation de l'enquête, nous renvoyons le lecteur à la revue *Médiaspouvoirs, op.cit.,* pp. 123-125.

protégé en vertu de la loi du droit d'auteur.

ne retiendrons, pour notre travail, que la seconde. Deux axes majeurs sont mis en exergue : l'existence d'un code de déontologie et le contenu de ces codes.

Sur le premier point, il est intéressant de relever qu'à la question, dont la formulation est hasardeuse, ***« Qui est en charge, au sein du titre, des moyens qui lui sont propres pour la mise en œuvre de la déontologie ?*** », les réponses désignent très majoritairement le directeur de publication (62 %). L'enquête relève plus loin que ***« l'existence au sein du titre, d'un code ou d'une charte de déontologie reste encore marginale puisque seuls 13% des titres déclarent en être dotés, la PQR se distinguant évidemment de l'ensemble avec 66% des titres dotés d'un code de déontologie*** » [650] . Il est à noter qu'il serait judicieux de connaître la proportion de journaux issus de la PQR qui fait ici référence aux ***« Règles et Usages de la PQR*** ». Selon l'enquête encore, ***« la plupart des codes existants est récente, c'est-à-dire créée après 1990, tous ayant été rédigés à l'initiative de la direction de la publication, en concertation avec la rédaction et son directeur, qui en sont les signataires conjoints*** » [651] . Enfin, elle conclut, sur ce point précis, que ***« la proposition par les organisations professionnelles de branche, d'une référence déontologique conduit à la multiplication des codes de déontologie dans les entreprises de presse et à une meilleure association des rédactions à leur mise en œuvre »*** [652] .

S'agissant du contenu de ces codes, l'enquête mentionne que ***« ne prévoyant qu'exceptionnellement des sanctions, la plupart des textes de référence déontologique rappellent les règles essentielles du journalisme en terme de responsabilité, de contrôle de l'information, de respect de la vie privée et de présomption d'innocence*** » [653] . D'après les personnes interrogées, les codes décrivent plutôt ce qu'il faut faire que ce qu'il faut éviter, beaucoup mêlant les deux. Elles s'accompagnent, semble-t-il, de nombreuses réunions au cas par cas, de mises à jour qui selon la FNPF ***« témoignent d'un débat permanent autour de la déontologie »*** [654]

Les avis des ***« grands témoins de la presse française*** » sont, sur les questions d'éthique et de déontologie, nettement plus partagés. Rappelons le contexte de ces entretiens :

« Le rapporteur avait pour mission de rencontrer 28 éditeurs, pour la plupart, directeurs de la publication de leur propre titre, afin de recueillir leur point de vue sur la façon de conjuguer au mieux la liberté de la presse et le respect de la personne. Ces entretiens ont porté sur trois interrogations principales : - Comment jugez-vous les lois qui régissent la presse en France ? - Qu'est-ce que la

[650] Enquête FNPF, *op. cit.*, 1998, p 121.

[651] *Ibid.*, pp.120-121.

[652] *Idem.*

[653] *Ibid.* p 12.

[654] *Idem.*

déontologie à vos yeux et quelles méthodes mettez-vous en œuvre dans votre entreprise ? - Qu'attendez-vous de la Fédération en ce domaine ? » [655]

Notons que cette enquête s'appuie sur une méthode qualitative et non quantitative comme en témoignent les questions relativement ouvertes qui en constituent l'essence.

S'agissant du volet exclusivement déontologique de l'enquête nous avons retenu les éléments suivants, extraits du rapport officiel intitulé, pour cette partie, ***« La déontologie, combat quotidien »*** : ***« En ce qui concerne les chartes ou textes similaires, une grande diversité de situation est constatée chez les éditeurs rencontrés. De nombreux textes existent soit au niveau du titre soit au niveau du groupe, soit au niveau du syndicat ou de la fédération. Leur objet peut varier : des principes directeurs de l'entreprise au seul traitement du fait-divers et des affaires de justice ou au digest de législation, du projet rédactionnel complet à la Charte régissant les rapports avec les annonceurs. Les possesseurs de tels textes mettent l'accent, pour la plupart, sur « l'effort durable » dont ils sont l'aboutissement et sur l'intérêt d'un travail en commun. Plusieurs titres n'ont pas de document de ce genre. La plupart des éditeurs concernés disent y penser ou même en avoir un en gestation : s'ils déclarent bénéficier d'une « culture forte » au sein de leur titre, ils considèrent néanmoins que la formaliser serait « positif ». Leur attitude découle parfois d'une prévention contre de tels écrits. D'un côté on s'inquiète d'une ambiguïté éventuelle : ces chartes ne seraient-elles pas à double tranchant ? S'agit-il de gérer les relations employeur salarié ou éditeur lecteur ?*** » Plus loin, l'auteur de l'enquête précise que ***« le régime de la délégation et de la remontée hiérarchique prévaut dans les grandes équipes, tandis que le directeur de la publication est plus souvent mis à contribution directement dans les rédactions plus restreintes*** ». La question de la formation, quant à elle, suscite, chez les éditeurs, des remarques relativement critiques. François-Xavier Alix explique qu'une ***« majorité d'entre eux met en cause la formation initiale donnée dans les écoles, ce qui les conduit à une mise en cause de la compétence des journalistes »*** [656] . Qualifiée de ***« variable*** », ***« la qualité déontologique des journalistes est largement remise en cause*** » par une majorité des éditeurs.

Enfin, en guise de conclusion, l'auteur propose, dans la mesure où des règles de conduite claires se formaliseraient en charte, ***« la définition d'un triple niveau d'élaboration : C'est au niveau de chaque publication que doit se placer la pierre angulaire de l'édifice à construire ; que chaque éditeur promeuve, s'il le souhaite, la charte de son entreprise. Au niveau du syndicat un second étage peut récapituler ce qui est commun au type de publications qu'il englobe. Ces deux niveaux clairement distingués, il reste un rôle capital pour la Fédération : donner le cap, dire les grandes valeurs, la spécificité de l'éditeur*** » [657] . In fine, nombreux sont les

[655] L'auteur de l'enquête a eu la bienveillance de nous transmettre l'intégralité de ses notes personnelles et du rapport officiel de l'enquête, retranscrite dans le N°4 (nouvelle série) de *Médiaspouvoirs*, « Déontologie des médias », 3ème trimestre 1998, p 123.

[656] *Idem*.

[657] *Idem*.

Copyright PRODHOMME Magali et Université Lumière - Lyon 2 - 2003.Ce document est

éditeurs qui appellent de leurs vœux la création, au sein de la Fédération, d'un ***« observatoire des médias*** » dont les appellations varient entre ***« comité d'éthique*** », ***« banques de données*** » ou encore ***« centre de recherches*** ». Qu'en est-il deux ans après l'enquête, de l'acquisition par la FNPF d'une personnalité déontologique ? La question a été posée à François Devevey en ces termes :

« observatoire de l'Information

A la première question, François Devevey a apporté une réponse laconique : ***« Non, rien n'a été fait*** ». Quant à la seconde question, la réponse faite par le directeur de la FNPF laisse à penser que le rôle de la FNPF, souhaité voir jouer par les éditeurs, est délégué : ***« Elle aimerait bien, elle aimerait bien. Ce qu'est en train de réaliser Jean-Marie Charon constitue les prémices de cet observatoire. On va voir comment ça se passe » »*** [658] .

3) « Réflexion et propositions sur la déontologie de l'information » : rapport ministériel

A l'occasion de la soutenance du mémoire de DEA, nous avions mis en exergue la convergence des questionnements concernant l'éthique et la déontologie des journalistes, nombreux à l'époque. En effet, outre l'enquête de la FNPF réalisée en février 1998, paraissait, en juillet 1999, le rapport de Jean-Marie Charon intitulé ***«Réflexions et propositions sur la déontologie de l'information*** ». Celui-ci, commandé par le ministère de la Culture et de la Communication, a suscité de nombreux commentaires notamment de la part des syndicats de journalistes. Que dit-il sur ***« la multiplication des réponses et initiatives en faveur de la déontologie*** », phénomène auquel Jean-Marie Charon a consacré une partie de son rapport ? [659] En dépit de l'ampleur de l'émotion suscitée par certaines dérives ***« les observateurs extérieurs constatent que les pétitions de principe n'ont donné lieu ni à la définition de principes déontologiques communs, ni à des lieux de réflexion réguliers intéressant toute la profession, ni à la mise en place d'instances permettant d'assurer le débat entre les journalistes et la société. Pire même, des erreurs et dérapages semblables se reproduisent régulièrement, sans que jamais leurs responsables donnent le sentiment d'avoir été sanctionné »*** [660] . Plus loin, après avoir dressé de manière non exhaustive quelques initiatives en faveur de la déontologie, l'auteur concède que ***« ces démarches qui ont donné lieu à des réflexions riches et des publications très importantes buttent toutefois sur le refus des différents syndicats de journalistes à travailler ensemble sur une charte et surtout sur le refus des organismes d'employeurs et des syndicats de journalistes à discuter ensemble des textes*** » [661] . Jean-Marie Charon,

[658] F. Devevey (FNPF) fait allusion aux entretiens de l'information, dont les premiers ont eu lieu à l'occasion de l'université de la communication, à Hourtin, en août 2001, sur le thème suivant « traitement de l'information scientifique ».

[659] Charon J.M., *op .cit.*, rapport ministériel, 1999, pp. 16-21.

[660] *Ibid.*, p 16.

[661] *Ibid.,* p 17.

protégé en vertu de la loi du droit d'auteur.

observateur patenté, conclut en rappelant que ***« ces initiatives et démarches marquent le fait que la préoccupation déontologique existe bien, et qu'elle prend inévitablement des formes variées. Il ne faut pas non plus se cacher que bien des expériences restent ponctuelles. Elles ne règlent pas toujours très bien la question au niveau où elles se mènent, auprès des journalistes, à l'initiative des directions ; Dans chaque entreprise ou à un niveau plus large, d'une forme de presse tels que les quotidiens régionaux ou les hebdomadaires locaux. Elles ne concernent qu'exceptionnellement le public, la société, hormis le cas des médiateurs*** » [662] .

4) Les quatorzièmes rencontres de Pétrarque : les niveaux de responsabilité

Sur la même période, en juillet 1999, les quatorzièmes rencontres de Pétrarque, organisées à Montpellier sous l'égide de *France Culture* et en collaboration avec *Le Monde*, tentaient d'apporter des éléments de réponse aux questions suivantes : « A quelles règles les journalistes doivent-ils s'astreindre ? Quels sont leurs devoirs ? A qui doivent-ils rendre des comptes ? Faut-il leur imposer un code écrit de déontologie ? Parmi les personnalités à s'exprimer, notons la présence de Roland Cayrol, Jean-Marie Charon, Michaël Palmer, Enrico Benedetto, Bernard Spitz ou encore Jean-Noël Jeanneney [663] . Si tous s'accordent à reconnaître l'importance du rôle des médias dans une démocratie, les avis divergent quelque peu sur les solutions à mettre en œuvre pour une pratique journalistique vertueuse. Roland Cayrol prône l'instauration d'un ***« » bidule » chargé de contrôler les dérives mais aussi et surtout de les « sanctionner » ».*** C'est aussi l'avis du maître des requêtes au Conseil d'État, Bernard Spitz, qui souligne le vide existant entre la justice pénale et la justice civile et d'expliquer ***« entre les deux, il faudrait prévoir un « machin »*** » en référence au ***« bidule*** » évoqué par Roland Cayrol. Jean-Marie Charon pose ***« la responsabilisation*** » comme pivot de la réflexion et pense, au contraire, que l'idée d'une sanction conduirait à la déresponsabilisation. Michaël Palmer, quant à lui, rappelle que ***« les journalistes ont intégré très tôt la notion que leur travail est d'abord jugé par leurs pairs »*** et concentre sa réflexion essentiellement sur les conditions de production des textes journalistiques.

Un ***« machin*** », un ***« bidule*** », Enrico Benedetto en a fait l'expérience via l'Ordre des journalistes italien. Correspondant à Paris pour le journal italien *La Stampa*, Enrico Benedetto rappelle que si un Ordre a été créé c'est parce que l'on estimait que la profession était en ***« désordre*** ». Or le premier à faire ce constat, explique le journaliste italien, non sans une pointe d'ironie, ***« fut un ancien journaliste plus connu pour ces activités extra rédactionnelles : Benito Mussolini ».*** Toujours en vigueur, cet Ordre, considéré par Enrico Benedetto comme ***« une machine à exclure »***, prévoit trois types de sanction : d'abord le blâme, puis la suspension et enfin l'expulsion de la profession. Et de s'interroger : ***« pourquoi avoir conservé cette structure ?*** ». Enrico Benedetto ironise ***« parce qu'il vaut mieux un jury de confrères pour condamner les crimes de***

[662] *Ibid*., p 18.

[663] Nous disposons de l'enregistrement de l'émission dans son intégralité. Les citations qui suivent sont extraites de cet enregistrement.

protégé en vertu de la loi du droit d'auteur.

lèse déontologie ».

Au-delà des divergences exprimées sur les solutions à envisager, il est à noter que les points de vue par lesquels sont approchées les questions de déontologie posent plusieurs niveaux de responsabilité. Le premier est celui qui revient aux journalistes eux-mêmes, auxquels ***« l'on doit faire confiance »*** souligne Michaël Palmer. En dépit du ***« décalage profond qui existe entre la société et les journalistes sur les questions de déontologie*** » rappelle Jean-Marie Charon, la responsabilité individuelle doit être pointée. Le second niveau de responsabilité incombe aux entreprises de presse. Jean-Marie Charon est d'ailleurs très clair à ce sujet : ***« il faut reposer le problème aux entreprises : c'est à vous de prendre en charge les questions de formation*** ».Or c'est naturellement que se dégage un troisième niveau de responsabilité qui, cette fois-ci, revient aux ***« écoles de journalisme*** ». Il faut, précise Roland Cayrol, ***« enseigner la déontologie sur des cas précis »***. Ce dernier allant même jusqu'à étendre une formation au citoyen en faisant référence au travail mené en ce sens par le CLEMI. Les troisième et quatrième niveaux de responsabilités sont pointés par Jean-Noël Jeanneney. Celui-ci met en exergue le ***« rôle de l'État*** », d'une part, et celui, d'autre part, du ***« public*** ». Pour lui, il existe deux formes de réactivité du public à l'égard des dérives : le désabonnement et le zapping et de souligner avec conviction : ***« le public est largement responsable de la presse qu'on lui donne ».***

III) Recension des codes et des chartes

1) L'inventaire des chartes des médias français par Louis Guéry

La recension des codes et chartes avait déjà été réalisée, en 1991, sous la direction de Louis Guéry, ancien directeur du CPJ à Paris et auteur de nombreux ouvrages parmi lesquels ***« Les droits et les devoirs du journaliste : textes essentiels »***. Les résultats de l'enquête, publiés dans les cahiers du journalisme de Lille, en 1996, et intitulée ***« recension des codes et des chartes*** » témoignent, sans que l'auteur le mentionne réellement, d'une très grande dispersion dans l'élaboration de chartes et autres codes de déontologie. Voici la présentation, tel que l'auteur l'a établie, de cette investigation : ***« J'ai adressé aux directions de tous les grands médias, c'est-à-dire aux agences, aux radios, aux télévisions, à tous les quotidiens et à tous les grands périodiques, un courrier leur demandant s'ils avaient adopté une charte. Si oui, depuis quand et comment ? Et dans ce cas de bien vouloir me la communiquer*** » [664] . Voici un tableau récapitulatif de cette recension, telle qu'elle a été présentée par Louis Guéry :

[664] Guéry L., *op. cit.*, 1996, p 75.

Médias	**Intitulé du document**	**Caractéristiques/spécificités**
Ouest-France	Charte d'entreprise	traitement des faits-divers et de ses suites judiciaires
Alsace	Charte d'entreprise	Traitement des faits divers et décisions de justice
N.R de Centre Ouest	Charte d'entreprise	
L'union de Reims	Manuel de la rédaction	Faits-divers et relations rédaction/publicité
La Croix	Charte	Définition des valeurs que le journal entend défendre
Nord Éclair	Charte	Définition des valeurs que le journal entend défendre
Que Choisir	Charte	Autour des essais comparatifs
Lyon Figaro	Calque de *La Charte du SNJ*	
La Voix du Nord		Conseil de rédaction
Dauphiné Libéré		Conseil de rédaction
AFP	Manuel de l'agencier	Règles déontologiques + conseils pratiques
L'Expansion		Quelques règles sur des points précis
Libération		
		Quelques règles sur des points précis
Paris Normandie	Charte en cours d'élaboration	Inspirée de celle de l'Union mais adaptée aux problèmes rencontrés par le quotidien normand
Courrier de l'Ouest	Charte en cours d'élaboration	
Le Progrès	Abandon du projet	
Le Nouvel Économiste	Abandon du projet	
Sud Ouest	Abandon du projet	
Le Monde	Médiateur	
TF1	Dix-huit principes déontologiques des journalistes de TF1	En addition à *La Charte du SNJ*

A l'issue de cet inventaire des chartes collectées, Louis Guéry dressait deux principaux constats : ***« Certaines entreprises de presse pratiquent le mélange des genres, c'est-à-dire qu'il faut chercher l'affirmation de principes éthiques au milieu de précisions concernant la force du corps du titre de l'éditorial (…) En second lieu, il semble que peu de chartes aient été élaborées, discutées et décidées démocratiquement et collectivement, c'est-à-dire direction, encadrement et journalistes travaillant ensemble à leur élaboration*** » et de questionner ***« Peut-on dans ces conditions, parler de « charte d'entreprise », émanant d'une collectivité et engageant celle-ci ?*** » [665]. L'auteur conclut en soulignant ***« qu'il resterait évidemment à examiner si l'adoption d'une charte par une entreprise s'est traduite par une***

Copyright PRODHOMME Magali et Université Lumière - Lyon 2 - 2003.Ce document est

amélioration, par une avancée de la morale professionnelle ou si cela fourni un moyen de se justifier à l'avance de bavures éventuelles et de se donner bonne conscience : « comment pouvez-vous nous accuser ? Voyez notre charte ! »». Et d'ajouter ***« ces questions de même que la définition de ce que l'on peut qualifier de charte, pourraient fournir des thèmes de recherche*** » [666] .

2) Charte rédactionnelle : tentatives, élaborations et échecs

Jules Clauwaert, président d'honneur de l'ESJ de Lille et éditorialiste à *Nord é clair*, a présenté à l'occasion d'un article paru dans les Cahiers du Journalisme, les diverses tentatives d'élaboration des chartes rédactionnelles en France. Il en retrace l'historique rappelant que ce mouvement a été mené sous l'impulsion du ***« groupement des rédacteurs en chefs des quotidiens régionaux*** » créé à la suite d'un séminaire fondateur au CPJ en 1970. Devenu plus tard une association, ce groupement affiche pour principale mission : ***« la défense du pluralisme de la presse, qui passe par la défense de l'identité de chaque titre*** » [667] . Parmi ceux qui s'engagent dans l'aventure, on notait la présence d'Eugène Brulé *d'Ouest-France*, Paul Bentz du *Républicain Lorrain*, Fernand Cousteaux, de la *Dépêche du midi*, André Desthomas de *La Montagne*, Guy Bonnet de la *Nouvelle République* et Louis Guéry en tant que ***« conseiller permanent*** ». Avant d'entrer dans les détails des motivations qui ont conduit le groupement a proposé l'élaboration, pour chaque quotidien régional, d'une charte rédactionnelle, Jules Clauwaert prend la précaution de donner une définition de la notion. La charte rédactionnelle est un document qui ***« permet de définir l'orientation philosophique ou doctrinale ou politique du journal, ses références, le système de valeurs ou de société auquel il adhère, en même temps que les règles qui s'imposent à tous dans sa mission. Cette charte, signée entre les différentes parties, protégerait la rédaction aussi bien contre elle-même, que contre l'éditeur ou des tiers, si les uns ou les autres oubliaient les règles communes*** » [668] . Plusieurs raisons ont motivé le groupement à envisager l'élaboration de chartes rédactionnelles. Selon l'auteur, ***« il s'agit, à travers les évolutions de toutes sortes dans les entreprises et dans les métiers du journalisme, de garantir cette identité, incarnée au jour le jour par une direction et une équipe rédactionnelle. D'où l'idée de l'élaboration, dans chaque entreprise de presse, d'une charte rédactionnelle liant les propriétaires, la direction, la rédaction en chef et les journalistes »*** [669] . Le contexte s'y prêtait puisque l'une des inquiétudes majeures de la fin des années 80 était l'accélération du phénomène de concentration des titres et le développement des groupes de presse. Jules Clauwaert explique que ***« pour permettre***

[665] *Ibid*., p 76.

[666] *Ibid*., p 83.

[667] Clauwaert J. *op. cit*., 1996, p 85.

[668] *Ibid*., p 86.

[669] *Ibid*., p 85.

protégé en vertu de la loi du droit d'auteur.

à la commission des opérations de la presse dont le rapport Vedel (1978) demandait la création, de contrôler efficacement s'il y a atteinte au pluralisme, c'est-à-dire à l'indépendance ou à la pensée de chaque journal concerné, le groupement des rédacteurs en chef propose l'institution d'une charte rédactionnelle ». Telle était l'origine du projet. Le Groupement y voyait un certain nombre d'avantages dont un qui mérite d'être souligné : ***« Sans être une bible apportant réponse à tout, elle responsabiliserait les journalistes (…) Ce texte serait d'autant plus apprécié que le journal, se trouvant en état de monopole de fait, déclare publiquement pratiquer le pluralisme interne : notion qui mérite d'être précisée »*** [670]. Au-delà de la défense du pluralisme, argument avancé en masse, il semble qu'il y ait en filigrane une autre préoccupation que l'on sent poindre dans ce rappel historique : la notion de clause de conscience, accordée aux seuls journalistes, n'est manifestement pas là pour contenter l'ensemble. ***« Elle est une garantie individuelle »***, note l'éditorialiste. Or le Groupement vise bien plutôt ***«la reconnaissance de l'existence collective des journalistes dans une entreprise de presse »*** et l'auteur de rappeler ***« Moins que jamais, en effet, dans une entreprise de presse, sans l'audiovisuel comme dans l'écrit, une rédaction ne pourra se réduire à la juxtaposition d'un certain nombre de journalistes*** » [671]. L'entité ***« équipe rédactionnelle*** », en dépit des nombreux efforts du Groupement pour l'imposer achoppera sur son statut juridique jusqu'alors inexistant, le gouvernement estimant la voie contractuelle préférable à l'intervention du législateur. Dès lors, Jules Clauwaert conclut sur les échecs d'une tentative de reconnaissance juridique des ***« chartes rédactionnelles*** » et de son corollaire ***« l'entité rédactionnelle*** » mais souligne le succès de l'idée qui, depuis, à fait son chemin. Nous retiendrons, pour l'essentiel de ce bref aperçu historique de l'élaboration des chartes rédactionnelles, qu'il s'agissait surtout de protéger l'identité d'un journal à travers sa rédaction et ce, au nom du pluralisme. Nous verrons, à travers notre analyse, si ces motivations sont restées intactes.

Chapitre VIII : Recension des chartes des médias français

I) La dispersion des approches éthique et déontologique de la pratique journalistique

1) Une enquête laborieuse

Louis Guéry explique, à l'occasion du bilan qu'il dresse de la recension des codes et des chartes, qu'il ne s'attendait pas à un grand succès de cette pêche aux renseignements et

[670] *Ibid*., p 87.

[671] *Ibid*., p 88.

protégé en vertu de la loi du droit d'auteur.

avoue qu'il a été agréablement surpris : ***« alors qu'habituellement, dans ce genre de sondage, les réponses sont plutôt rares, presque tous mes correspondants m'ont répondu*** » [672] . Nous aurions souhaité, à notre tour, dresser le même constat, mais malheureusement notre pêche aux renseignements n'a pas rencontré le même succès. Pourtant, nous avions pris d'infinies précautions dans l'élaboration de notre enquête. La première d'entre-elle visait à ne pas faire perdre du temps aux directeurs de publication dont nous savons par ailleurs qu'ils font l'objet de multiples sollicitations. La rédaction de notre questionnaire a donc été réduite à sa plus simple expression. La seconde précaution consistait à prévoir, à l'issue d'une relance téléphonique, un second envoi du questionnaire qui aurait pu s'égarer parmi les multiples préoccupations de nos interlocuteurs. Or, en dépit de ces mesures, nombreux ont été ceux qui n'ont pas pu (ou pas souhaité) répondre. Notre enquête fut donc relativement laborieuse et a nécessité plusieurs mois de travail. Certains ont répondu un an après l'envoi du questionnaire, d'autres encore ont fait l'objet, sur leur demande, de multiples relances [673] . Tantôt agacé, parfois découragé, nous avons toutefois tenu à mener cette enquête jusqu'à son terme en regrettant qu'elle ne fût pas suffisamment exhaustive. Au-delà de ces remarques, sans doute inhérentes à toutes les enquêtes de terrain, nous voudrions ici rapporter quelques éléments anecdotiques qui ont fait de cette enquête une expérience tout à fait unique du discours de la profession à l'égard des questions de déontologie. Si certains ont eu la bienveillance de nous répondre avec un souci de transparence, d'autres au contraire, dans une rhétorique zélée, ont fait preuve d'une stratégie quasi défensive. Ainsi Alain Hiest nous a précisés, en préambule de sa lettre, et en qualité de ***« directeur-médiateur*** » du *Progrès* : ***« je réponds succinctement à votre courrier (en ayant l'impression de subir une colle de l'ENA) »*** et de poursuivre ***« LE PROGRES n'a pas de charte déontologique élaborée formellement. Celle-ci s'est formée au fil de ses 140 ans d'existence, par implication personnelle de ses présidents, directeurs, rédacteurs en chef, chefs de services et journalistes*** » [674] . Toujours à titre anecdotique, il est intéressant de souligner la réponse du quotidien *Le Parisien* qui nous a fait savoir, via son ***« directeur marketing*** », que ***« la rédaction applique strictement la charte de juillet 1918, révisée en 1939 »*** [675] . Or s'il s'agit, comme nous le pensons, de *La Charte du SNJ*, elle fut certes rédigée en juillet 1918 mais révisée et complétée en janvier 1938 [676] . *Le Parisien* n'est pas le seul quotidien à faire preuve sinon de méconnaissance du moins d'approximations en la matière. Benoît Luizet, directeur général des ***« Nouvelles calédoniennes*** », nous répond : ***« nous ne disposons pas de charte déontologique pour notre titre. Toutefois, nous appliquons des procédures***

[672] Guéry L., *op. cit.*, 1996, p 75.

[673] Nous avons envoyé trois fax en moins d'un mois pour la même rédaction, sans qu'aucune réponse ne nous parvienne.

[674] Hiest Alain, correspondance du 30 mars 2000, voir annexe.

[675] *Le Parisien*, correspondance du 5 avril 2000, voir annexe.

[676] Le site du Centre de formation des journalistes de Paris mentionne aussi, dans son volet déontologie, une révision de la Charte du SNJ en 1939.

non écrites en la matière en respectant les principes clés déontologiques de la profession » [677] . Aucune précision n'est faite concernant ces principes, pourtant ***« clés*** », en matière de déontologie. Cette imprécision se retrouve aussi dans la réponse de Pierre-Henri Arnstam, directeur général délégué, chargé de la rédaction à *France 2*. Ce dernier nous précise dans un courrier que ***« les principes essentiels de déontologie des journalistes sont déjà inscrits dans les textes qui régissent la profession*** » et de citer ***« la charte des devoirs du journaliste*** » [678] . Or s'agit-il de *La Charte du SNJ* (1918 révisée en 1938), de la *Charte de Bordeaux* (1954) ou de celle de *Munich* (1971) ? [679] . Nous n'en savons rien. Cela dit, nous subodorons qu'il s'agit de celle du SNJ à laquelle il est clairement fait référence dans l'avenant audiovisuel. *France 3*, autre chaîne du service public, souligne dans un document intitulé ***« Le projet éditorial pour l'information »***, rédigé à l'occasion de la convention cadre du 6 et 7 juin 2001, que ***« l'information à France 3 est régie par les textes fondamentaux de la République, par les lois sur la presse, et par les textes reconnus dans la presse française et européenne comme fondements de la déontologie professionnelle*** » [680] . Ici, la piste européenne aurait pu nous conduire à *la Charte de Munich*, or celle-ci a été adoptée par la Fédération internationale des journalistes (FIJ) et ratifiée par l'ensemble des représentants des syndicats de journalistes européens, dont les syndicats français, mais non par l'ensemble de la presse française [681] . Nous restons donc dubitatifs. Par ailleurs, et dans la même veine, le rédacteur en chef du *Républicain Lorrain* nous laisse aussi dans le flou : ***« Nous continuons à nous fonder sur les principes de la charte de déontologie des journalistes qui a fait l'objet de nombreuses mises à jour ainsi que sur les principes et les droits qui sont exprimés dans la convention collective des journalistes »*** [682] . Les deux références implicites sont sans doute celles de *La Charte du SNJ* et l'article 5 intitulé ***« principes professionnels*** » de la CCNTJ. Or deux mois auparavant, c'est le rédacteur en chef adjoint du même journal qui nous répondait : ***« en réponse à votre courrier en date du 23 mars dernier, nous vous prions de bien vouloir trouver, ci-dessous, les coordonnées de deux organismes auprès desquels vous pourrez obtenir les renseignements demandés : la commission de la carte et le SPQR*** » [683] . Ici, la référence, même implicite, à une quelconque charte ou autres principes est

[677] Luizet Benoît, correspondance électronique du 17 avril 2000, voir annexe.

[678] Arnstam Pierre-Henri, correspondance du 29 mai 2000, voir annexe.

[679] La charte de Bordeaux fut adoptée lors du deuxième congrès de la FIJ, en 1954. Cette déclaration vise surtout à proscrire les fautes professionnelles graves. Si elle reste en vigueur aux yeux de la FIJ, il est toutefois difficile de dire dans quelles mesures les journalistes, membres des syndicats, des fédérations ou des associations professionnelles nationales, tiennent compte de l'existence du document ou en observent les préceptes.

[680] Le projet éditorial pour l'information, France 3, convention cadres, 6-7 juin 2001, introduction, p2, voir annexe.

[681] Les six pays membres de la CEE étaient à l'époque : la France, l'Allemagne fédérale, l'Italie, la Belgique, les Pays-bas et le Luxembourg.

[682] Padiou M., correspondance électronique du 5 juillet 2000, voir annexe.

 Copyright PRODHOMME Magali et Université Lumière - Lyon 2 - 2003.Ce document est

inexistante.

Ces anecdotes corroborent nos premières impressions suscitées par l'absence de réponse à la question ***« Comment positionnez-vous votre charte ou code par rapport à la Charte dite de Munich ?*** ». Plusieurs cas de figure ont été rencontrés. Le premier a consisté à ne pas y répondre. Le second cas de figure révélait la méconnaissance du document par la plupart de nos interlocuteurs ***: « Je ne connais pas une charte de Munich »*** (Robert Amlung, *Arte info*) ; ***« ?*** » (Laurent Vissuzaine, *Le Courrier Picard*) ; ***« A franchement parler, je ne connais pas le contenu de la Charte Bavaroise »*** (Vincent Hugueux, *L'Express*) ; ***« Je ne connais pas la Charte de Munich. Votre question me fait penser à un bac de Philo »*** (Marcel Quiviger, *Le Télégramme de Brest*). Rappelons que la question avait été aussi posée aux interlocuteurs patronaux qui ont avoué leur méconnaissance du document. Le dernier cas de figure consistait donc à répondre. Seuls trois de nos enquêtés ont répondu : *La Croix*, *La Nouvelle République* et *La République du Centre*. Parmi eux, nous retiendrons la réponse d'Hervé Guemerom pour *La Nouvelle République* : ***« Les Journalistes de la NR nous ont dits qu'ils n'avaient pas besoin d'un code puisque la Charte de Munich était suffisante à l'exercice du métier. Or, on remarque que presque personne ne l'a lue »*** [684] . Pourtant, comme nous l'avons signalé plus haut, selon l'enquête internationale conduite par J. Clement Jones, ***« la Charte de Munich est le document le plus représentatif de la position de la presse française »*** [685] . Représentative certes, mais manifestement méconnue par une partie de la communauté médiatique française.

2) Une expérience unique de la « loi du milieu »

Enfin, pour achever notre chapitre des anecdotes, nous voudrions mettre en exergue un point qui mériterait sans doute des investigations plus approfondies. Nous nous sommes volontiers prêté au jeu des critiques qui, quant à elles, étaient relativement explicites. Outre ***« le sentiment de passer un bac de Philo »*** et, crescendo, ***« de subir une colle de l'ENA*** » [686] , sentiments qui en disent déjà long sur la manière dont a pu être appréhendée notre enquête, une seconde critique est venue émailler notre travail de recherche. Celle-ci émane de Jean-Pierre Bonis, directeur de *La République de Seine-et-Marne* qui, après avoir eu la gentillesse de répondre à nos questions, précise : ***« Je me permets un conseil, ayant déjà eu dans le passé des contacts avec une étudiante de votre université : prenez garde au langage universitaire dans vos relations avec les professionnels. Des expressions comme « la construction discursive de l'espace professionnel des journalistes » les font littéralement hurler de rire ! La conséquence est que nous ne prenons pas toujours les universitaires au sérieux…***» [687] . Rappelons-nous, à cette occasion, les propos de Pierre Bourdieu qui

683 Manuguerra V., correspondance du 4 avril 2000, voir annexe.

684 Guemerom H. réponse au questionnaire, datée du 30 mars 2000, voir annexe.

685 Clement Jones.J., *op. cit.*, 1980, p 23.

686 Réponses respectives de Marcel Quiviger (Télégramme de Brest) et d'Alain Hiest (Le Progrès), voir annnexe.

protégé en vertu de la loi du droit d'auteur.

écrivait dans les cahiers du journalisme de Lille : ***« Avant d'entrer dans la recherche des principes pratiques d'action, je voudrais faire quelques rappels théoriques qui me semblent nécessaires pour essayer au moins de convaincre que l'on peut parler du journalisme dans un langage qui ne soit pas celui de la critique ou du procès. Les journalistes sont très susceptibles et supportent mal l'analyse (particulièrement mal même, sans doute parce qu'il s'agit d'un milieu à la fois, puissant et fragile, faible et menacé) »*** et de nuancer ***« il n'y pas de milieu qui aime à être objectivé*** » [688] .

II) Résultats de l'enquête et analyse comparative

Notre enquête s'articule autour de deux axes : D'une part les réponses apportées au questionnaire et, d'autre part, l'envoi d'un certain nombre de documents différemment intitulés. Nous analyserons, dans un premier temps, les motivations exprimées à la rédaction d'une charte, la ou les fonction(s) de la charte au sein de la rédaction et enfin les critères de rédaction. Nous tâcherons d'en dégager des variables communes susceptibles de rendre compte du phénomène. Dans un second temps, nous listerons les chartes et nous en distinguerons les spécificités. Nous tenterons de déchiffrer les pratiques différenciées des journalistes, notamment à travers les chartes rédactionnelles, pratiques qui justifieraient l'hétérogénéité des approches en matière de déontologie. Il nous faut signaler que certaines réponses n'ont pas été extraites du questionnaire, car nombreux ont été ceux qui n'y ont pas répondu, mais des documents produits et envoyés à notre attention. Enfin, la première partie de cette analyse ne fera aucune distinction entre charte rédactionnelle et charte déontologique. Cette distinction interviendra dans la seconde partie.

1) Les motivations exprimées à la rédaction d'une charte

Qu'elles soient rédactionnelles ou déontologiques, les chartes maisons répondent à un certain nombre de motivations impulsées, soit par la direction seule, soit, en concertation avec la rédaction et les organisations syndicales.

- La volonté de définir des règles communes dans le cadre d'une nouvelle formule - *Le Courrier Picard*
- Le souci de marquer un respect nécessaire des lecteurs justiciables (Droits de l'Homme) - Dernières Nouvelles d'Alsace
- Elle est née d'une réflexion ancienne, inscrite dans l'histoire du journal - Ouest-France
- Le besoin pratique de clarifier notre ligne éditoriale - Arte-info

[687] Bonis J.P, correspondance électronique datée du 20 juillet 2000, voir annexe.

[688] Bourdieu P., *op. cit.*, 1996, p 13. Pierre Bourdieu s'est rattrapé, depuis 1996, avec son ouvrage « Sur l'emprise de la télévision. Suivi du journalisme » dans lequel les critiques concernant le champ journalistique ne manquent pas.

protégé en vertu de la loi du droit d'auteur.

- Le souci de disposer d'un outil de référence commun à tous et de rappeler les règles d'éthique du métier de journaliste - La Nouvelle République
- La volonté de professionnalisme. Le souci de l'équilibre entre la nécessité d'informer et le respect des personnes - La République du Centre
- La volonté de réaffirmer et de garantir la vocation d'hebdomadaire d'information générale. Mais aussi d'énoncer des principes relatifs à l'indépendance éditoriale, dans un moment où le journal suscitait des convoitises chez d'éventuels acquéreurs - L'Express
- La volonté, quand une nouvelle formule est élaborée, de réaffirmer les ambitions d'un journal, de rappeler sa ligne éditoriale, ses priorités…La Croix
- La volonté, après certains dérapages, de s'interroger sur nos pratiques. Le besoin, interne, de faire parler d'une même voix - Le Télégramme de Brest
- Amorcer l'arrivée d'une nouvelle formule – Le Courrier Picard
- Pallier le risque de perte d'identification de la fonction éditoriale lié à la multiplication et au volume croissant des sources d'information – SPQR
- La mission de service public de l'information exige des journalistes de France 2 qu'ils soient irréprochables en matière d'éthique, de déontologie, de rigueur professionnelle et de probité, et qu'ils gardent le souci constant de préserver l'image de leur société (…) Cependant la multiplicité des situations auxquelles se trouve confronté le journaliste, l'évolution de son environnement de travail ainsi que certaines dérives constatées dans le traitement de l'information ont conduit la direction et les organisations syndicales représentatives des journalistes dans l'entreprise à rechercher l'établissement d'une grille de lecture complémentaire des textes qui régissent l'éthique de la profession. – Pierre-Henri Arnstam pour France 2
- Besoin de clarification du système de valeurs qui gouverne la télévision publique, restaurer la confiance du public – FranceTélévisions

2) La ou les fonction(s) de la Charte au sein de la rédaction

La ou les fonctions que lui assignent les directions de la rédaction rendent compte du pragmatisme, voire de l'utilitarisme, dont font preuve ses initiateurs. Les chartes maisons sont utilisées à dessein et sont très souvent liées au souci d'éviter des procès. Elles sont aussi considérées comme des outils au service de la gestion des ressources humaines voire au service de la promotion de l'entreprise de presse qui l'abrite. A la question : ***« Quelle est, selon vous, sa fonction exacte au sein du titre ?*** », la plupart des titres mentionne l'harmonisation de la rédaction, la fédération de l'ensemble des journalistes derrière des valeurs communes et le souci d'éviter des conflits externes tels que les procès pour diffamation. Parmi eux, certains précisent leur choix :

- A nos yeux, la Charte a pour vocation de prémunir le journal contre toute dérive préjudiciable au respect de son identité et de son indépendance. En cas de conflit, il nous est possible d'invoquer un texte de référence, explicitement approuvé par la direction. Au-delà de cet aspect garde fou, le document doit jouer un rôle fédérateur,

puisqu'il vise à affirmer des valeurs communes, dans laquelle tous les membres de la rédaction se reconnaissent. *L'Express*

- Harmoniser la rédaction, fédérer l'ensemble des journalistes et donner un fil rouge au travail des journalistes. Arte-info
- Offrir une référence à la rédaction, la responsabiliser. Le Courrier Picard
- Faire partager un même système de références, mieux intégrer les journalistes venus de l'extérieur, identifier le titre à nos interlocuteurs. La Nouvelle République
- A partir de l'identité, des valeurs du titre, de sa tradition éditoriale, fixer des repères éthiques et déontologiques adaptés à l'exercice de la profession et au monde actuel. Sud Ouest
- Dans l'ordre : fédérer l'ensemble des journalistes, éviter les conflits internes et externes et harmoniser la rédaction. La République du Centre
- A ce poste, mon souci est d'harmoniser le fonctionnement déontologique de la rédaction, d'éviter tout dérapage, d'expliquer, à tous, les pièges à éviter et de mettre en garde contre les pressions extérieures. Le Progrès
- Recentrer la rédaction sur ses missions. Arbitre et référence en cas de litige ou de conflit. Le Courrier Picard
- Elle permet de dire « noir sur blanc » l'identité du journal La Croix, journal catholique, journal d'information, journal de conviction, journal de dialogue. Son attention à la dignité de l'homme, aux valeurs de l'évangile, etc. et les exigences professionnelles qui en découlent. Elle précise le rôle du quotidien dans le groupe de presse auquel il appartient par rapport à la société, par rapport à l'église catholique. C'est un texte de référence, que chaque nouvel embauché doit lire et signer. La Croix
- Garantir notre cohérence dans la couverture des affaires les plus courantes. (Lettre de la rédaction, n°18, 1990). Rappeler les éléments de base de ce que doit être notre approche professionnelle du fait divers. Cohérence éditoriale entre le traitement du fait divers et la ligne générale du journal. La cohérence éditoriale entre les 40 éditions pour assurer à nos lecteurs-citoyens justiciables une équité de traitement. Une attention aux plus humbles, à tous ces gens simples que le hasard du fait divers fait sortir de l'anonymat et qui constituent la majorité des « blessés de l'information » (Pour une éducation juridique et civique, Jean-Pierre Chapelle) Ouest-France
- Harmoniser la rédaction, éviter les conflits internes et externes. Dernières Nouvelles d'Alsace
- Harmoniser la rédaction. Mettre à disposition des outils pratiques pour faciliter le travail d'enquête et de rédaction. Dauphiné Libéré
- Harmoniser la rédaction. L'Union de Reims
- Donner un sens au projet éditorial et le mettre au service du lecteur. Constituer un outil de référence non seulement pour la rédaction, mais aussi pour tous ceux qui ont la mission de fabriquer chaque jour Sud Ouest. Sud Ouest
- Ce que l'on veut à tout prix éviter, c'est l'arbitraire qui conduirait telle ou telle

Copyright PRODHOMME Magali et Université Lumière - Lyon 2 - 2003.Ce document est

rédaction à développer telle ou telle ligne politique en fonction de lignes rédactionnelles, en fonction d'options et de sensibilités diverses. Et que, finalement, le citoyen face à son journal, ait deux attitudes totalement différentes. ça permet d'abord une position d'harmonie interne mais aussi vis-à-vis de l'extérieur d'avoir une position explicative. Le Télégramme de Brest

3) Analyse stratégique : entre protection et adaptation

Avant d'en arriver aux critères de rédaction d'une charte, nous voudrions dresser un bilan intermédiaire des volets ***« motivation*** » et ***« fonction(s)*** » de la charte maison. Qu'il s'agisse de l'expression d'un besoin, d'un souci, d'une nécessité ou d'un constat, tous expriment une sensibilité et une conception stratégiquement orientée de la responsabilité des médias. Daniel Cornu avait déjà souligné le phénomène de prolifération déontologique qui témoigne, selon lui, ***« d'un intérêt porté dans et par les médias aux questions d'éthique normative »*** [689] . Mais ce même auteur, précise plus loin : ***« elle relève tout autant d'une pente utilitariste »*** sur laquelle les entreprises de presse se laissent volontiers glisser. En effet, le recours à un usage stratégique de l'éthique et de la déontologie est ici clairement établie et rejoint totalement l'idée originelle dont s'inspire ce recours : ***« protéger l'identité d'un journal*** ». L'entreprise de presse, comme toutes les entreprises, possède une histoire qui vient nourrir sa culture et ses valeurs. Nombreux d'ailleurs sont nos interlocuteurs à s'en réclamer. Comme le note Philippe Bernoux, ***« L'entreprise, son organisation, sa politique ne sont pas des réponses mais est un construit par des acteurs intégrants les contraintes comme élément des stratégies »*** [690] . Arrêtons-nous sur la réflexion du sociologue pour mieux comprendre les enjeux stratégiques de l'intégration de normes, quelles qu'elles soient, au sein de l'entreprise de presse. Parmi les éléments constitutifs de la définition d'une organisation, il en est un qui a retenu toute notre attention : ***« le système d'autorité*** ». Nous postulons que l'élaboration de chartes, qu'elles soient rédactionnelles ou déontologiques, est un des éléments qui permet d'asseoir le système d'autorité dans l'entreprise de presse.

Philippe Bernoux introduit aussi sa réflexion par un postulat qu'il emprunte à Michel Crozier et Erhard Friedberg : ***« l'organisation est à étudier comme un phénomène autonome, c'est-à-dire obéissant à ses propres règles de fonctionnement et non déterminé par des contraintes extérieures »*** [691] . L'auteur poursuit avec un second postulat : ***« l'option de l'analyse stratégique apparaît aujourd'hui la plus pertinente pour comprendre le phénomène organisationnel*** » [692] . L'analyse stratégique s'articule autour de trois concepts clés qui sont le pouvoir, la zone d'incertitude et le système d'action concret [693] . La rédaction d'une charte, dans l'entreprise de presse, relève de ces

[689] Cornu D., *op. cit.*, 1997, p 15.

[690] Bernoux P., *op. cit.*, 1985, p 116.

[691] *Ibid.*, p 117.

[692] *Ibid.*, p 118.

protégé en vertu de la loi du droit d'auteur.

trois registres constitutifs de l'analyse stratégique.

A) LA CHARTE COMME ÉLÉMENT DE POUVOIR

Elle est d'abord un élément de pouvoir puisqu'elle restreint de fait l'autonomie des journalistes tant du point de vue de la manière d'être (éthique) que de la manière de faire. Son but est notamment de permettre l'adéquation du comportement du journaliste aux objectifs que l'entreprise de presse s'assigne. Elle est donc un moyen de régulation des libertés des journalistes, en tant qu'acteurs de l'organisation, qui sont appelés à se reconnaître dans une identité collective. Ainsi retrouve-t-on dans ce qui constitue l'autorité des énoncés déontologiques des objectifs tels que : ***« définir des règles communes, clarifier notre ligne éditoriale, disposer d'un outil de référence commun, garantir notre vocation, réaffirmer nos ambitions, faire parler d'une même voix, clarifier notre système de valeurs, rôle fédérateur, affirmer des valeurs communes, fédérer, fil rouge, référence, identité, valeurs, tradition, cohérence »***. Comme l'explique Bernard Lamizet ***« c'est par la norme – qu'on la mette en œuvre ou qu'on la rejette – que l'on donne à voir notre identité dans l'espace public »*** et d'ajouter ***« par la référence à la norme, le sujet singulier acquiert la dimension d'un acteur collectif puisqu'il se conforme au modèle censé être commun à tous ceux qui revendiquent la même appartenance et la même sociabilité*** » [694]. L'objectif est donc double : donner une lisibilité, à l'interne, via la fixation de normes, d'une identité collective et donc d'une appartenance à l'entreprise de presse, mais aussi dresser des repères dans et pour l'espace public. C'est par exemple ce qu'exprime le rédacteur en chef du *Télégramme de Brest* lorsqu'il nous précise : ***« ça permet d'abord une position d'harmonie interne mais aussi vis-à-vis de l'extérieur d'avoir une position explicative*** » [695]. La rédaction d'une charte institue donc une double médiation. D'une part entre l'entreprise de presse et ses acteurs-journalistes et, d'autre part, entre l'entreprise de presse et l'espace public.

B) LA CHARTE COMME MOYEN D'ANTICIPATION

« Toute organisation est soumise en permanence à des masses d'incertitudes très élevées, techniques, commerciales, humaines, financières, etc . » explique Philippe Bernoux [696]. Dire cela, c'est réfuter le fait que ***« l'organisation est un phénomène autonome non déterminé par des contraintes extérieures »*** [697]. L'entreprise de presse s'inscrit dans un contexte qui en modifie sinon l'organisation du moins le fonctionnement.

[693] Nous renvoyons le lecteur aux définitions de ces concepts in Bernoux P., *op. cit*., pp. 166-167.

[694] Lire à ce propos : Lamizet B., « Sémiotique de la norme », proposition en vue de la journée d'étude sur la norme, ECLIPs, Lyon, octobre-novembre 2003.

[695] Quiviger M., interview téléphonique datée du 27 juin 2000, voir annexe.

[696] Bernoux P., *op. cit*., p 167.

[697] C'est là l'hypothèse de M. Crozier et d'E. Friedberg in Bernoux P., *op. cit*., p 117.

protégé en vertu de la loi du droit d'auteur.

Comme le précise Pierre-Henri Arnstam pour justifier l'établissement d'une charte à *France 2* : ***« La multiplicité des situations auxquelles se trouve confronté le journaliste, l'évolution de son environnement de travail ainsi que certaines dérives constatées dans le traitement de l'information, ont conduit la direction et les organisations syndicales à rechercher l'établissement d'une grille de lecture complémentaire des textes qui régissent l'éthique de la profession »*** [698] . Il s'agit là tout autant d'une stratégie d'adaptation que de protection. D'ailleurs, nombreux ont été les enquêtés à exprimer leur volonté : ***« D'éviter les conflits internes et externes*** » ; ***« Fixer des repères éthiques et déontologiques adaptés à l'exercice de la profession et au monde actuel »*** ; ***« énoncer des principes relatifs à l'indépendance éditoriale, dans un moment où le journal suscitait des convoitises chez d'éventuels acquéreurs*** » ; ***« Pallier le risque de perte d'identification de la fonction éditoriale lié à la multiplication et au volume croissant des sources d'information »***. Il n'est d'ailleurs pas étonnant de remarquer que la prolifération de documents déontologiques a correspondu à la période des années 90 émaillée par l'éclatement de la profession, l'évolution des progrès techniques et technologiques mais aussi par de nombreuses dérives qui ont entamé la confiance du public. Il y a donc, à travers l'instauration de repères éthiques et rédactionnels, une volonté des entreprises de presse de s'adapter aux nouvelles donnes de l'environnement médiatique, social et technique. Mais pas seulement. Nous évoquions plus haut l'hypothèse d'une charte comme moyen d'anticipation, notamment des conflits internes et externes. Elle constitue alors un moyen de défense alternative à celle reposant sur la loi. Nous pouvons ici nous référer à la réflexion de Thierry Aimar sur le thème de l'éthique versus la coordination, réflexion menée dans le cadre de la présentation d'une défense normative du libéralisme. L'auteur, universitaire, explique s'agissant de l'indéterminisme de la coordination et du problème de l'ignorance du futur que ***« l'impossibilité de définir une normativité à partir de l'analyse économique n'est pas la seule implication logique du raisonnement praxéologique. Si les individus abordent subjectivement la réalité sociale et que leurs valeurs ne se révèlent que dans l'action, ni le principe de rationalité, ni le marché ne sont suffisants pour garantir la coordination des plans individuels car ils ne permettent pas la prévision*** *». L'action doit, en effet, être abordée dans sa dimension temporelle, car agir signifie tendre vers une satisfaction future et s'ajuster à un état de choses à venir, par définition, inconnu et imprévisible* » [699] . Ce n'est pas innocent si l'auteur campe ainsi le contexte car il lui permet d'amorcer l'idée d'une théorie de l'ordre spontané avancée par Hayek [700] . De quoi s'agit-il ? Cette théorie a été conçue ***« comme***

[698] Arnstam P.H, correspondance datée du 29 mai 2000, voir annexe.

[699] Aimar T., « éthique versus coordination ? Une controverse autrichienne soulevée par Rothbard », in *revue économique*, vol.50, n°2, mars 1999, pp. 305-306. Nous voudrions dire ici l'incapacité des dirigeants d'entreprises de presse de dépasser le raisonnement praxéologique. Gilles Lipovetsky précisait d'ailleurs à ce propos que « *la volonté d'une éthique de l'information est à l'image des sociétés postmodernes tournées en priorité vers les préoccupations du présent et délivrées des grands desseins collectifs et historiques* » in Lipovetsky, *op. cit*., 1991, p 242.

[700] Hayek (Friedrich August Von) était un économiste britannique d'origine autrichienne qui a longtemps étudié les crises cycliques. Il fut prix Nobel d'économie en 1974, à l'âge de 75 ans.

Copyright PRODHOMME Magali et Université Lumière - Lyon 2 - 2003.Ce document est

explication de la coordination des plans individuels. En ajoutant au principe de rationalité et au marché l'obéissance à des règles de juste conduite, il explique ainsi une certaine stabilité des comportements et la formation de « patterns of prediction » qui permettent la formation de structures d'anticipation correctes » [701] et de poursuivre ***« l'incertitude créée par le changement ou par la disparition d'une règle existante est en permanence amortie par la stabilité produite par le corps d'ensemble des autres règles*** *».* La conception hayékienne de l'éthique est résolument utilitariste. Loin de postuler l'étanchéité du principe éthique, ce qui lui a valu de nombreuses critiques, Hayek a toutefois le mérite d'opposer au libéralisme économique un mode de coordination éthique. Cet exemple rejoint le second concept de l'analyse stratégique, celui de la zone d'incertitude. Loin d'être maîtrisée, cette zone offre toutefois la possibilité aux dirigeants de l'entreprise de presse de convoquer un certain nombre de prédictions qui font référence à des représentations de la profession en terme d'idéal éthique type. Dès lors la charte maison apparaît comme une visée juste et bonne, ce vers quoi il faut tendre et permet de combler l'indéterminisme, source d'anarchie.

c) Le système d'action concret et le phénomène d'entropie : de l'ordre au désordre

A la croisée d'une analyse stratégique et systémique, le système d'action concret rend compte des relations entre les acteurs du système puisqu'il se définit à partir de la notion d'interdépendance. Notons qu'il y a interdépendance entre deux acteurs lorsqu'ils sont liés par des actions complémentaires. Or on sait que la réalisation d'un journal est une œuvre collective qui implique chacun des acteurs de l'organisation, avec des degrés de responsabilité partagés. Dans le cas d'un système, l'idéal implicitement visé est celui de l'équilibre. Philippe Bernoux nous explique que ***« le système d'action concret recouvre deux réalités : le système de régularisation des relations et le système des alliances et de leurs contraintes »*** [702] . L'élaboration d'une charte relève de la première réalité puisqu'en effet son objectif est notamment de fixer des ***« règles de relations que se donnent les acteurs pour résoudre les problèmes quotidiens de l'organisation*** » [703] . C'est la raison pour laquelle on retrouve l'argumentaire largement ancrée dans l'utilitarisme : ***« besoin pratique ; pour tous ceux qui ont la mission de fabriquer, chaque jour, Sud Ouest, etc. ».*** En tant qu'objet de médiation, la charte maison va donc créer du lien et maintenir les acteurs dans une position sinon d'interdépendance du moins d'interaction. C'est ainsi que l'on retrouve l'idée de ***« fil rouge*** » qui tisse, entre les membres d'une même entreprise de presse, des relations d'appartenance.

Par ailleurs la notion d'équilibre pose aux deux extrémités du système, deux notions antinomiques que sont l'ordre et le désordre. Souvenons-nous de la remarque d'Enrico

[701] Selon certains auteurs (Schmidt 1988) ces « *patterns of prediction* » offrent de troublantes analogies avec les *standards of behaviour* de Von Neumann et Morgenstern, in Aimar T.,*op. cit*., p 306.

[702] Bernoux P., *op. cit*., p145.

[703] *Idem*.

Copyright PRODHOMME Magali et Université Lumière - Lyon 2 - 2003.Ce document est

Benedetto (citée plus haut) qui expliquait la création de l'Ordre des journalistes italien par le fait que la profession était considérée en ***« désordre*** ». Rappelons-nous aussi l'interpellation de Jacques Larché, en juin 1999, concernant l'examen du projet de loi sur la présomption d'innocence : ***« On peut justifier l'amendement dans la mesure où la profession de journalistes n'est pas organisée (…)*** » [704] . Ce sentiment de désordre, même s'il fut en partie dissipé par la création du statut légal du journaliste en 1935, et qui a fait dire au SNJ ***« la loi du 29 mars est pour nous un puissant outil d'organisation, mais elle n'est que cela »*** [705] , prévaut très largement aujourd'hui. Fixer des normes, établir une codification, c'est faire passer la profession d'un état de désordre à celui d'ordre. En ce sens, la charte constitue bien un objet de médiation. Ici, on ne peut s'empêcher de faire référence à la notion complexe d'entropie [706] dont ***« la transposition dans le domaine des sciences sociales, explique Robert Escarpit, ne peut guère dépasser le stade des métaphores*** » [707] . Feu Robert Escarpit s'y risque et précise que ***« décrire l'histoire, ainsi que l'a fait en d'autres termes Paul Valéry, comme une alternance de périodes entropiques et de périodes nég-entropiques, ne serait qu'une façon de ramener les mouvements révolutionnaires à des épisodes cycliques à l'intérieur d'une machine de Carnot où « plus cela change, plus c'est la même chose*** » [708] . Le principe de la ***« machine de Carnot*** » se retrouve au ***« Crépuscule du devoir*** », titre d'un ouvrage dont l'auteur, Gilles Lipovetsky, rappelle que ***« partout la revitalisation des valeurs et l'esprit de responsabilité sont brandis comme l'impératif premier de l'époque (…) Pour autant, il n'y aucun « retour de la morale » »*** [709] . Georges Sebbag dresse le même constat dans un article au titre qui condense la charge : « Purification éthique ». L'auteur signale en effet que ***« contrairement aux effets d'annonce des tuteurs en éthique, il n'y pas d'embellie morale en vue. Pourtant les individus ne manquent de vertu (…) mais plus personne ne sait à quel pouvoir politique, exécutif, judiciaire ou médiatique, se confier »*** [710] . Qu'en est-il ? L'éthique et la déontologie professionnelle des journalistes annuleraient, a priori, le phénomène d'entropie du système médiatique par la fixation de repères qui crée de l'ordre dans le désordre. Cela dit, les nombreuses démarches en la matière, impulsée par les entreprises de presse, ne favorisent guère le rétablissement d'un sentiment d'ordre mais bien plutôt de désordre, tant les approches se réclament

[704] Propos tenus par Larché J., ancien président de la commission des lois du Sénat, rapportés dans « La presse dans le collimateur des sénateurs », in *Le Monde*, dimanche-lundi 27-28 juin 1999.

[705] *Le journaliste*, n°108, octobre-novembre 1935.

[706] L'entropie d'un système caractérise son degré de désordre.

[707] Escarpit R. *L'information et la communication*, Hachette supérieur, 1991, p 23.

[708] *Idem*.

[709] Lipovetsky G., *op. cit*., 1992, préface.

[710] Sebbag G., « De la purification éthique » in *Le Débat*, p 35.

protégé en vertu de la loi du droit d'auteur.

différenciées. Ce degré de désordre se mesure notamment à travers les commentaires suscités par cette ***« croisade éthique*** ». Notons que ces commentaires sont, lorsqu'ils émanent des instances médiatiques elles-mêmes, relativement favorables au phénomène. C'est un moyen de dire ***« nous sommes préoccupés par les questions d'éthique et de déontologie professionnelles »***. Cela dit, les observateurs extérieurs au système sont beaucoup plus circonspects, considérant le jeu de l'information comme un engagement de chacun et, comme le souligne Daniel Bougnoux, ***« qu'il se joue démocratiquement entre nous*** » [711] . Ces critiques s'inscrivent dans un mouvement plus général qu'Alain Etchegoyen qualifie de ***« valse des éthiques*** ». Ce même auteur n'épargne d'ailleurs pas le champ médiatique, particulièrement celui de l'audiovisuel, et : ***« s'étonne, même, de voir que le questionnement moral est presque absent de ce monde, sans conteste le plus cynique de notre société*** » [712] . Gilles Lipovetsky, plus nuancé, place le débat au cœur d'un processus qu'il désigne comme ***« la surexposition de la puissance médiatique*** » et d'expliquer ***« Si l'éthique des médias a pour objectif déclaré d'édifier une presse plus responsable, plus respectueuse des citoyens et de la vérité, elle n'en est pas moins, de fait, un vecteur inédit de surexposition de la puissance médiatique elle-même*** » [713] . L'auteur en est convaincu ***« cette croisade éthique contribue à redoubler l'omniprésence médiatique, à surmédiatiser les media, à renforcer leur pouvoir symbolique*** » [714] . Sans vouloir remettre en cause les effets possibles sur le traitement de l'information, l'auteur pondère toutefois cette croisade éthique dans laquelle se sont lancées les entreprises de presse, en rappelant les limites des espérances qu'entretiennent leurs nouvelles invocations éthiques. Parmi elles, il en est une qui rejoint notre problématique entropique : Gilles Lipovetsky remarque en effet que ***« le courant éthique va un peu plus diviser la galaxie médiatique »*** [715] , donc réactiver du désordre au sein du système. Pour le philosophe, cette dualisation de la presse est déjà manifeste. Sa réflexion va même plus loin puisqu'elle avance que ***« l'éthique n'est pas ici ce qui arrête le quatrième pouvoir, mais ce qui légitime l'élargissement de ses frontières*** » [716] . La critique pourrait évidemment s'étendre, quelque dix ans plus tard, au phénomène de multiplication des chartes qui accrédite la thèse de la division de la galaxie médiatique et, selon le vieil adage ***« diviser pour mieux régner*** », légitime l'élargissement du ***« micro*** » pouvoir dont dispose l'entreprise de presse dans son secteur et au sein même de sa rédaction. Cette réactivation déontologique et éthique au sein des entreprises de presse conduit à une extrême confusion des repères tant au sein de la profession qu'au sein de l'espace public. Pour

[711] Bougnoux D., *op. cit*., 1994, p 3.

[712] Etchegoyen A., *op. cit*., 1991, p 173.

[713] Lipovetsky G., *op. cit*., 1992, p 245.

[714] *Idem*.

[715] *Ibid*., p 247.

[716] *Idem*.

protégé en vertu de la loi du droit d'auteur.

preuve, la connaissance approximative voire quasi nulle des chartes existantes dans la profession par les journalistes et patrons de presse eux-mêmes mais aussi par le citoyen incapable d'identifier ***« la tradition éthique*** » qui inspirerait les médias [717] . Ainsi, la question qui revient comme une antienne dans le discours critique des observateurs extérieurs au système médiatique est : ***« ces codes, avec les mêmes mots, parlent-ils le même langage ?*** » [718] . Cyril Lemieux, la formule, quant à lui, sur la base d'un constat : ***« Là où cependant la particularité du journalisme se révèle vraiment, et où les prétentions de ce groupe à s'autoréguler sur le plan moral deviennent problématiques, c'est dans le fait que les journalistes entendent exercer leur monopole déontologique non pas au niveau d'instances professionnelles centralisées (la commission de la carte par exemple) mais d'une façon beaucoup plus dispersée, au niveau des unités de production elles-mêmes (les rédactions) »*** [719] . Le constat du sociologue ne s'arrête pas là puisqu'il remarque que ***« c'est la très grande variété des niveaux d'exigence morale qui peut exister, au sein d'une profession de plus en plus éclatée qui pose un problème évident*** » et de conclure ***« En somme chaque rédaction développe son style moral propre qui la distingue des concurrents, chacune se fixe un certain nombre d'exigences et de routines d'action qui ne sont pas nécessairement celle des concurrents »*** [720] . L'auteur évoque un style moral qui s'appliquerait comme un signe de distinction entre les entreprises de presse. Certes. Mais dès lors, interrogeons-nous de savoir en quoi un style moral se distingue-t-il d'un autre ? Car enfin, sur les motivations à rédiger une charte maison et les fonctions qu'elle remplit au sein de l'entreprise de presse, aucune différence notoire n'a été soulevée. Les entreprises de presse se retrouvent autour d'une double stratégie : une stratégie protectionniste et une stratégie d'adaptation : ***« Chaque journal, chaque publication s'inscrit dans un contexte historique spécifique, avec ses particularités, ses objectifs, ses références fondamentales (…) si chaque groupe de presse se caractérise par une culture, il est bon de repréciser périodiquement les références du journal et les combats que veut mener l'entreprise (…) Les économies sur l'encadrement rédactionnel se paient chers. Le non-respect des règles de base, source parfois de procès et de droits de réponse entraîne toujours de façon insidieuse la perte de crédit (…) tout le monde aujourd'hui parle d'éthique mais celle-ci ne peut venir d'un ailleurs qui dirait pour la profession ce qui est bien, ce qui est mal. Le thème de ce congrès montre que la presse est consciente de ses responsabilités et des enjeux. Mais n'attendons pas d'une autorité extérieure qu'elle règle nos problèmes »*** rappelait Bernard Porte, ancien président du directoire de

[717] « La tradition éthique des journaux » est une expression que nous empruntons à François-Régis Hutin dans un article intitulé « Journalisme et respect de l'Homme », in *Communication et Langages*, 1995, p 4 .

[718] Cornu D., *op. cit*., 1994, p 131.

[719] Lemieux C., *op. cit*., 2000, p 88. Nous voudrions marquer notre différence avec les propos du sociologue en précisant que ce ne sont pas « *les journalistes qui entendent exercer leur monopole déontologique* » mais les directions des entreprises de presse qui les emploient.

[720] *Ibid*., p 89.

« Bayard Presse », à l'occasion du 12ème congrès national de la presse française [721] .

4) Les critères de rédaction d'une charte

Les critères qui ont inspiré l'élaboration puis la rédaction de la Charte constituent le troisième volet de notre enquête. Parmi ceux qui nous ont renvoyé le questionnaire, beaucoup d'entre eux n'ont pas répondu à cette question précise. Il nous faudra donc les dégager de l'analyse même des chartes. Ceux qui y ont répondu évoquent des critères de responsabilité morale et juridique, historiques et déontologiques. Quels sont-ils ?

- Les principes historiques des fondateurs du journal, la pratique coutumière, les règles de la profession, un travail sur la jurisprudence du droit de la presse. *La Nouvelle République*
- Les règles de déontologie journalistique et les attentes des lecteurs. Le Courrier Picard
- Des critères juridiques (législateur) et moraux (droits de l'Homme, respect des individus qu'il s'agit de ne pas marquer à vie alors que le droit reconnaît l'amnistie). DNA
- Un texte de cette nature procède par essence d'un compromis. Il s'agissait d'énoncer clairement des principes fermes, sans que la direction puisse percevoir cette initiative comme une tentative de grignotage de ses prérogatives, ce qui est nullement notre ambition. A nos yeux, la Charte engage l'ensemble de la rédaction, de son directeur jusqu'au pigiste. Elle doit la protéger d'éventuelles tentations de l'actionnaire d'altérer son identité ou de porter atteinte à son indépendance. L'Express
- Rigueur de l'info, souci du « contradictoire », rencontres avec des professionnels (avocat, policier). La République du Centre
- LE PROGRèS n'a pas de projet à formaliser, car il pense que les critères d'embauche de ses collaborateurs sont suffisants : La vérité, le respect de l'information, le respect des personnes et des lecteurs et l'ouverture à tous les courants de pensée. Le Progrès
- La presse quotidienne régionale constitue, à titre principal, un média de proximité, conscient au quotidien de la responsabilité d'informer. SPQR (règles et usages)

A l'évidence, ce troisième volet nécessite une observation minutieuse du contenu des chartes car il nous paraît difficile, sur la base de ces quelques réponses, de dresser un constat qui rende compte des fondements des textes déontologiques dans les entreprises de presse française.

5) Charte de déontologie vs charte rédactionnelle

Une charte recouvre l'ensemble des règles professionnelles (déontologique ou rédactionnelle) auxquels le journaliste se réfère, dans le cadre de sa pratique. Le journaliste s'engage librement à en respecter le contenu. Il est intéressant de noter que,

[721] Porte B., Actes du 12e Congrès de La FNPF, Montpellier, jeudi 10 octobre 1991, pp. 42-43.

Copyright PRODHOMME Magali et Université Lumière - Lyon 2 - 2003.Ce document est

dans leur grande majorité, les entreprises de presse préfèrent le terme de ***« Charte*** » à celui de code dont la connotation juridique effraie quelque peu. Or, nous savons que les journalistes expriment une méfiance quasi naturelle à tout ce qui ressemble à un code ou un Ordre dont les terminologies respectives font référence au pouvoir, qu'il soit politique ou juridique. Rappelons-nous les propos de Jacques Morandat : ***« Charte de déontologie, ça sonne mieux*** » ou encore, en référence à la création d'un Ordre : ***« un conseil de l'Ordre ça fait référence à quoi ? A Pétain. Attendez encore une ou deux générations puis voilà*** » (FFAP) [722]

Il nous faut, préalablement à notre analyse, distinguer les entreprises de presse qui disposent d'une charte de déontologie (ou en voie d'élaboration) de celles qui disposent d'une charte rédactionnelle. Louis Guéry, dans sa propre enquête, a été acculé de la même manière à faire le constat du ***« mélange des genres*** ». Il précise que ***« certaines chartes pratiquent le mélange des genres, c'est-à-dire qu'il faut chercher l'affirmation de principes éthiques au milieu de précisions concernant la force du corps du titre de l'éditorial, le caractère des échos, le genre des filets qui encadrera le billet ou bien encore la consigne de renvoyer au service publicité les annonces de coupures de courant d'EDF »*** [723] . Cela dit, nous pensons que le contenu d'une charte rédactionnelle, en harmonisant les principes d'écriture d'une rédaction, conduit inéluctablement à une manière de faire commune qui déteint sur une manière d'être collective. Autrement dit que le faire peut commander l'être et réciproquement. Il s'agit donc d'une sorte de ***« formatage*** » des pratiques et réflexes journalistiques dans lequel nous serions susceptibles de retrouver une certaine manière d'être, donc une éthique professionnelle.

III) Analyse comparative : *charte de Munich* et *charte du SNJ*

Nous commencerons notre analyse par deux documents incontournables du paysage déontologique de la presse française : La Charte du SNJ et la Charte de Munich. Nous ne sommes évidemment pas les premiers à les comparer, cela étant, il nous paraissait essentiel de le faire tant elles sont interpellées dans la plupart des discours. Tantôt présenté comme d'utiles compléments aux chartes maisons, tantôt comme des documents poussiéreux voire obsolètes, ces chartes ne laissent manifestement pas indifférente la communauté journalistique. Pourquoi ? Parce que l'une et l'autre ont bénéficié, et bénéficient toujours, d'une notoriété et d'une large publicité [724] . De plus, il n'est pas un ouvrage traitant du journalisme en général qui n'y fasse référence. Qu'il s'agisse ou non de les critiquer, ces deux chartes forment une référence pour le journaliste français. Paradoxalement, leur contenu est relativement peu connu, voire pas du tout, et le contexte de leur émergence encore moins si ce n'est celui de la Charte du SNJ, syndicat majoritaire qui ne manque jamais une occasion de le rappeler. Notons

[722] Lire à ce propos le chapitre « le refus d'un Ordre des journalistes », in *Médias et déontologie*, Pigeat H., PUF, avril 1997, p 225.

[723] Guéry L., *op. cit.*, 1996, p 75.

[724] Dans l'agenda du journaliste, délivré tous les ans à chaque adhérent, le SNJ affiche sa charte dès les premières pages.

protégé en vertu de la loi du droit d'auteur.

d'ailleurs que, dans le discours du Syndicat national des journalistes, la Charte de Munich est sinon niée du moins reléguée à jouer le second rôle aux côtés de La Charte du SNJ.

1) « Le conseil de discipline » du SNJ

Yves Lorelle précise, dans un article au titre prophétique, ***« La déontologie des journalistes va-t-elle à la dérive ? »*** : ***« Il existe une charte du journaliste élaborée par le SNJ mais d'une part, elle n'engage que les syndicats qui l'adoptèrent (les entreprises de presse la méconnaissent totalement et la plupart des professionnels l'ignorent) et, d'autre part, elle n'est assortie d'aucun organe d'application »*** [725] . A ces propos, nous voudrions apporter deux nuances essentielles. La première tient au fait que, hormis le SNJ qui en fut l'initiateur, les autres syndicats de journalistes, certes, s'y réfèrent mais ne l'ont en aucun cas adopté officiellement, contrairement à celle de Munich, ratifiée par l'ensemble des syndicats français. Beaucoup, donc, lui préfèrent la Charte de Munich. La seconde nuance porte sur l'organe d'application qui devrait accompagner la Charte du SNJ. Pour mieux comprendre cette inextricable situation, il faut remonter à la source, c'est-à-dire au contenu même de la Charte du SNJ. La quête de professionnalisation que mène le SNJ, à sa création, l'accule à appréhender le rôle du ***« code de l'Honneur professionnel des journalistes*** » comme structurant [726] . ***« Un journaliste digne de ce nom*** » apparaît donc comme la première figure du professionnalisme proposée aux journalistes. Il fallut attendre la création du statut légal du journaliste, en mars 1935, puis la délivrance de la carte d'identité des journalistes professionnels, un an plus tard, pour voir le SNJ, en 1938, réviser son ***« code*** ». *Le Journaliste*, daté du mois de février 1938, précise dans un article présentant la nouvelle mouture, que ***« le conseil d'administration a jugé opportun de procéder à une révision et à une mise au point de ce texte ancien*** » [727] . Aucune raison explicite à la révision du code n'est mentionnée par le conseil d'administration. Cela dit, il nous semble qu'il en eut une qui justifiait cette soudaine révision : l'établissement du statut légal du journaliste. Pourquoi ? Qu'est-ce qui distingue le code d'honneur de 1918 de celui de 1938 ? Outre des précisions et la suppression d'éléments parmi lesquels ***« la diffamation*** », la calomnie et les accusations sans preuve viennent étoffer le contenu du code. Ce qui change profondément la teneur de ce code, c'est l'apparition d'un ***« Conseil de discipline*** ». Il s'agit, pour le SNJ, qui vient de gagner la bataille du statut légal mais qui perd en même temps le monopole de la représentation professionnelle, de contrer la juridiction légale. Le propos est explicite : ***« un journaliste digne de ce nom, en matière d'honneur professionnel, ne reconnaît qu'une seule juridiction, celle de ses pairs, représentée par le Conseil de discipline, qui veille au respect des règles du présent code, et auquel il reste soumis, même après une décision de justice »*** [728] . Le message se veut autoritaire et inféode une ***« décision de justice*** » à l'avis des pairs,

[725] Lorelle Y. « La déontologie du journalisme va-t-elle à al dérive ? », in *Communication et Langages*, 4e trimestre 1992, p 101.

[726] Notons qu'il s'agissait à l'époque d'un « code » et non d'une charte. Qu'il était de bonne augure de parler d'honneur et non de déontologie ou, même, d'éthique.

[727] *Le Journaliste*, n°124, février 1938.

protégé en vertu de la loi du droit d'auteur.

donc du SNJ. Le syndicat poursuit son verrouillage et se positionne comme l'unique interlocuteur en matière d'honneur professionnel.

Nous disposons d'un bulletin du ***« Journaliste*** » intitulé ***« nouvelle série*** » et daté de mai 1948 qui, en manchette, comme à l'accoutumée, reprend le code d'honneur professionnel désormais appelé ***« Charte des devoirs des journalistes*** » [729] . Or la mention faite à la reconnaissance ***« d'une seule juridiction, celle de ses pairs, représentée par le Conseil de discipline (…)*** » a disparu. Aujourd'hui, si l'on observe la Charte du SNJ, cette mention a été réintégrée mais elle en a supprimé sinon l'intérêt du moins la compréhension puisque désormais ***« un journaliste digne de ce nom ne reconnaît que la juridiction de ses pairs en matière d'honneur professionnel*** ». Or, naturellement, et comme l'a déjà fait remarquer Christian Delporte : ***« mais de quelle juridiction parle-t-on ? »*** [730] **.** Donc, il est important de dire qu'originellement, du moins à partir de 1938, le SNJ avait doté son code d'Honneur professionnel d'un organe d'application, le Conseil de discipline. Nous pensons que cet organe a disparu sous l'influence de deux événements : le premier est celui de la seconde Guerre Mondiale, durant laquelle a pointé, sous le régime de Vichy, l'instauration de conseils de discipline d'une toute autre nature. Le second événement, tient, nous semble-t-il, à la perte du monopole de la représentation syndicale des journalistes par le SNJ. En 1948, le premier et principal syndicat de journalistes doit composer désormais avec le syndicat CGT-FO et le Syndicat CGT. Or, pour éviter les tensions entre les centrales syndicales, le SNJ a, sans doute, été acculé à remanier quelque peu son message hégémonique.

Avant d'en arriver à l'analyse comparative des deux documents, nous avons fait le choix de les décliner dans leur intégralité.

· Charte de Munich :

Le droit à l'information, à la libre expression et à la critique est une des libertés fondamentales de tout être humain.

De ce droit au public à connaître les faits et les opinions procède l'ensemble des devoirs et des droits des journalistes

La responsabilité des journalistes vis-à-vis du public prime toute autre responsabilité, en particulier à l'égard de leurs employeurs et des pouvoirs publics.

La mission d'information comporte nécessairement des limites que les journalistes eux-mêmes s'imposent spontanément. Tel est l'objet de la déclaration des devoirs formulée ici.

Mais ces devoirs ne peuvent être effectivement respectés dans l'exercice de la profession de journalistes que si les conditions concrètes de l'indépendance et de la

[728] *Idem.*

[729] *Le Journaliste* s'interrompt en 1940 avec le numéro 145. En 1946, il réapparaît et sa numérotation repart du numéro 1. (Sources SNJ).

[730] ***Delporte C., op. cit., 1997, p 31.***

dignité professionnelle sont réalisées. Tel est l'objet de la déclaration des droits qui suit.

- Déclaration des devoirs :

Les devoirs essentiels du journaliste dans la recherche, la rédaction et le commentaire des événements sont :

- Déclaration des droits :
- Charte du SNJ :

Un journaliste digne de ce nom prend la responsabilité de tous ses écrits, même anonymes ;

- Tient la calomnie, les accusations sans preuves, l'altération des documents, la déformation des faits, le mensonge, pour les plus graves fautes professionnelles ;
- Ne reconnaît que la juridiction de ses pairs, souveraine en matière d'honneur professionnel ;
- N'accepte que des missions compatibles avec la dignité professionnelle
- S'interdit d'invoquer un titre ou une qualité imaginaires, d'user de moyens déloyaux pour obtenir une information ou surprendre la bonne foi de quiconque
- Ne touche pas d'argent dans un service public ou une entreprise privée où sa qualité de journalistes, ses influences, ses relations seraient susceptibles d'être exploitées ;
- Ne signe pas de son nom des articles de réclame commerciale ou financière
- Ne commet aucun plagiat cite les confrères dont il reproduit un texte quelconque ;
- Ne sollicite pas la place d'un confrère, ni ne provoque son renvoi en offrant de travailler à des conditions inférieures ;
- Garde le secret professionnel ;
- N'use pas de la liberté de la presse dans une intention intéressée ;
- Revendique la liberté de publier honnêtement ses informations
- Tient le scrupule et le souci de justice pour des règles premières ;
- Ne confond pas son rôle avec celui du policier.

2) Charte de Munich : des devoirs ET des droits

La Charte de Munich a été rédigée et approuvée à Munich, les 24 et 25 novembre 1971 et adoptée depuis par la Fédération internationale des journalistes (FIJ), par l'Organisation internationale des journalistes (OIJ) et par la plupart des syndicats de journalistes d'Europe, ce qui inclut la totalité des syndicats de journalistes français groupés dans une Union nationale des syndicats de journalistes. D'après François Greyer, chargé de retracer l'historique des codes de déontologie dans la presse internationale : ***« la Déclaration de 1971 constituait pour l'époque la tentative la plus heureuse de codification des principaux devoirs des journalistes et des droits correspondant à***

Copyright PRODHOMME Magali et Université Lumière - Lyon 2 - 2003.Ce document est

ces devoirs pour tous les membres du personnel des moyens d'information en Europe occidentale, où, cela va sans dire, règne une relative liberté de la presse » [731] .

Voyons cependant, ce qui distingue fondamentalement les chartes du SNJ et de Munich, puisque l'une et l'autre, à l'évidence, ne satisfont pas les éditeurs de presse française qui ne s'y réfèrent jamais. Sur la forme, d'abord, notons que la Charte de Munich est beaucoup plus conséquente que la Charte du SNJ. Elle comporte deux volets, droits et devoirs, là où la Charte du SNJ n'en retient qu'un : les devoirs du journaliste (treize articles), objet exclusif du texte. La Déclaration de Munich a donc ceci d'intéressant qu'elle distingue deux parties dont l'une est consacrée, dans l'ordre, aux devoirs et obligations des journalistes (huit articles), et l'autre, à la définition de ses droits (cinq articles). La formulation de la Charte du SNJ est nettement plus autoritaire. Si elle a recours à un usage massif de l'impératif comme mode grammatical qui exprime à la fois le commandement et la défense, elle renforce ses prescriptions d'ordre moral par la négation qui contraint doublement : ne reconnaît que, n'accepte que, s'interdit de, ne touche pas de, ne signe pas, ne commet pas, ne provoque pas et n'abuse pas. Ce constat, de pure forme, s'il peut paraître extrait à brut, n'en demeure pas moins témoin du caractère directif qu'anime cette charte et de la définition négative qui domine : la charte énumère ce que les journalistes ne doivent pas faire sans réellement insister sur ce qu'ils doivent faire. Outre ce bref constat qui porte sur les injonctions du mode impératif tantôt affirmatif tantôt négatif, plusieurs écueils à éviter sont mis en exergue par la Charte du SNJ : la calomnie, la diffamation, les accusations sans preuves et le plagiat - quatre travers dont il est explicitement rappelé qu'ils relèvent de la responsabilité des journalistes – puis la réclame commerciale et financière qui apparaissent comme les sirènes du journaliste. Cette partie de la charte vise surtout à proscrire les fautes professionnelles graves et à rappeler les responsabilités qui sont celles d'un journaliste dans sa pratique. Précisons que si les fautes, l'honneur, la dignité et le secret sont expressément qualifiés de professionnels, le journaliste demeure ***« digne de ce nom*** ». Soulignons, aussi, qu'un certain nombre d'éléments mériteraient d'être sinon rafraîchis du moins modifiés. Ainsi le terme de ***« réclame commerciale*** » ne paraît guère approprié. Quant à l'article 8, qui stipule qu'un journaliste digne de ce nom ***« ne sollicite pas la place d'un confrère, ni ne provoque son renvoi en offrant de travailler à des conditions inférieures »***, il n'est plus à l'ordre du jour. Il est vrai qu'à l'époque de la création de la Charte du SNJ, la profession était coutumière de ce genre de pratique [732] . Aujourd'hui la profession est protégée par une convention collective qui prévoit une grille de salaires. Une telle situation, si elle devait se rencontrer, serait immédiatement dénoncée et condamnée au regard de la loi.

Sur le fond, maintenant, les différences s'accentuent.Éminemment corporatiste, la charte du SNJ tranche avec celle de Munich pour deux raisons essentielles : la première tient à l'absence notoire, dans la charte du SNJ, du ***« droit à l'information du public*** »

[731] Greyer F. cité par cité par Clement Jones J., *op. cit*., 1980, p 14.

[732] Voir le cas de Max et Alex Fischer « Un Renvoi scandaleux » relaté dans le bulletin du SNJ, daté d'octobre 1922, en première partie de cette thèse, p 62.

protégé en vertu de la loi du droit d'auteur.

comme liberté fondamentale de tout être humain, alors même qu'elle constitue le préambule de la Charte de Munich. La seconde tient à l'absence, elle aussi notoire, des droits des journalistes, pourtant prévus dans la charte bavaroise [733] . Là, où la Charte de Munich présente comme un droit le refus de se subordonner à tout ce qui serait contraire à la ligne générale de l'organe d'information, la charte du SNJ en fait un devoir : ***« n'accepte que des missions compatibles avec sa dignité professionnelle*** ». Pour la première, la référence à la clause de conscience ne fait aucun doute, pour la seconde, elle apparaît moins évidente.

3) *Le*« droit à l'information »

Au sortir de la Grande Guerre, période durant laquelle a été élaborée la charte du SNJ, la presse, dans sa grande majorité, est totalement frappée de discrédit. Il eut donc été sinon logique du moins souhaitable de rappeler, au travers cette charte, ce qui animait et ce qui anime toujours la presse : Le droit du public à connaître les faits et les opinions duquel, selon la Charte de Munich, procède l'ensemble des devoirs et des droits des journalistes. Contrairement à l'énoncé de la charte du SNJ, c'est à la source du droit à l'information reconnu à chacun que la charte du Munich puise l'essence même de ce qui constituent les devoirs mais aussi les droits du journaliste. C'est donc d'abord à l'égard du public que le journaliste se doit d'être responsable, responsabilité qui ***« prime tout autre, en particulier à l'égard des employeurs et des pouvoirs publics »***. Alors que La Charte du SNJ place le journaliste comme acteur de sa propre responsabilité, La charte du Munich, quant à elle, restaure le public et son droit, légitime, à être correctement informé. Ainsi, elle brise le cercle ***« vertueux*** » [734] de la Charte du SNJ et réintroduit une dimension essentielle dont on a pu croire qu'elle était un moment oublié : ***« le droit à l'information du public*** ».

4) Le public et le lien de subordination

L'un des points de convergence, qui nous paraît important de mettre en lumière, réside dans la reconnaissance de la seule juridiction de ses pairs en matière d'honneur professionnel. Pour la Charte du SNJ, elle est qualifiée de ***« souveraine*** », pour la Charte de Munich, cette reconnaissance intervient ***« à l'exclusion de toute ingérence gouvernementale ou autre*** ». Ces détails expliquent ce qui, là aussi, les distingue. En effet, préciser ***«à l'exclusion de toute ingérence gouvernementale ou autre*** », c'est dire que l'on souhaite se protéger de tout pouvoir et notamment politique, susceptible d'intervenir dans la définition de ce qui est bien ou mal. En revanche, en ce qui concerne la Charte du SNJ, elle pâtit d'une forme d'autoritarisme liée au contexte de son émergence, puisque ***« la juridiction de ses pairs »*** n'était autre que le conseil de discipline du SNJ. Nous l'avons déjà souligné plus haut, la juridiction de ses pairs ne

[733] Cette remarque doit être pondérée si l'on prend en compte le contexte d'émergence de la charte du SNJ. En effet, en 1918, la profession de journaliste ne dispose ni d'un statut, ni même d'une convention collective, lesquels viendront plus tard.

[734] Nous entendons, ici, par cercle vertueux, le fait que le journaliste se présente, dans la charte du SNJ, comme la mesure de toute chose.

protégé en vertu de la loi du droit d'auteur.

renvoie, aujourd'hui, à aucune réalité concrète.

Enfin, nous voudrions dire notre étonnement s'agissant de la responsabilité des journalistes telle qu'elle est présentée dans la Charte de Munich. Si le journaliste, dans sa pratique, est responsable avant tout à l'égard du public, comment se fait-il qu'en matière d'honneur professionnel on lui demande de ***« n'accepter que la juridiction de ses pairs*** » ? Ces éléments sèment, à notre avis, la confusion et ne facilitent guère l'identification d'une responsabilité journalistique, sauf évidemment à postuler l'imperméabilité des notions de responsabilité et d'honneur professionnel. Pourtant, il nous semble qu'elles sont consubstantielles tant il est vrai que lorsqu'il s'agit d'être responsable, c'est-à-dire de répondre de ses actes, la reconnaissance et la considération du public, auquel on s'adresse, apparaissent nécessaires. L'articulation des devoirs, dans la charte de Munich, amène donc le journaliste à considérer quatre référents essentiels de sa pratique : le droit du public à connaître la vérité ; le droit en vigueur dans chaque pays, les responsables de la rédaction et la juridiction de ses pairs. Ces deux derniers référents mettent en exergue la condition du journaliste : c'est un salarié soumis au lien de subordination. Qu'il s'agisse d'honneur professionnel ou de pratique, il ne répond de ses actes qu'auprès de sa hiérarchie, c'est-à-dire de ses pairs. Cette configuration n'aurait rien d'étonnant si ce n'est que le préambule de la charte rappelle que la responsablité du journaliste à l'égard du public subordonne celle à l'égard des employeurs. Il lui est par ailleurs reconnu le droit de ne pas accepter la contrainte d'accomplir un acte professionnel ou à exprimer une opinion qui serait contraire à sa conviction ou à sa conscience. Or, c'est bien au cœur de cette articulation que la question de l'indépendance du journalisme se pose et ce, en dépit de la clause de conscience. Le lien de subordination n'est pas contraire au droit du public à être informé, mais il place la pratique journalistique dans un espace de contraintes liées à des logiques qui fragilisent son autonomie mais aussi et surtout le lien qui l'unit aussi au public.

Pour achever cette analyse comparative, il nous semble important de dire que la Charte du SNJ pourrait aisément se fondre dans celle de Munich et bénéficier, dès lors, des droits qu'elle définit pour le journaliste. D'autant que, comme le faisait remarquer François-Xavier Alix, après avoir analysé la Charte de Munich : ***« il y a tout ce qu'il faut pour faire un journal irréprochable*** » et de citer ***« le respect de la vérité et aussi de la vie privée, la liberté du commentaire et de la critique, la rectification des erreurs, la loyauté des moyens d'investigation, la protection des sources, le refus de se prêter à la publicité, etc.*** » [735] . Pourquoi, dès lors, cette fusion nous paraît aujourd'hui impensable ? Si l'on revient sur l'analyse du discours du SNJ, on s'aperçoit que la Charte du SNJ est un élément puissant de la rhétorique du premier syndicat de journalistes. Elle lui permet de revendiquer une tradition et d'asseoir une forme de légitimité à l'égard des questions de représentation normative. Pour résumer, le SNJ met souvent en garde sous la forme : ***« nous sommes les premiers à…et c'est à ce titre que*** ». Envisager la fusion avec la Charte de Munich conduirait inéluctablement le SNJ à repenser sa souveraineté en matière d'éthique et d'honneur professionnels et, *in fine*, à abandonner un espace de pouvoir conquis de longue date. La Charte de Munich devrait donc demeurer, en dépit de sa ratification par le SNJ, ***« un utile complément*** ».

[735] Alix F.X., *op. cit*. 1998, p 98.

Le SNJ n'est pas seul à témoigner d'une certaine méfiance à l'égard de ce document. D'autres, encore, ont aussi à craindre l'indépendance qu'elle serait susceptible d'apporter à la communauté journalistique. En effet, la Charte de Munich, dont les formulations sont supranationales, fut considérée comme la première pierre portée à l'édifice d'une proclamation solennelle, sur le plan international, des règles élémentaires de la morale de la profession de journalistes. Jean-Maurice Hermann, ancien président d'honneur de l'OIJ en est convaincu et, quoiqu'un peu longue, nous voudrions reprendre son argumentation : ***« Éventuellement complété sur le plan national, un tel document ratifié par les unions de syndicats nationaux, intégré dans les programmes de formation de toutes les écoles de journalisme, apporterait une aide précieuse au combat mené par les journalistes et leurs associations pour la dignité de la profession et l'accomplissement efficace de leurs tâches. Il rendrait beaucoup plus difficile aux employeurs d'exercer, pour des raisons commerciales ou d'intérêt particulier, des contraintes sur l'information. Il serait un argument de poids devant les tribunaux qui, ici ou là, contestent encore les droits des journalistes. Il éviterait que des textes législatifs ou administratifs prétendant réglementer la moralité du journalisme ne soient promulgués et parfois, ensuite abusivement appliqués*** » [736]. Cette argumentation a tout pour séduire la communauté journalistique, à une exception près que la lucidité de Jean-Maurice Hermann va révéler : ***« Toutefois, notons qu'une déclaration internationale de principes éthiques de la profession aiderait puissamment les journalistes à faire respecter ces principes au sein des entreprises auxquels ils collaborent. C'est la principale opposition patronale*** ». Or, si l'on se penche à nouveau sur le contenu de la Charte de Munich, celui-ci est clair : ***« la responsabilité des journalistes vis-à-vis du public prime toute autre responsabilité, en particulier à l'égard de leurs employeurs et des pouvoirs publics »*** [737]. Serait-ce cette remise en cause implicite du lien de subordination qui a conduit les responsables d'entreprises médiatiques à mépriser le document qui connut pourtant, à son adoption, un retentissement certain ? Nous le pensons fortement. C'est sans doute la raison pour laquelle, les entreprises de presse françaises ont décidé de renforcer leur identité respective en menant la grande croisade éthique des chartes maison, au nom de l'indépendance.

Chapitre IX : Analyse du corpus de chartes d'entreprises

Introduction : une double médiation

[736] Hermann J.M. cité par Clement Jones J., *op. cit.*, 1980, p 14.

[737] *Idem*.

Copyright PRODHOMME Magali et Université Lumière - Lyon 2 - 2003.Ce document est

A l'issue de notre enquête, nous distinguons d'abord, deux formes élémentaires de documents : ceux dont le contenu porte sur la déontologie et/ou l'éthique de la profession de journalistes et ceux dont la formulation porte exclusivement sur des principes rédactionnels. Nous travaillerons sur ces deux groupes distincts et nous établirons une conclusion globale sur l'état du corpus.

Le tableau qui suit dresse un état des lieux de notre corpus :

Médias	**Charte de déontologie**	**Charte rédactionnelle**
Le Républicain Lorrain	*Charte du SNJ*	
Le Parisien	*Charte du SNJ*	
Libération	« Déontologie »	« Pacte Rédactionnel »
Le Monde	« Le Livre de Style du *Monde* »	
L'Express	« Charte sur l'identité et l'indépendance de *L'Express* »	
FranceTélévisions	Charte de *FranceTélévisions*	
Arte	Les infos sur *Arte*	
L'Est Républicain		« Le traitement du fait divers »
Le Courrier Picard		« La ligne éditoriale 2000. Les lecteurs à la page »
L'Union de Reims		
La République du Centre		« Les fondamentaux de la locale »
DNA		
Le Dauphiné Libéré		Groupe de travail « Faits divers/Justice »
Le Télégramme de Brest		
Sud Ouest		« Traitement des faits divers et de la Justice aux *DNA* »
Ouest-France		
		« La Charte du correspondant local de presse »
		« Quid de la rédaction » [738]
		« Le Guide de la rédaction »
		« Le fait divers à *Ouest-France* »

Notre première remarque est de dire que ces documents nous ont été adressés à notre demande. En effet, chaque questionnaire était accompagné d'un courrier qui, outre la présentation de notre travail, sollicitait l'envoi du document qui correspondait à la charte de l'entreprise de presse. Ainsi, pour *TF1*, l'envoi du document n'a pas été possible. Le secrétariat de Robert Namias, directeur de l'information, nous a fait savoir par téléphone, à la date du 31 mars 2000 que : ***« nous ne diffusons pas la Charte. Elle est réservée à***

[738] Le Quid de la rédaction est un document d'une centaine de pages, dixit le rédacteur en chef du *Télégramme de Brest*, Marcel Quiviger. Il constitue un rappel des règles de conduites, qu'elles soient rédactionnelles ou déontologiques. Il est à la disposition des journalistes du *Télégramme de Brest* via l'Intranet. La pratique de la formation par Intranet est coutumière dans la PQR. Ainsi, *Ouest-France* propose à ses journalistes une auto formation, via l'Intranet, sur des sujets précis tels que « le droit à l'image en 12 questions-réponses » (Document *Ouest-France*, mars 1999) Ce document d'une centaine de pages ne nous a pas été transmis dans son intégralité, seule une partie, qui a trait au rédactionnel, nous a été adressée.

protégé en vertu de la loi du droit d'auteur.

l'interne. Nous n'avons pas pour habitude de la diffuser » [739] . Les responsables de *Libération,* quant à eux, ont eu la bienveillance de nous adresser un document intitulé ***« Principes du pacte d'indépendance*** » dans lequel est consacré un volet ***« déontologie*** » extrait du ***« pacte rédactionnel*** » [740] . Nous nous cantonnerons donc au seul volet ***« déontologie*** ». Enfin, s'agissant de *FranceTélévisions*, nous disposons de plusieurs documents, dont un qui correspond à ***« l'accord relatif à la déontologie des journalistes à France 2*** », accord qui a manifestement fusionné avec ***« la Charte de FranceTélévisions*** ». Nous disposons donc du rapport d'étape, daté du 8 novembre 2000, correspondant à la première mouture d'une charte de *FranceTélévisions* puis du projet d'une charte de l'antenne de *FranceTélévisions*, correspondant à la seconde mouture [741] . Il est évident que, quels que soient l'intitulé et l'accent mis dans tel ou tel document, chacun des médias constitutifs de notre corpus évoquent à des degrés divers des questions de déontologie et d'éthique professionnelles. Pour les uns, il s'agit d'un pacte ou d'une charte, pour les autres il s'agit de fondamentaux ou de guide. Tous ont en commun de procéder à une double médiation : entre le journaliste et l'éditeur/directeur d'une part, entre le média et son public, d'autre part. Nous cherchons à savoir quels sont les éléments, dans ces documents, qui sont convergents et ceux, à l'inverse, qui divergent. En d'autres termes, y a t il, dans ces démarches *a priori* très hétérogènes, une communauté d'intérêts qui s'exprimerait ? Le journalisme s'exerce aujourd'hui dans des entreprises de degré de développement différent, de cultures différentes qui offrent des pratiques très diversifiées. Ici ou là, ils peuvent avoir à mettre l'accent prioritaire sur tel ou tel aspect particulier, tel le service public, bien que tous ceux qui font le même travail affrontent de nombreux problèmes communs. Nous avons fait le choix d'analyser d'abord des documents issus de la même famille de presse : la PQR, d'une part, et la PQN, de l'autre. Reste le service public à travers *FranceTélévisions (France 2, France 3 et Arte)* et l'hebdomadaire *L'Express* qui, sur son créneau, ne sera pas esseulé puisque nous analyserons l'interview que nous avons menée auprès du rédacteur en chef du *Canard Enchaîné*, Claude Angeli. Pourquoi avoir fait le choix de ce regroupement ? Parce que l'un des arguments souvent avancé par les partisans des chartes maisons est de dire que l'on ne travaille pas à *L'Humanité* comme on travaille à *France 2*. Certes. Cet argument nous paraît si évident qu'il nous a semblé cacher d'autres motivations. C'est la raison pour laquelle il nous semble pertinent d'opérer par famille de presse avant même de pratiquer le recoupement des données.

I) Les chartes dans la presse quotidienne régionale

1) Considérations formelles

S'il est une famille de presse qui tient à marquer son identité auprès de ses lecteurs, c'est

[739] Secrétariat de Robert Namias, conversation téléphonique datée du 31 mars 2000.

[740] Il nous a été demandé de ne pas diffuser le document correspondant aux « principes du pacte d'indépendance ».

[741] Ces deux derniers documents ont été récupérés par nos soins.

protégé en vertu de la loi du droit d'auteur.

bien la presse quotidienne régionale. La proximité que les entreprises de presse quotidienne régionale entretiennent avec leur public, les conduit parfois à envisager ce qu'ils appellent ***« un contrat de lecture »***. Les Chartes maisons issues de cette famille de presse sont très variées, comme en témoigne ce tableau qui résume, pour l'essentiel, leurs aspects formels.

PQR	Intitulé + date de création du document	Nombre de pages et format	Nombres de rubriques	Thématiques abordées
L'Est Républicain	« Le traitement du fait divers » (octobre 1992)	Document agrafé format A4 8 pages	6 rubriques	Le traitement du fait divers exclusivement
Le Courrier Picard	« La ligne éditoriale 2000. Les lecteurs à la Une » (mars 2000)	Document relié, couverture plastifiée format A4 42 pages	3 rubriques	Le contenu du journal dans ses aspects rédactionnels et formels
L'Union de Reims	«Les fondamentaux de la Locale » (octobre 1999)	Document relié, couverture plastifiée Format A4 54 pages	16 rubriques	Les thématiques abordées sont liées à chacune des rubriques constitutives du journal auxquelles il faut ajouter des consignes d'écriture.
La République du Centre	Groupe de Travail « Faits-divers/Justice » (1994)	Document agrafé Format A4 19 pages	5 rubriques	Le traitement rédactionnel et iconique du fait divers exclusivement
DNA	Traitement des faits divers et de la Justice aux *DNA* (10 mars 1999)	Document agrafé Format A4 4 pages	2 rubriques	Le traitement du fait divers au regard de la loi
Le Dauphiné Libéré	« la charte du correspondant local de presse » (Avril 2000)	Document agrafé Format A4 28 pages	5 rubriques	Pêle-mêle d'informations pratiques liées à la rédaction d'une chronique locale ou au statut du correspondant de presse
Le Télégramme de Brest	« Quid de la rédaction »	Classeur 100 pages	Document non disponible dans son intégralité	Document non disponible dans son intégralité
Sud Ouest	« Le guide de la rédaction » (1996)	Livre Format 18x26 152 pages	14 rubriques	Présentation du titre, des outils rédactionnels et glossaire de droit de la presse
Ouest-France	« Le fait divers à *Ouest-France* » (26 juin 1990)	Document agrafé Format A4 8 pages	6 rubriques	Le traitement du fait divers exclusivement

Copyright PRODHOMME Magali et Université Lumière - Lyon 2 - 2003.Ce document est

2) Une double stratégie : entre adaptation et protection

Les considérations déontologiques de ces documents sont très diversement étayées. Tantôt elles font l'objet de formules qui confinent soit à la maxime soit au slogan : ***« Les faits sont sacrés, les commentaires sont libres*** » (*Sud Ouest*) ; ***« On ne peut pas tout couvrir, on peut tout annoncer*** » (*Le Courrier Picard*) ; ***« Dire sans nuire ; montrer sans choquer ; témoigner sans agresser ; dénoncer sans condamner »*** (*Ouest-France*) ou encore ***« Informer sans condamner*** » (*SPQR)*, tantôt elles sont clairement énoncées, notamment en préambule. Cela dit, nombreux sont les documents dans lesquels ces considérations, si elles existent, sont noyées dans une somme d'informations liées aux principes rédactionnels. Preuve s'il en est, que tel n'est pas leur objet principal. Notons qu'aucun document n'a été explicitement rédigé avec pour seule intention de présenter ***« la déontologie*** » maison. La plupart se rattachent soit à l'élaboration d'une nouvelle formule soit à l'évolution de la technologie, des habitudes de lecture (entretenir le ***« contrat de lecture*** ») mais aussi et surtout de la jurisprudence comme en témoignent ces quelques extraits de préambule :

- *« La multiplication et le volume croissant des sources d'information, liés au développement des supports de communication, induisent le risque d'une perte d'identification de la fonction éditoriale »* ***(SPQR)***
- « Dans l'ensemble cette charte a résisté à l'épreuve du temps. Mais elle a subi le contrecoup de l'informatisation qui a donné naissance à de nouveaux usages et précipité des évolutions rédactionnelles et graphiques pas toujours maîtrisées. Dans le même temps, la relation du lecteur avec son journal ne cesse d'évoluer dans un univers où la place de l'écrit est contestée » et d'évoquer, plus loin, qu'il s'agit : « De gagner la bataille de la lecture, la charte rédactionnelle fixe précisément les étapes de cette conquête » **(Sud Ouest)**
- « Il est indispensable de se souvenir que l'on écrit pour être lu, que le lecteur a ses habitudes, et qu'il a passé un contrat de confiance avec son journal et croit dur comme fer ce qu'il y lit » **(République du Centre)**
- « Nos lecteurs sont de plus en plus exigeants sur la qualité de l'information locale. Ils la veulent riche, dense, exhaustive, impartiale et facile à lire » **(Le Dauphiné Libéré)**
- « Notre P.D.G. a plaidé au plan national pour notre attachement au « respect des personnes » et pour une « autodiscipline » de la profession. Un groupe a réfléchi à l'identité du journal en général, et appliquée aux faits divers, faits de justice et faits de société en particulier. La rédaction en chef réaffirme l'ambition du journal d'être médiateur dans ce domaine, autant et aussi bien qu'en n'importe quel autre. En soulignant qu'en celui-ci moins qu'en tout autre, nous journalistes, n'avons pas droit à l'erreur » **(Ouest-France)**
- « Les règles fixées sur la manière de couvrir le fait divers ont toujours été élaborées en liaison étroite avec les consœurs et confrères chargés des rubriques faits-divers - Justice. Elles ont été régulièrement actualisées. Elles viennent encore de faire l'objet d'un examen sérieux dont je vous prie de trouver ci-joint le résultat. » **(DNA)**

protégé en vertu de la loi du droit d'auteur.

- « Fait-on une nouvelle formule pour se faire plaisir ou pour quelque chose de concret ? (…) C'est pourquoi ce document a été élaboré. Il sera la bible à laquelle chacun devra se référer pour avancer avec le Courrier Picard et sa nouvelle formule. De nouvelles habitudes devront être prises. C'est le défi que nous lançons » **(Le Courrier Picard)**
- « Le traitement du fait divers exige des journalistes qu'ils mettent en œuvre toutes les ressources de leur talent et qu'ils fassent preuve de la plus grande rigueur. La publication de faits divers engage toute la responsabilité juridique du journal, des journalistes et notre crédibilité rédactionnelle » **(L'Est Républicain)**

L'élaboration d'une charte dans la PQR consiste globalement, comme nous l'avions déjà remarqué, en une double stratégie :

- D'adaptation à l'environnement technologique, juridique et du lectorat.
- De protection eu égard à l'évolution de ces environnements.

3) L'importance du « contrat de lecture »

Il nous faut noter que l'une des articulations essentielles et communes à ces documents réside dans le contrat de lecture passé et sans cesse revisité entre le journal et son lectorat. Ainsi les rubriques ***» les habitudes du lectorat*** », ***« Qu'est-ce qui préoccupe mes lecteurs ?*** », ***« L'exigence des lecteurs*** », ***« Portrait robot du lecteur*** », ***« Les lecteurs à la page*** » ou de longues considérations sur le lecteur, son temps minuté de lecture, ses habitudes observées à la loupe ont conduit certains, tel *Sud Ouest* à avancer : ***« Qu'on le déplore ou non, ce constat nous impose des devoirs. Le temps est venu de reprendre la charte de la rédaction, de préciser de quels outils elle dispose, d'en redéfinir la fonction, la nature et l'usage. En un mot, ce qui donne sens au projet éditorial et le met au service du lecteur »***

Cela dit, ce constat doit être nuancé car le lecteur est différemment appréhendé selon les documents. Nous distinguons deux formes de considération et d'appréhension du lectorat. L'une s'attache à le présenter comme une sorte de paramètre (pour ne pas dire de baromètre) de l'état de lecture d'un département ou d'une région. Cette forme de considération amène le journal de presse quotidienne régionale sinon à se repositionner du moins à mettre en place un système de veille des habitudes de lecture : selon les sources, le lecteur, en tant que paramètre auquel il convient de s'adapter, est présenté selon des critères quantitatifs plus que qualitatifs : ***« son compagnonnage est mesuré. Il y consacre en moyenne vingt-sept minutes (…) il feuillette, choisit, cherche l'information dont il a d'abord besoin, saute d'un titre à l'autre, regarde presque toujours la photo*** » (Sud Ouest) ***; « Les objectifs des lecteurs à la page sont de garder les anciens lecteurs, en capter de nouveaux (…) c'est pour être plus proche de nos lecteurs que nous nous interdisons de passer des informations au-delà de J+4 »*** (Le Courrier Picard) ; ***« le lecteur lit toujours de la même façon : 5 préceptes. Il veut du concret, il veut des articles courts, il veut tout comprendre (…) il consacre 15 minutes au minimum et 45 minutes au maximum à la lecture de son journal. Il lit en priorité les informations qui concernent ses conditions de vie : c'est la règle des***

protégé en vertu de la loi du droit d'auteur.

trois « s » : le sexe, le sport, le sang » (La République du Centre) ; ***« Les grandes règles d'une bonne chronique locale (…) Être proche des préoccupations des gens : pour cela, un bon truc au moment de rédiger : se mettre dans la peau du lecteur (…) Intéresser le lecteur : N'ayez pas peur d'être imaginatif, de nombreux sujets intéressant le lecteur »*** (Le Dauphiné Libéré) ; ***« Le lectorat de l'Union et l'Ardennais, comme celui de tous les quotidiens régionaux, est multiple : âge, sensibilités politiques, religion, loisirs, niveau de vie, éducation, etc. toutes les catégories de population sont représentées. Notre rôle –et la condition de l'avenir de nos titres – est de répondre le mieux possible à des attentes aussi diverses et parfois même contradictoires*** » (L'Union)

Il apparaît donc une relation extrêmement instrumentalisée entre le journal et son lectorat devenu source de tous les enjeux. Dès lors qu'il s'agit ***« d'intéresser le lecteur*** » tous les moyens sont bons. La rhétorique employée ne laisse aucune place à l'équivoque : Il s'agit de séduire un lectorat aux exigences de plus en plus accrues. Pour ce faire, le ***« bon truc*** », dixit Le Dauphiné Libéré, oscille entre ***« se mettre dans sa peau*** » ou moins directement ***« répondre à ses attentes*** ». S'en suit alors une batterie d'outils mis à la disposition du journaliste pour assurer le ***« contrat de lecture*** ».

La seconde forme de considération, exprimée à travers les autres documents, inscrit le journaliste non pas dans un rapport quasi spéculaire avec le lecteur mais dans celui, plus noble, du respect de l'autre. L'exemple le plus significatif de cette appréhension du lecteur réside dans le document de Ouest-France. Le ton est d'emblée donné et sans cesse réitéré : Il s'agit de rappeler ***« notre attachement au respect de la personne ».*** Ce qui distingue profondément ce rapport au lecteur tient au fait qu'un journaliste de Ouest-France est appelé à inscrire sa responsabilité dans le respect de l'autre. Nous pourrions même dire que l'éthique dont il est question - ***« notre éthique commune doit être vivante dans notre manière de traiter le fait divers*** » - rappelle celle prônée par Paul Ricoeur dans son ouvrage ***« Soi même comme un autre*** » [742] . En effet, à lire les principes et autres consignes de base, on retrouve les préceptes du philosophe : ***« Prolonger les faits divers par des témoignages, interviews qui aident à comprendre, par des informations susceptibles d'aider le lecteur à éviter ce qui vient d'arriver à l'autre (la bonne question : qu'est-ce qui peut m'intéresser et m'être utile à moi dans ce qui vient d'arriver à l'autre ?) »*** ou encore ***« ce qui est intéressant, ce n'est pas « d'épingler M. Untel : C'est le fait et la sanction (qu'est-ce que je risque si la même aventure m'arrive ? »*** (souligné par Ouest-France). Nous sommes loin de ***« la règle des 3 « s » : sexe, sport et sang »***. Entre l'instinct du lecteur qu'il faut flatter et sa raison, chacun a fait son choix. Les ***« règles et usages*** » du SPQR s'inscrivent sensiblement dans la même veine. On ne parle plus de lecteur, mais de citoyens. Il ne s'agit plus de séduire mais d'être prudent et modéré. L'affirmation du respect de la personne constitue donc un point essentiel sur lequel le SPQR a tenu à mettre l'accent. Sa conclusion rappelle d'ailleurs qu'il s'agit ***« d'une contribution à la clarification des droits et devoirs qui s'imposent à la fois à la presse, à la justice et au citoyen*** ». Dire cela, c'est rappeler que le citoyen, en tant que lecteur de la presse quotidienne régionale, exerce aussi une responsabilité, qu'il partage avec la presse et la

[742] Ricoeur P., *Soi-même comme un autre*, éditions du Seuil, mars 1990, 423 p.

Copyright PRODHOMME Magali et Université Lumière - Lyon 2 - 2003.Ce document est

justice. Cette articulation s'opère d'ailleurs dans un contexte que le SPQR délimite clairement : ***« domaine essentiel au bon fonctionnement de la démocratie*** ».

Les deux démarches, si différentes soient-elles, n'impliquent pas que l'une soit totalement désintéressée et pas l'autre. Cela dit, il apparaît évident que ce qui tranche dans les discours respectifs, c'est le rapport que l'on institue entre le journaliste et ceux à qui il s'adresse. Pour les uns, il s'agit d'une cible qu'il convient de ménager, pour les autres, ce sont des citoyens dont la responsabilité, partagée avec celle des journalistes, consacre la bonne marche d'une démocratie. Or c'est dans cette appréhension de son environnement que le journal, tantôt médiateur, tantôt séducteur, inscrit son identité. L'irréductibilité de ces points de vue est sans aucun doute l'une des raisons qui motivent les entreprises de presse quotidienne régionale à rédiger leur propre document.

4) Le choix des valeurs

Si le rapport au lectorat constitue une ligne de partage entre les entreprises de presse d'une même famille, il semble cependant qu'un lot commun de valeurs fasse l'unanimité. Notons d'abord l'expression d'une volonté de ***« cohérence*** » qu'exprimerait l'attachement à un certain nombre de valeurs. Cela dit, si pour certains ces valeurs apparaissent comme ***« les bases de notre déontologie professionnelle »*** (*L'Union*), ***« des règles professionnelles de base » (Ouest-France) ou encore « la base de notre déontologie professionnelle*** » (*L'Est Républicain*) pour d'autres il s'agit plutôt d'éviter les procès. Ainsi, *Le Dauphiné Libéré* n'hésite pas à souligner, auprès de ses journalistes, ***« qu'il ne faut pas juger ni prendre partie et ne pas vous embarquer dans des commentaires qui pourraient nous valoir un droit de réponse*** ». Il en va sensiblement de même avec *La République du Centre* qui enjoint ses journalistes ***« à faire preuve de vigilance pour ne pas être attaquable ».*** L'usage des valeurs ne s'inscrit donc pas tout à fait dans la même perspective. Solliciter l'identification du journaliste à un certain nombre de valeurs constitutives de l'identité du journal, c'est l'impliquer dans une manière d'être collective et, in fine, afficher une certaine cohérence. Or c'est au cœur de cette implication du journaliste que chacune des entreprises de presse se distingue. C'est en effet dans la rhétorique qui justifie non seulement la mise en place de ses valeurs mais l'adhésion des journalistes à celles-ci que des frontières se dessinent. Ainsi pour *Le Courrier Picard* la messe est dite : ***« Si l'entreprise vous doit quelque chose, vous lui devez, vous aussi, quelque chose »*** et de préciser ***« l'impunité ne sera plus de rigueur*** ». Pour *Ouest-France*, il en est tout autrement. C'est un ***« Nous*** » massif qui s'exprime (habituons-nous, bannissons, ayons, etc.) car il s'agit de ***« notre cohérence ; notre responsabilité ; notre éthique commune ; notre P.D.G. ; notre attachement ; notre approche professionnelle ; notre crédibilité : nos lecteurs*** ». Ici, c'est ***« la grande famille*** » qui parle au nom d'une éthique commune. C'est donc le ton et le style de la justification qui marque la différence car enfin, pour l'essentiel, nombreuses sont les valeurs que partage la PQR. Quelles sont-elles ? Nous les avons toutes listées à l'issue de la lecture de l'ensemble des documents. Il en ressort une très large majorité pour trois valeurs représentatives de l'état des lieux que nous venons de dresser : **le respect** (des personnes, des principes, des droits de l'Homme), **la rigueur** et enfin **la prudence**. Cette dernière valeur est notamment mise en exergue dans les documents qui ont trait au seul

Copyright PRODHOMME Magali et Université Lumière - Lyon 2 - 2003.Ce document est

traitement du fait divers. D'autres valeurs sont prônées mais elles ne font pas l'unanimité. Ainsi on retrouve les valeurs de justice, d'équité, de pluralité, de tolérance, d'honnêteté, de clarté, d'indépendance, d'humilité, d'utilité, de véracité, d'impartialité, de justesse, de discernement, de modération ou encore de transparence, de fiabilité et de sensibilité. Chacune de ces valeurs, se retrouvent une voire plusieurs fois dans notre corpus et sont souvent l'occasion de rappeler qu'il en va de la crédibilité du titre. Il paraît évident que les logiques qui ont présidé aux choix de représenter telles ou telles valeurs sont en rapport avec l'image que souhaite donner l'entreprise de presse quotidienne régionale à l'extérieur puisque, toutes, soulignent leur volonté d'afficher une certaine cohérence et de gagner en crédibilité. Ceci dit, nous ne pouvons prétendre que ces choix sont exclusifs car il va de soi qu'aucune entreprise de presse, parmi celles qui n'ont pas retenu le pluralisme ou encore l'honnêteté, s'opposerait à de telles valeurs. Nous pensons donc fortement que s'il y a un point de convergence entre ces documents, celui-ci réside dans la diffusion de valeurs que l'on pourrait qualifier d'humanistes et de démocratiques. Elles fondent et légitiment les pratiques journalistiques et parent l'entreprise de presse d'un certain nombre de vertus desquelles elles se réclament publiquement.

5) La visée ricoeurienne

Il semble qu'il y ait des valeurs plus pragmatiques que d'autres. Qu'entre la sensibilité, l'humilité et l'humanité que *Ouest-France* appelle de ses vœux pour traiter une information et la clarté, la densité et le discernement que d'autres organes réclament auprès de leur rédaction, il y a une différence, certes subtile, mais réelle. Il est évident que l'une et l'autre des démarches sollicitent la raison du journaliste autant que son savoir-faire. Mais pour certains, cette sollicitation va plus loin puisqu'elle convoque un savoir/devoir-être (sensibilité, humanité, humilité) qui relève des questions d'éthique, c'est-à-dire, d'une manière d'être. Or l'inscription d'une forme de sensibilité à la pratique journalistique renvoie inéluctablement le journaliste à une médiation réflexive ***(« Sommes-nous sérieux ? Sommes-nous crédibles ?*** » interroge *Ouest-France*). Qu'est-ce à dire ? Paul Ricoeur explique, dans son ouvrage ***« Soi même comme un autre*** », la démarche : ***« Les déterminations éthiques et morales de l'action seront traitées ici comme des prédicats d'un nouveau genre, et leur rapport au sujet de l'action comme une nouvelle médiation sur le chemin de retour vers le soi-même »*** [743] . Le philosophe propose en effet, qu'aucune rupture ne puisse s'opérer entre ***« devoir-être*** » et ***« être*** ». Pour ce faire, il invite à considérer le point de vue déontologique subordonné à la perspective téléologique. Or cette perspective téléologique revient à penser la praxis journalistique et à l'inscrire dans une visée éthique, c'est-à-dire ***« la visée de la « vie bonne » avec et pour autrui dans des institutions justes »*** [744] . Entre la norme, qui prescrit, et la visée qui décrit *le chemin de retour vers le soi-même,* nous distinguons deux formes de discours, deux formes d'éthique et de manière d'être. C'est donc au cœur du processus de responsabilisation du journaliste et de sa finalité que les entreprises de presse quotidienne régionale organisent leurs différences. Les préceptes, qu'ils soient

[743] Ricoeur P., *op. cit*., p 199.

[744] *Ibid*., p 202.

protégé en vertu de la loi du droit d'auteur.

dispensés sous la forme de recommandations, de conseils ou d'instructions et ***« qui enseignent à réussir, donc à bien faire, ce qu'on a entrepris*** » concourent tous à délimiter les pratiques journalistiques. Cela dit, ces préceptes se réduisent, pour certains, à une forme raffinée de calcul utilitaire. Or c'est à ce stade que s'ouvre un espace conflictuel, dès lors que ces préceptes apparaissent relatifs à des estimations hétérogènes et qu'ils séparent inéluctablement les partisans de la réciprocité comme modèle éthique de ceux pour lesquels la finalité consacre une stratégie de séduction.

Cette distinction est fortement déséquilibrée puisqu'elle oppose la conception de l'éthique professionnelle d'un journal de presse quotidienne régionale, *Ouest-France*, à celles des autres qui s'en démarquent réellement. En effet, la grande majorité des titres de la PQR, soucieux de leur réputation et de la pérennité du titre, cherche plus, à travers l'édification de règles et la diffusion de valeurs, à se protéger qu'à protéger le lecteur. La dialectique lecteur/journal est cruciale s'agissant de la PQR car, la proximité de ces deux acteurs essentiels au débat démocratique, les oblige, l'un et l'autre, à définir ensemble une société du savoir. Il semble évident, pour revenir au propos de Paul Ricoeur, que l'enjeu soit en effet de subordonner le point de vue déontologique à une perspective téléologique, à une finalité qui pourrait être celle d'une dynamique de la signifiance, notamment à travers une visée éthique. Il ne s'agit pas d'un repli identitaire que confirme largement la prolifération de documents internes mais bien plutôt d'une ouverture qui garantirait la crédibilité et la cohérence des pratiques journalistiques au sein des entreprises de presse quotidienne régionale. Mais les craintes sont tenaces de voir l'avenir des titres remis en cause. Dès lors, mieux vaut renforcer l'identité du titre, par une stratégie de séduction à l'interne et une rhétorique fortement ancrée dans des considérations déontologiques tous azimuts.

6) Les modes de traitement de l'information : du faire à l'être

L'encadrement des pratiques journalistiques par des valeurs, auxquelles le journaliste est fortement convié à se référer, constitue finalement une partie infime de ces documents, excepté pour *Ouest-France*. En effet, la plupart des chartes et autres fondamentaux vise particulièrement les différents modes de traitement et leur implication auprès du lecteur. De la réalisation des pages locales au compte-rendu de faits divers en passant par l'utilisation de la photographie, tout est savamment répertorié mais surtout encadré. Le document le plus élaboré en la matière est sans aucun doute celui du journal *Sud Ouest*. Là encore, il s'agit de renforcer ***« le contrat de lecture*** » et plus précisément ***« le confort de lecture*** » du public visé. La partie consacrée à la charte rédactionnelle et graphique stipule d'ailleurs clairement : ***« Chaque mode de traitement a une fonction particulière. Tout détournement complique la compréhension. En perdant son identité, il perd ipso facto de son efficacité. Le détournement de mode de traitement (…) ruine méthodiquement la qualité de relation du lecteur avec son journal*** » (*Sud Ouest*). Il s'agit donc d'être ***« efficace*** » avant tout. Rien n'est laissé au hasard : du type de police utilisée à sa taille, de l'emplacement de l'article à son titre, de l'accroche à la photographie. Le tout entouré de deux glossaires, l'un consacré aux éléments de droit de la presse, l'autre aux termes utilisés dans la rédaction et dans les ateliers. Véritable outil de travail qui, comme son nom l'indique, ***« guide*** » l'ensemble de la rédaction dans les

protégé en vertu de la loi du droit d'auteur.

moindres détails. Ainsi, si l'on se penche sur le contenu du chapitre ***« Outils rédactionnels*** », il est intéressant de noter que pour chacun des termes constitutifs de l'abécédaire, sont disséminés des recommandations qui réfèrent aux valeurs telles que la précision, la clarté, l'efficacité et ce pour le plus grand confort du lecteur, auquel il est sans cesse fait mention. Retenons, à titre d'exemples, les termes suivants :

- **Compte-rendu** : (…) Le journaliste garde ses distances, donne les faits et s'efface derrière eux, laissant au seul lecteur le loisir de juger (…)
- **Critique** : (…)La critique peut être sévère si elle est fondée. Elle ne s'exerce pas au mépris des faits. Elle peut railler, vitupérer, adorer, flatter, encenser. Si elle est crédible. Si le journaliste est lui-même crédible parce qu'averti et documenté (…) Elle a pour vocation d'élever le débat, d'enrichir la réflexion du lecteur.
- **Débat** : Très peu pratiqué, le débat reste cependant le mode d'expression séduisant pour le lecteur qui n'aime rien tant que la confrontation. (…) Il peut s'agir d'une confrontation entre plusieurs interlocuteurs où le journaliste distribue la parole sans l'accaparer.
- **Dossier** : (…) on n'oubliera pas de recourir systématiquement au chapeau en exergue de chaque chapitre, ce dernier faisant entrer rapidement le lecteur dans l'intelligence du sujet.
- **Interview** : (…) Le journaliste n'est pas là pour donner son avis mais pour en demander un (…) Le lecteur entre dans l'interview à sa façon. S'il tombe sur du papotage, il n'ira pas plus loin.
- **Légende** : (…) le lecteur découvre généralement la légende avant l'article auquel elle se réfère (…)
- **Reportage** : Le reporter a un devoir d'atmosphère. Il fait sentir au lecteur ce que lui-même a vu, entendu, touché, goûté, respiré d'un événement.

7) Une proximité compromettante

Ces quelques extraits témoignent de l'importance de l'ajustement des pratiques journalistiques aux habitudes des lecteurs. Comme le soulignait le préambule du ***« Guide de la rédaction*** » de *Sud Ouest :* ***« Qu'on le déplore ou non, ce constat nous impose des devoirs*** *»* et d'annoncer plus loin qu'il s'agit : ***« De gagner la bataille de lecture*** » par une stratégie résolument séductrice. *Sud Ouest* n'est pas esseulé sur ce créneau, puisque tous les autres titres, à leur manière, énoncent un certain nombre de recommandations qui s'articulent autour des lecteurs. *Le Courrier Picard* donne tout de suite le ton : ***« Ligne éditoriale 2000. Le lecteur à la page*** ». Du Chemin de fer à la présentation de toutes les rubriques, le document d'une cinquantaine de pages ne badine pas avec la forme et le fond. S'agissant du contenu, il est explicitement rappelé aux journalistes ***« de programmer ses sujets et faire des arbitrages avec pour seules questions : « qu'est-ce qui préoccupe mes lecteurs ? », « Quel service vais-je leur rendre ?*** ». Et d'insister plus loin : ***« il faut être à l'écoute aussi bien du monde que de nos lecteurs » (…) Parlez-moi de moi, parlez-moi de ce qui m'intéresse, voilà en somme ce qui nous est demandé*** ». Nous retrouvons, étrangement, l'expression

employée par le journal *Sud Ouest* de ***« confort de lecture*** » lorsqu'il s'agit d'entamer l'usage du visuel : ***« Le visuel, c'est le souci du confort de ceux qui nous lisent(…) ce souci de guider le lecteur, d'améliorer son confort de lecture, s'exprime de diverses façons*** » (*Le Courrier Picard*). Le Chemin de fer du journal donne lui aussi l'occasion d'évoquer le lecteur : ***« l'ordre des thèmes, des séquences, des locales, ne change jamais afin que rapidement nos lecteurs s'approprient le nouveau chemin de fer et sachent exactement trouver ce qu'ils cherchent »*** et de rappeler qu'il s'agit ***« de ne pas perdre le lecteur*** ».

La titraille est aussi un enjeu qu'il convient de situer : ***« Les lecteurs de la PQR sont des gens pressés si l'on en croit les études nous disant que le temps moyen passé à la lecture d'un journal est de 20 minutes »***. Certains poussent même le mimétisme à distinguer le traitement d'un mariage d'une localité à une autre. Ainsi, dans ***« Les Fondamentaux de la locale*** », document de référence de *L'Union*, il est noté en préambule : ***« » Les Fondamentaux de la locale » a donc pour but de recenser ces informations en sachant que leur traitement devra être adapté à chacune des locales. On ne traite pas, par exemple, les mariages de la même façon à Reims et à Rethel »***. Ici ce sont les rubriques des pages locales qui font l'objet de toutes les attentions. Une fois de plus, nous constatons que le lecteur est au centre des préoccupations. S'agissant de la rubrique ***« La vie des familles*** », il est souligné que ***« tout ce qui touche à l'état civil est le véritable accompagnement de nos lecteurs le long de leur vie*** *».* La proximité confine ici à un esprit de famille : la vie des écoles, la vie des familles, photos de classes d'autrefois, les drames de la vie, etc. Ainsi pour la ***rubrique « Nécrologie*** » le journal *L'Union* rappelle que ***« l'avis de décès que publient généralement les familles, n'a pas pour objet de retracer la vie et l'activité des défunts. Or une institutrice, un commerçant, un élu, un prêtre (…) implanté dans sa ville depuis des décennies, est aussi connu et parfois apprécié que toutes les stars des rubriques « people » des magazines. En même temps qu'une information à ses lecteurs, c'est un hommage que leur rend le journal*** ». L'implication du journal va donc bien plus loin que la seule information puisqu'il s'agit, aussi, de ***« rendre hommage »***. De même, la fête familiale est ***« célébrée*** » dans le journal qui, en dépit de l'évolution des mœurs, met un point d'honneur à perpétrer les traditions. Ainsi s'agissant de la rubrique ***« Noces d'or, de diamant, etc.*** » le journal n'est pas dupe : ***« Compte tenu de l'évolution du mariage – et du divorce - cette rubrique devrait tendre à se raréfier*** » mais d'ajouter, tel un parti pris : ***« raison de plus pour la conserver en publiant la photo des couples entourés de leur famille sur trois colonnes*** ». La relation quasi paternaliste adoptée par le journal *L'Union* à l'égard de ses lecteurs, se retrouve dans cette mention relativement cocasse : ***« La locale de Reims publie, tous les jours, le menu des cantines scolaires. C'est un service apprécié car toutes les familles ne reçoivent pas ce menu à domicile et cela évite de faire ingurgiter, deux fois dans la journée, des épinards aux bambins »***. Faut-il s'en étonner ? A priori non car comme il est mentionné plus loin : ***« Parler d'information service dans un quotidien régional tient presque du pléonasme tant il est vrai que la notion de service au lecteur doit être présente dans chacun de nos articles »*** (*L'Union*). Ce n'est pas sans rappeler, ici, les conclusions auxquelles aboutit le journal *Sud Ouest*, non sans résignation : ***« Qu'on le déplore ou non, ce constat nous impose des devoirs »***. Or de

 Copyright PRODHOMME Magali et Université Lumière - Lyon 2 - 2003.Ce document est

quel constat s'agit-il ? ***« Le lecteur ne lit jamais son journal de la première à la dernière ligne. Son compagnonnage est mesuré. Il y consacre vingt à vingt-sept minutes, pour rester optimiste »***.

Le *Dauphiné Libéré* abonde sensiblement dans le même sens. S'agissant des modalités de traitement de l'information locale, dont il est rappelé ***« qu'elle reste, en quantité et en qualité, l'axe principal de développement de l'entreprise*** », le lecteur fait l'objet, là aussi, de toutes les attentions. Le correspondant local, auquel s'adresse le document, doit intégrer un certain nombre de recommandations qui visent, comme le dit le document, ***« à savoir rédiger une bonne chronique locale »*** car enfin ***« vous augmenterez ainsi vos chances de voir votre article publié*** ». L'enjeu est donc double. Outre la ***« panoplie d'informations utiles*** », nous retrouvons, au volet ***« L'animation de la zone de vie*** », le correspondant local devenu animateur. Il doit respecter les consignes suivantes ***: « faciliter au lecteur l'accès à sa locale*** » voire même ***« tenter de surprendre le lecteur avec l'éventail des modes d'expression et des techniques journalistiques*** ». Et pour ceux qui en douteraient encore, il est précisé que ***« le lecteur est très sollicité et qu'il n'a pas de temps à perdre »*** (…) que ***« l'interview est très appréciée des lecteurs*** » ou ***» que les lecteurs exigent que la photo soit informative »***, etc. (souligné par nous). Notons d'ailleurs que ce dernier élément donne lieu à une mise au point : ***« les photos d'accident en tous genres sont souhaitables si elles sont spectaculaires »***. Spectaculairement…informatives. Là encore, ***« le correspondant local est au service du lecteur, pas du journal*** » comme il est souligné dans le document du *Dauphiné Libéré*.

Parmi notre corpus, il nous faut distinguer sur cette partie qui porte sur les ***« modes de traitement*** », les autres supports : *Ouest-France, l'Est Républicain, DNA, La République du Centre* et enfin le document du *SPQR*. Pourquoi ? Parce qu'ils cherchent manifestement tous à conserver la maîtrise de leur contenu éditorial sans l'asservir aux bonnes volontés du lecteur. Leur logique diffère, pour certains radicalement, de celles des journaux que nous venons d'observer. En effet, comme le souligne d'emblée *Les Dernières Nouvelles d'Alsace* (DNA) : ***« Nous avons défini des critères précis pour aborder les problèmes « Presse-Justice ». Ces critères tiennent compte : « de la nécessité d'informer ; de rendre compte avec précision, honnêteté et équité ; de veiller au respect des textes de loi, de ne pas oublier qu'un article reste alors qu'une décision peut être effacée d'un casier judiciaire et disparaître ; qu'il est nécessaire d'avoir une approche claire, cohérente, transparente et responsable dans un domaine qui touche de si près la vie et le statut social de nos contemporains ».*** La mesure est donnée et tranche résolument avec la tonalité des documents analysés jusqu'alors. Il ne s'agit plus de séduire, mais ***« d'informer*** », il ne s'agit plus de lecteurs mais de ***« contemporains*** », et enfin il ne s'agit pas de ***« tenter de surprendre*** » mais de ***« rendre compte*** ». Il est vrai que l'interpellation des *DNA* concerne la seule couverture des ***« faits divers*** » mais elle augure le traitement de l'information d'une manière générale. D'ailleurs, notons qu'aucun élément superfétatoire ou inattendu ne vient troubler la compréhension du document qui traite, stricto sensu, des faits divers et de la justice. Car en effet, c'est justement dans ces éléments que l'on peut observer la touche personnelle d'un journal, son positionnement. Ainsi, dans le document de *L'Est Républicain,* lui aussi consacré au ***« traitement du fait divers*** », et dont il faut

protégé en vertu de la loi du droit d'auteur.

souligner l'étonnante ressemblance avec celui de *Ouest-France* [745] , il apparaît quelques propos pour le moins surprenants. Sous la rubrique ***« Le suivi*** » qui concerne les affaires judiciaires, quatre considérations viennent émailler le document. Parmi elles, il en est une déconcertante : ***« les journalistes ne doivent tenir compte que des règles instituées à l'Est Républicain et non celles des autres médias*** ». Alors même que l'on serait susceptible de voir une telle affirmation clore le document, nous la retrouvons semée dans des recommandations qui n'ont, manifestement, aucun lien. Le second élément, qui a provoqué notre surprise, se situe sous la rubrique ***« Le Procès*** ». Cette fois-ci le lien avec la recommandation est évident mais elle n'en demeure pas moins étonnante : ***« Pour les procès en diffamation mettant en cause d'autres journaux, s'en tenir aux usages de la confraternité*** ». Or ici, ce n'est pas tant la recommandation en elle-même qui nous surprend mais ce à quoi le journaliste est censé se référer : ***« les usages de la confraternité*** ». Or à ce propos, Pierre Bourdieu soulignait ***« qu'il faudrait analyser les fonctions sociales de cette espèce de « loi du milieu » qui fait qu'on n'attaque pas les concurrents. Pour des raisons que je ne comprends pas bien, le milieu journalistique refuse la critique mutuelle qui se pratique dans tous les champs de production culturelle et sur laquelle reposent tous les progrès de la science, de l'art, de la littérature »*** [746] .

Outre ces éléments relevés à titre anecdotique, notons que *L'Est Républicain* aspire à ***« donner une densité humaine et sociale à l'information »*** et qu'en aucun cas il est fait mention des ***« exigences des lecteurs »***. Seuls prévalent ***« le rôle pédagogique*** » et ***« la responsabilité juridique*** » du journal car il en dépend ***« de notre crédibilité rédactionnelle*** ».

Le document de *La République du Centre* n'aborde aucunement les modalités de traitement de l'information en dépit de ses recommandations pittoresques autour des règles des trois « S » : sexe, sport, sang. Cela dit, quelques conseils avisés, y compris sur la forme, viennent s'ajouter lorsqu'il s'agit du traitement du fait divers. Or là, le ton change. Si au début du document, il est clairement rappelé que : ***« Il est indispensable de se souvenir que l'on écrit pour être lu, que le lecteur a ses habitudes et qu'il a passé un contrat de confiance avec son journal et croit dur comme fer ce qu'il y lit*** », plus loin, ces propos sont quelque peu nuancés : ***« Le fait divers est une rubrique qui permet aisément la démagogie. Il faut donc éviter des propos allant dans le sens du public. En écrivant ce qu'une partie du lectorat a envie de lire, on satisfait son public, mais on devient par la même juge et partie »***. C'est l'occasion, pour le groupe de travail ***« faits divers – justice*** » de souligner les devoirs des journalistes, y compris en matière de titraille, objet du dernier volet du document. Ces devoirs relèvent des connaissances élémentaires qu'acquière tout journaliste dans sa pratique : titre incitatif ; rédigé au présent, contenant l'élément fort de l'information, cohérents, courts, etc. C'est donc le traitement du fait divers qui donne l'occasion au journal de renforcer sa cohérence rédactionnelle.

[745] Le document de *L'Est Républicain* a été rédigé deux ans après celui de *Ouest-France*, en 1992. L'argumentation et l'articulation des valeurs et des recommandations sont relativement identiques.

[746] Bourdieu P., *op. cit*., 1996, p 15.

protégé en vertu de la loi du droit d'auteur.

Conclusion préliminaire : du service public à la soumission au public

Il apparaît clairement que, pour la plupart des journaux de la PQR, la stratégie consiste à s'adapter, parfois à regret, aux habitudes de lecture du public visé. C'est la raison pour laquelle il est si souvent fait mention du lecteur, comme articulation essentielle de la manière de faire puis d'être d'une rédaction. C'est évidemment la cohérence qui est visée.

Pierre Bourdieu a maintes fois dressé ce constat, à charge : ***« La seule question est de savoir comment faire pour que les journalistes (…) aient intérêt à être journalistiquement vertueux et qu'ils conçoivent le service public qui leur incombe comme un véritable service du public au lieu de la réduire à la pure et simple soumission au public, c'est-à-dire au marché, à la loi de l'audimat »*** [747] . Le sociologue en est convaincu, pour lui il s'agit de ***« soumission désenchantée ou de « fayotage » cynique désespéré*** » et de démonter le cercle vicieux ***«Pareille conjoncture ne peut que renforcer l'arbitraire des chefs qui sont souvent promus pour leur opportunisme et leur soumission trouvent un autre renforcement dans la pression de l'audimat qui donne raison, en apparence, à leur démission et à leur cynisme*** » [748] . A l'évidence, l'analyse des chartes maisons d'un certain nombre de journaux de la PQR, donne raison au sociologue. Le mimétisme avec les habitudes des lecteurs, nous l'avons vu, éloigne le journal de sa mission première : la nécessité sinon d'informer, du moins de ***« donner une densité humaine et sociale à l'information*** ». Ces conceptions, parfois très éloignés, du rôle d'un journal, conduit inéluctablement les entreprises de presse quotidienne régionale à un repli identitaire. Il se traduit par un discours d'auto-justification largement légitimé par le besoin de ***« gagner la bataille de la lecture*** » ou encore de s'assurer du ***« confort de lecture*** » comme instrument de conquête. Il en ressort un usage utilitariste des prédications éthiques et un ancrage des valeurs comme faire-valoir moral, comme instrument de bonne conscience. Or, entre la nécessité, pour un journaliste de *Ouest-France* d'avoir ***« la conscience en alerte et l'obsession d'incarner les valeurs de justice, de liberté, de respect des individus et de leurs droits qui fondent Ouest-France »*** et celle qui conduit le journaliste à démissionner de sa responsabilité au nom du respect du ***« contrat de lecture*** », la frontière paraît irréductible. Il existe certes une volonté commune, plus ou moins explicite, d'éviter les procès. Mais pour les uns, il en va d'une question de ***« responsabilité éthique et juridique*** » (*Ouest-France*) pour les autres ***« de réputation*** » *(L'Est Républicain*).

Certes, est-il plus facile pour un journal tel que *Ouest-France*, dont le tirage voisine les 800 000 exemplaires, de résister aux sirènes du lecteur. Cela dit, au-delà de cette puissance de diffusion, il y a une culture, une philosophie, construites au fil du temps qui place ***« le respect des personnes*** » comme impératif catégorique de la pratique journalistique mais aussi comme élément de l'identité du quotidien breton. Cette exigence de tous les instants constitue un modèle du genre mais son application à l'ensemble de la

[747] *Ibid*., p 12.

[748] *Ibid*., p 15.

Copyright PRODHOMME Magali et Université Lumière - Lyon 2 - 2003.Ce document est

presse quotidienne régionale paraît inconcevable tant il est vrai que les logiques commerciales subordonnent toute visée éthique et, de fait, l'instrumentalisent. ***« La bataille de la lecture*** » est en voie d'être gagnée, tant les moyens pour y parvenir sont affûtés, mais celle de l'éthique professionnelle est encore loin d'être réglée soumise qu'elle est aux verdicts du marché.

II) Les chartes dans la presse quotidienne nationale : » Libération » et « Le Monde ».

Notre corpus de chartes issues de la presse quotidienne nationale est relativement restreint. Nous disposons du pacte du quotidien *Libération*, envoyé par son service ***« documentation*** » puis de celle du quotidien *Le Monde*, auquel chacun a accès puisque le ***« Livre de Style du Monde*** » a fait l'objet d'une commercialisation en janvier 2002.

Nous débuterons notre analyse par les principes énoncés dans le pacte rédactionnel extrait du ***« Pacte d'indépendance*** » de *Libération*. Nous réserverons une mention spéciale au ***« Livre de style du Monde*** » dans la mesure où notre réflexion intervient au moment de la sortie de l'ouvrage de Pierre Péan et Philippe Cohen intitulé ***« La face cachée du Monde*** » [749] . Qualifié de ***« livre-réquisitoire »*** par le directeur de la rédaction du quotidien dit de référence, Edwy Plenel [750] , cet ouvrage a largement défrayé la chronique et acculé les dirigeants du *Monde* au premier rang desquels Jean-Marie Colombani, directeur, président du directoire, Alain Minc, président du conseil de surveillance et de la société des lecteurs et Edwy Plenel, directement visés, à revenir sur des considérations éthiques. Au-delà du ***« réquisitoire*** », dont il ne nous revient pas de porter un jugement, notre intérêt réside dans les déclarations des directeurs de publication et de la rédaction pour justifier le positionnement du journal à l'égard des questions d'éthique professionnelle. Pour ce faire, nous disposons de plusieurs articles, la plupart issus du ***« Monde*** » et d'un corpus d'émissions parmi lesquelles, le magazine ***« Campus*** » animé par Guillaume Durand, le jeudi 6 mars 2003.

1) Le « Pacte rédactionnel » de *Libération*

A)UNE ÉTHIQUE PROFESSIONNELLE RÉFLEXIVE

Alain Minc affirmait, non sans assurance : ***« je mets au défi la plupart des journaux français de savoir si leur conseil d'administration a une charte qui protége l'indépendance de leur rédaction »*** [751] . A notre connaissance, deux journaux peuvent s'en prévaloir : l'hebdomadaire *L'Express* et le quotidien *Libération*. Pour ce dernier, le ***« Pacte d'indépendance*** » a été adopté lors du vote de la Société civile des personnels

[749] Péan P. et Cohen P., *La face cachée du « Monde ». Du Contre pouvoir aux abus de pouvoir*, Mille et une nuits, février 2003, 634 p.

[750] Plenel E., « *Le Monde* est-il un danger pour la démocratie ? », in *Le Monde*, le 26 février 2003.

[751] Minc A., propos tenus lors de l'émission Campus, le jeudi 6 mars 2003.

 Copyright PRODHOMME Magali et Université Lumière - Lyon 2 - 2003.Ce document est

de Libération (SCPL) le 31 janvier 1996 et constaté par le Conseil d'administration de la S.A. investissements Presse, le 6 février de la même année. Ce document est venu après l'élaboration du pacte rédactionnel, rédigé et entériné par la direction et la rédaction du quotidien, le 13 octobre 1987.

Le pacte d'indépendance est strictement confidentiel. Nous ne pourrons donc pas en révéler le contenu. En revanche, le volet ***« déontologie*** », extrait du pacte rédactionnel, est laissé à notre libre appréciation. La première remarque que nous voudrions mettre en exergue relève de l'intitulé du document : il s'agit ni d'une charte, ni d'un code, non plus d'un guide mais d'un pacte. Si l'on se réfère à la définition du pacte, il en ressort une dimension de connivence, d'entente et d'intelligence : ***« accord solennel entre deux ou plusieurs personnes*** ». Le dictionnaire d'analogie nous renvoie même aux termes de paix, de convention et de politique. C'est dire la charge symbolique du terme de pacte. Pour les membres du quotidien, à qui revient l'initiative, ***« la qualité et la crédibilité du journal, et donc la croissance de son audience, sont directement liées à notre respect scrupuleux de l'éthique professionnelle »*** et de préciser, plus loin, ***« cet effort de vigilance n'implique aucune « normalisation », ni uniformisation conduisant à la perte de notre « style », pour ne pas dire notre âme. Il ne s'agit pas non plus d'exercer police ou censure. Au contraire : c'est au nom de la Liberté que nous revendiquons nous-mêmes, individus et collectivité, que nous devons ensemble exercer et exiger cette vigilance***» (*Libération*). La déclaration est suffisamment explicite pour ne pas s'y arrêter. Cela dit, un certain nombre d'éléments a retenu notre attention. Nous constatons, en premier lieu, que la déclaration met l'accent, d'emblée, sur le lien entre ***« qualité/crédibilité*** » et ***« croissance de son audience*** ». L'une des premières préoccupations énoncées dans le document relève donc d'une logique commerciale dont l'objectif apparaît explicitement : augmenter l'audience du quotidien. L'argumentation aurait pu naturellement s'articuler autour du respect du ***« droit à l'information du public*** » qui justifierait légitimement le respect scrupuleux d'une éthique professionnelle. Or tel n'est pas le cas. Il est évident que l'un n'exclut pas l'autre. Mais ce qui est mis en évidence, dès la première ligne, traduit clairement la finalité du document. La seconde remarque porte sur une seconde articulation qui fait se rencontrer ***« Liberté*** » et ***« responsabilité*** ». En effet, la seconde référence essentielle à la responsabilité du journaliste réside dans sa liberté, selon le vieil adage : ***« il n'est point de liberté sans responsabilité*** ». L'usage de la notion justifie, selon les rédacteurs du document, qu'aucun encadrement ne puisse intervenir dans leurs pratiques aux risques, expliquent-ils, d'en perdre crescendo, d'abord ***« leur style*** » puis enfin ***« leur âme*** ». Il y a donc une volonté de faire prendre librement conscience à l'ensemble des journalistes, puisqu'il est rappelé que ***« l'application de ces règles est l'affaire de tous*** », que de ses pratiques dépend la crédibilité et, *in fine*, ***« la croissance de l'audience »*** du quotidien *Libération*. Ce préliminaire justifie un contenu qui va à l'essentiel, qui résume plus qu'il ne répertorie de manière exhaustive, ***« des règles élémentaires, connues en fait de tous*** ».

Le document fait donc mention de six points constitutifs, selon le quotidien *Libération*, des notions élémentaires de la pratique journalistique. Ces points sont :

- « Toute information est rigoureusement sourcée »

protégé en vertu de la loi du droit d'auteur.

- « le secret professionnel ne saurait s'appliquer à l'intérieur de la rédaction » (référence à la « responsabilité juridique du journal »)
- « L'usage d'informations, en tout ou partie, publiées préalablement par d'autres journaux, implique la mention claire de cette publication »
- « Une citation directe dès lors qu'il ne s'agit pas de textes ou discours publics, implique que le journaliste a personnellement recueilli les propos cités en la forme »
- « Une bonne information est nécessairement contradictoire »
- « la distinction du fait et du commentaire »

B) PROTÉGER LA RESPONSABILITÉ JURIDIQUE DU JOURNAL

Nous constatons que, d'une manière générale, les prédications éthiques de *Libération* visent, pour l'essentiel, à protéger la responsabilité juridique du journal car, la plupart des points évoqués, est de nature, s'ils ne sont pas respectés, à être portée devant la justice. Notons par ailleurs, qu'à l'instar de *Ouest-France*, c'est un ***« nous*** » qui s'exprime : ***« nous publions, nous ne devons, nous devons nous interdire, nous pouvons nous donner, nous nous contentons, notre style, notre âme, nous revendiquons, nous devons, etc. »***. La réalisation du quotidien *Libération* s'inscrit dans une œuvre collective, où chacun, dans le respect de sa liberté, porte une responsabilité dont il est rappelé qu'elle engage aussi celle du journal. Reste que si l'on compare ces recommandations à celles dispensées dans les documents de la PQR, plusieurs constats peuvent être dressés. Le premier consiste à dire que, dans le cas du quotidien national, aucun élément de référence à l'identité, à l'histoire voire à la culture du journal vient renforcer l'argumentaire éthique. Son seul ancrage réside dans la manière de faire et d'être de la profession de journaliste. Le second constat porte sur le fait qu'aucune référence, implicite ou explicite, n'est faite au ***« droit à l'information du public*** » et qu'à contrario, la liberté du journaliste est mentionnée comme le pendant de sa responsabilité, laquelle est limitée au cadre de la rédaction du journal. C'est donc toute la dimension de proximité avec le lecteur, largement revendiqué par les documents issus de la PQR, qui disparaît. Enfin, le dernier constat relève d'une comparaison formelle. En effet, dans les documents de la PQR, le discours se veut extrêmement normatif et encadre, parfois dans les moindres détails, la pratique journalistique. Or, s'agissant du document de *Libération*, l'inspiration est très largement celle d'une éthique réflexive dans laquelle le journaliste apparaît ***« l'alpha et l'oméga de l'autorégulation*** » [752] . Au détail près que sa responsabilité s'arrête là où commence celle du journal, notamment en matière juridique. La phrase qui clôture le document est là pour en témoigner : ***« le respect de la déontologie professionnelle est l'une des meilleures garanties que nous pouvons nous donner tant vis-à-vis du Journal qu'à chacun d'entre nous : il est partie intégrante du pacte rédactionnel*** ». Nous sommes loin des considérations issues du ***«contrat de lecture*** » qui nouent des relations entre le quotidien régional et son lectorat. Pour *Libération*, le seul pacte qui vaille est celui qui lie l'ensemble des journalistes à son journal, en dehors de toutes considérations extérieures. Précisons, à l'issue de ces quelques commentaires,

[752] Expression empruntée à Grevisse B., *op. cit.*, 1999, p 56.

protégé en vertu de la loi du droit d'auteur.

qu'il paraît inconcevable d'envisager une quelconque harmonisation normative en l'état tant ce qui différencie les démarches semble irréductible.

2) Le Livre de Style du « Monde » : signe extérieur d'identification

A) UN EXERCICE DE STYLE

S'il est un document dans lequel les journalistes du ***« Monde*** » peuvent puiser à l'envie ***« les valeurs sociales qui soudent l'entreprise*** », selon les propos d'Edwy Plenel [753] , c'est bien ***« le Livre de Style »*** du quotidien dont, l'une des originalités, est d'avoir été rendu public. En effet, le document a été commercialisé à partir de janvier 2002 pour la somme de huit euros. Tiré à environ 100 000 exemplaires dont 44260 ont déjà été vendus (mars 2003) [754] , ce document rassemble un certain nombre de données qui laissent à penser que sa réalisation relève plus d'une communication externe qu'interne. Notons d'ailleurs que le directeur des rédactions du *Monde*, Edwy Plenel, ne s'en cache pas puisqu'il précise, en guise d'introduction au document : ***« l'objet des pages qui suivent est de présenter le contrat de lecture par lequel Le Monde se propose d'être à la hauteur de cette ambition »*** [755] .

Le Livre de Style contribue à un éclairage du quotidien sous toutes ses coutures (*Le Monde* et ses principes, *Le Monde* et ses valeurs, portrait d'un quotidien, *Le Monde* et l'information, *Le Monde* et ses lecteurs, les grandes dates du *Monde*,) mais pas seulement. A l'usage du public, et dans le cadre de son droit à l'information, le Livre de Style vise tout autant à informer sur le contenu de la loi du 29 juillet 1881 et sur un certain nombre d'éléments essentiels pour la pratique journalistique relevant du code civil, du code électoral, du code pénal ou encore du code de santé publique. Résolument didactique, ce document définit le jargon professionnel, expose les règles et usages en vigueur dans le journal, explicite les sigles couramment utilisés, présente ***« quatre des principaux dictionnaires du Monde élaborés au fil des années par le service des correcteurs et la rédaction »*** [756] , auxquels est venu s'ajouter la désormais traditionnelle présentation des pays par fiches. Ce contenu, qui se veut spécifique à la rédaction du *Monde*, exprime de la part de ses initiateurs [757] , une volonté manifeste de transparence. Comme le souligne Jean-Marie Colombani : «***cet exercice de transparence, indispensable, vise à renforcer le contrat qui lie notre quotidien et ses lecteurs*** » [758]

[753] Plenel E., *op. cit*. in *Le Monde*, 26 février 2003.

[754] Conversation téléphonique avec Laurent Greisalmer datée du 25 mars 2003.

[755] Plenel E., « Une discipline collective », in *Le Livre de Style du Monde*, 2002.

[756] Conversation téléphonique avec Laurent Greisalmer datée du 25 mars 2003.

[757] Selon Olivier Biffaud « *l'architecte et le maître d'œuvre du Livre de Style est Laurent Greilsamer* », correspondance électronique du 17 mars 2003. Laurent Greilsamer appartient à la rédaction en chef et est en charge des « cahiers spéciaux ».

[758] Colombani J.M., « Une exigence particulière », in *Le Livre de style du Monde*, 2002.

Copyright PRODHOMME Magali et Université Lumière - Lyon 2 - 2003.Ce document est

. En effet, il permet au grand public de s'enquérir des principales références constitutives du travail journalistique au ***« Monde*** ». Avec ses 220 pages, le Livre de style du *Monde* est sans aucun doute l'un des documents les plus complets de notre corpus.

En ce qui concerne notre analyse, nous la ferons porter sur plusieurs éléments du Livre :

- « Une discipline collective », éditorial rédigé par Edwy Plenel.
- « Une exigence particulière », éditorial rédigé par Jean-Marie Colombani
- « Le Monde et ses principes », rédigé par Thomas Ferenczi

B) *LE MONDE*, NOYAU DUR DE LA DÉMARCHE

Le Livre de Style du *Monde* est un savant mélange entre les chartes issues de la PQR, dans lesquelles sont fortement marqués l'identité du journal et son rapport au lecteur, et celles, plus généralistes, de la profession au premier rang desquelles ***« la Charte de Munich*** » dont le contenu est intégralement reproduit dans ce Livre. Il y est en effet question de ***« son histoire et de sa vocation »***, ***« du contrat de lecture établi avec les lecteurs*** » mais aussi de ***« sa mission première qui est celle d'informer ».*** *Le Monde* a donc des principes, des règles, des usages, une discipline collective et le fait savoir.

Avant d'entreprendre l'analyse des éditoriaux respectifs de Jean-Marie Colombani et d'Edwy Plenel, nous aborderons le volet consacré aux principes en vigueur dans le quotidien dit de référence. Ces principes s'articulent autour du quotidien, noyau dur de la démarche, et se déclinent en cinq axes : *Le Monde* et…ses valeurs (1) ; les médias (2) ; l'information (3) ; le commentaire (4) ; ses lecteurs (5). Notons que seuls ***« les valeurs*** » et ***« les lecteurs*** » sont introduits par un adjectif possessif ***« ses*** » qui exprime sinon un lien d'appartenance du moins un intérêt tout particulier. De tailles inégales, ces différents axes contribuent indistinctement à définir le journal, à présenter sa fonction et à rappeler la mission du journaliste du *Monde* dans un contexte qui vient sans cesse justifier le positionnement du journal. Ainsi, il se dégage un certain nombre sinon d'oppositions du moins d'interactions qui viennent judicieusement rappeler les convictions du quotidien :

Copyright PRODHOMME Magali et Université Lumière - Lyon 2 - 2003.Ce document est

Le contexte tel qu'il est présenté par « *Le Monde* »	**Le positionnement du journal « *Le Monde* »**
Pressions politiques, économiques et autres	***Le Monde* oppose une ferme résistance**
Pluralité des opinions	**Respect de la diversité des points de vue dans ses pages Débats et dans son courrier des lecteurs**
Contre le nationalisme et le repli	**Il choisit le parti de l'ouverture et de la coopération internationales**
Refus du racisme et de l'exclusion	**Il met au premier plan de ses engagements le combat pour la justice et la solidarité**
Des lecteurs déjà sollicités par de nombreux médias	**Ne pas négliger les informations et les commentaires des autres médias**
Époque devenue plus obscure et moins lisible	**Il a l'ambition d'être un lieu de discussion où s'affrontent des idées, où s'esquissent des hypothèses, où se cherchent des solutions**
Un univers souvent obscur	**Le goût de la pédagogie, la nécessité de hiérarchiser l'actualité, l'honnêteté et l'effort constant pour équilibrer le traitement de l'information**
Diversité de la société	**Il s'intéresse à tous les domaines de la société**
Pouvoirs financier, entrepreneurial, syndical, politique, administratif	**Refus d'obéir aux stratégies de communication**
La mondialisation des économies, des cultures, des sociétés	***Le Monde* est un quotidien international**

Pour chacun des axes correspondent des convictions qui traduisent un positionnement extrêmement explicite du journal *Le Monde*. Les valeurs telles que la justice, la pluralité, la résistance, la coopération, l'ouverture, la solidarité, l'honnêteté, la vigilance, la liberté, l'égalité, la fraternité, rappelant l'attachement du journal à la République, sont présentées comme autant de critères qui viennent inspirer la pratique journalistique, au *Monde*. Ces premières pages viennent aussi rappeler aux lecteurs, la définition du quotidien ***« Le Monde*** » et son ambition : ***« il se définit comme un quotidien politique d'information générale, dans la mesure où il a pour ambition de participer à la formation du citoyen et de l'aider à s'orienter dans l'espace public »*** [759] . C'est dire l'importance du contexte dans lequel le journal évolue, la démocratie, et le rôle qu'il s'assigne dans cet environnement : formateur et sherpa du lecteur-citoyen. La chose n'est pas aisée, mais elle demeure, pour chaque journaliste du *Monde*, ***« une ambition*** », ***« un idéal*** », ***« une visée*** » aurait écrit Paul Ricoeur, car enfin, comme l'explique Jean-Marie Colombani : ***« Ils - les journalistes - doivent aussi se rappeler que, dans une démocratie, un quotidien de qualité constitue un espace public où se***

[759] Le Livre de Style du *Monde*, p 6.

protégé en vertu de la loi du droit d'auteur.

développe le mûrissement des décisions ».

c) « L'EXIGENCE PARTICULIÈRE… D'UNE DISCIPLINE COLLECTIVE »

Les éditoriaux des directeurs respectifs de la publication et de la rédaction sont deux monuments de rhétorique à l'adresse spécifique du lecteur. A l'exigence supposée du lecteur, en tant que citoyen, les responsables du *Monde* répondent par une discipline en dehors de laquelle il n'est point d'identité collective.

L'argumentation des deux auteurs consiste à rendre la présence du ***« Monde*** » omniprésente dans leur discours et, in fine, indispensable au débat démocratique, donc aux lecteurs-citoyens. Pour ce faire, les deux éditorialistes utilisent les procédés de la personnification et de l'incarnation, par le quotidien, de deux figures : l'excellence et la figure rassurante voire salvatrice.

La personnification, si elle est relativement pondérée dans le discours de Jean-Marie Colombani, qui préfère parler de ***« numéro du Monde*** » ou ***« de journal*** », est en revanche un procédé fréquemment utilisé par le directeur de la rédaction. Ainsi *Le Monde* ***« se refuse, s'efforce, se propose, se réclame, doit, se veut, etc. ».*** C'est sans doute là une volonté de faire parler un collectif d'une seule et même voix mais aussi de faire identifier, par le lecteur, son interlocuteur principal : ***« Le Monde ».*** Cet usage de la personnification intervient dès l'introduction et ce n'est qu'à la dernière ligne qu'apparaissent ***« celles et ceux qui font le Monde*** ». Entre les deux, c'est ***« un journaliste du Monde »*** (souligné par nous) qui est convoqué et ce, à neuf reprises. Cette rhétorique est, selon nous, significative du façonnage public d'une identité collective. Il est d'ailleurs frappant de constater avec quelle exclusivité il est rendu compte des devoirs qui s'imposent à ***« un journaliste du Monde »***, c'est-à-dire pas n'importe lequel. Pour ne pas s'y tromper, le directeur de la rédaction rappelle implicitement mais judicieusement aux lecteurs que la profession existe en dehors du ***« Monde*** » : ***« Un journaliste qui dans son métier quotidien, ne s'autoriserait que de lui-même, s'émancipant de toute règle collectivement assumée, abuserait de son pouvoir personnel vis-à-vis des lecteurs*** ». Cela dit, le risque est mesuré, car il avait été soigneusement souligné, deux lignes auparavant, que ***« un journaliste du Monde doit s'imposer des contre-pouvoirs dans sa pratique professionnelle quotidienne*** ».

Pour être identifié, il faut se distinguer et c'est bien ce à quoi s'est employé Edwy Plenel dans son discours en utilisant, d'une part, la personnification du journal qui instaure un rapport de proximité évidente et, de l'autre, l'expression habilement renforcée par l'emploi de l'article indéfini « un », ***« un journaliste du Monde*** », comme leitmotiv de son argumentation.

Pour renforcer cette incontournable figure de la démocratie qu'est *Le Monde*, les deux auteurs vont camper un contexte dans lequel le quotidien va jouer un rôle fondamental. Qu'est-ce qui constitue le contexte dans lequel est censé évoluer le journal ? Notons d'abord que le quotidien évolue sous la pression, ***« politique, économique et autres »*** mais ce n'est pas sans rappeler dans la foulée que ***« Le Monde, conformément à son histoire et à sa vocation, oppose une ferme résistance*** » (*Le Monde* et ses principes). L'univers est qualifié de ***« souvent obscur*** »,

protégé en vertu de la loi du droit d'auteur.

les ***« réalités cachées*** », ***« l'époque devenue plus obscure et moins lisible*** » (*Le Monde* et ses principes).

Jean-Marie Colombani s'efforce même de préciser que : ***« Pour la rédaction, cette mission se veut plus ardue, puisqu'il faut saisir le mouvement d'une planète en complète transition, à l'activité ininterrompue, où des machines à communiquer repeignent les faits aux couleurs de la promotion ou de la propagande, quand il ne s'agit pas de la désinformation la plus subtile*** » et de poursuivre ***« c'est précisément parce que notre monde est d'une difficulté croissante à déchiffrer que l'attente grandit à l'endroit du Monde*** ». Plus loin, le directeur de la publication en rajoute un peu : ***« Pour des raisons économiques, religieuses, ethniques, sexuelles ou culturelles, des faits significatifs sont tenus cachés, des idées ne peuvent circuler et les voix des plus faibles ne sont pas entendues »*** et d'immédiatement positionner *Le Monde* : ***« La mission des journalistes du Monde est de lever ces contraintes, en aucun cas de s'y soumettre*** ».

Qu'en est-il du directeur des rédactions ? Ses propos s'inscrivent dans la même veine, aux qualificatifs près : ***« la rédaction doit aller à la recherche du lecteur, faire un effort de pédagogie et de lisibilité, tenter de rendre plus intelligible possible l'actualité dans un monde obscur et incertain »***. Plus loin, il rajoute : ***« Enfin, il -un journaliste du Monde- s'efforce de donner la parole aux sans voix, aux délaissés et aux oubliés, en allant à la recherche de réalités occultées par les courants dominants de l'actualité*** » [760] .

D) *LE MONDE DIPLOMATIQUE* : UNE STRATÉGIE SIMILAIRE

Au-delà de ces constats, dont on ne peut nier la pertinence, et avant même d'en tirer une analyse notamment du champ lexical de la transparence, nous voudrions rapprocher cette rhétorique avec celle employée, en toute autre circonstance, par le directeur de la publication du *Monde Diplomatique*, Ignacio Ramonet. En effet, en observant le discours du Livre de Style du *Monde,* nous avons été tentés de le rapprocher d'un article du *Monde Diplomatique*, publié en octobre 1998 et intitulé : ***«Contre le mimétisme. Qui sont les lecteurs du Monde Diplomatique***». Nous avons constaté de nombreuses convergences dans les procédés argumentatifs utilisés. Ignacio Ramonet s'est efforcé, dans une longue introduction, à présenter le contexte de ***«l'ère de l'information globale »*** et son lot de méfaits : ***« de gigantesques concentrations sont en cours (…) rachats et fusions se succèdent (…) Beaucoup de grands journaux ont été déjà rachetés par des mégagroupes de communication »*** et d'expliquer : ***« Dans le nouveau schéma industriel, l'information est avant tout une marchandise ; et cela l'emporte de loin sur la mission fondamentale des médias : éclairer et enrichir le débat démocratique »***. Plus loin, il s'en prend au ***« mimétisme médiatique*** » et dénonce avec virulence ***« l'influence de la télévision*** » qui a contribué à ***« déconceptualiser l'information et à la replonger peu à peu dans le marécage du pathétique »*** [761] . Une fois le contexte clairement campé, l'auteur a opéré sa transition vers le meilleur des

[760] On se souvient ici, de la « Spirale du silence », théorie développée par Élisabeth Noëlle Neumann en 1974 autour du processus de formation de l'opinion publique.

mondes possibles : ***« Dans ce contexte médiatique général, délétère et dangereux, où en est le Monde Diplomatique ?*** » et de répondre : ***« il se porte bien ; son tirage a doublé ; les ventes et les abonnements ne cessent de croître, Le Monde Diplomatique va bien et dégage chaque année une marge bénéficiaire (…)*** ».

Ignacio Ramonet, pour justifier la démarche d'une enquête auprès du lecteur du *Monde Diplomatique*, rappelle que ***« c'est (…) pour écouter les sans voix que nous avons effectué ces deux enquêtes »***. Les résultats sont sans surprise : ***« l'ensemble des lecteurs, pour ainsi dire, fait parti de ce noyau (en référence au noyau dur = le lectorat du Monde Diplomatique). Ce qui est extrêmement rare dans la presse aujourd'hui. Tous titres confondus. Et traduit une adhésion exceptionnelle à notre journal et aux valeurs qu'il défend »***.

S'agissant du Livre de Style du *Monde*, le procédé est moins grossier puisque les considérations qui viennent émailler la présentation du contexte dans lequel évolue le quotidien, sont relativement distillées. Cela dit, elles procèdent aussi d'une stratégie de positionnement du journal dont la subtilité réside dans l'usage de l'ellipse : il y a nous et les autres (figures de l'exception ***–» ce qui est rare*** » souligne Ignacio Ramonet et de l'excellence ***–» un journal de qualité*** » reprend Jean-Marie Colombani). Certes les contextes, tels qu'ils sont présentés dans les deux documents, diffèrent de registre. Mais ils servent habilement l'identité respective des deux supports. Précisons d'ailleurs, ce qui nuancera quelque peu cette comparaison, que *Le Monde* possède 51 % du capital du *Monde Diplomatique*. Ceci dit, nous ne pensons en aucun cas que ce contrôle du capital ait un quelconque rapport avec la manière dont Ignacio Ramonet justifie le positionnement de son journal.

E) DES LUMIÈRES À LA FACE CACHÉE DU *MONDE*

Revenons à l'usage de l'ellipse. Elle est une sorte de médiation furtive qui oblige le lecteur à ne considérer que les éléments dont elle rend compte. Ainsi, s'agissant du Livre de style du *Monde*, l'usage d'oppositions telles que : obscur vs éclairage ; cachées, occultées vs mise à nu ; difficulté vs facilité ; incertitude vs intelligibilité, clarté, lisibilité ; pressions vs résistance, permettent d'asseoir, sans nuance possible, la mission du quotidien. A l'instar des ***« Lumières*** », *Le Monde* vient éclairer l'opinion publique plongée dans l'obscurité. Mais pas seulement. Face aux ***« réalités cachées »*** Jean-Marie Colombani rappelle que ***« en publiant son « Livre de style », donc en mettant à nu les normes régissant son activité, Le Monde décrit la spécificité du métier de journaliste (…)*** ». Non seulement son rôle est d'éclairer, mais aussi de se rendre ***« transparent*** ». Or l'argument vaut bien au-delà du Livre de Style, qui peut sonner comme une opération de communication, au sens de mise en partage. En effet, un an après sa sortie, alors même que l'argumentaire de ce Livre s'articule autour de la volonté d'incarner ***« Les lumières*** », ***« la transparence*** » et ***« la clarté*** », Pierre Péan et de Philippe Cohen contre argumentent justement la thèse des ***« Lumières*** » avec ***« La face cachée du Monde*** », titre de leur ouvrage. Outre la polémique qu'il a suscitée et dont la plupart des médias s'est fait l'écho,

[761] Ramonet I., «Contre le mimétisme. Qui sont les lecteurs du *Monde Diplomatique*», in *Le Monde Diplomatique*, octobre 1998, p 14.

Copyright PRODHOMME Magali et Université Lumière - Lyon 2 - 2003.Ce document est

il est intéressant de noter que les premières salves du *Monde* ontconsisté à repositionner le journal tel qu'il est présenté dans le Livre de Style et à ne retenir, des 634 pages de l'ouvrage, qu'un élément, à leurs yeux, essentiel : ***« » Le Monde » est-il un danger pour la démocratie ? ».*** A priori, il existe une cohérence certaine entre le discours tenu dans le Livre de Style et les réponses adressées aux accusations de Pierre Péan et de Philippe Cohen. Poursuivons cette analyse. Cette cohérence se retrouve dès les premières lignes dans l'article d'Edwy Plenel : ***« c'est peu dire que leur tableau est sombre. Là où les salariés et les lecteurs du Monde pensent être les acteurs ou témoins d'une aventure collective, menée au nom du professionnalisme et de l'indépendance, ils n'ont trouvé que l'équipée d'un « redoutable trio »*** *(…)* » [762] . On retrouve, ici, la thématique de l'obscurité ***(« le tableau est sombre*** ») développé dans le Livre de Style et celle d'une discipline collective transformée, pour le coup, en aventure puisqu'elle y inclut témoins et acteurs.

F) VERS UNE CRITIQUE DU JOURNALISME ?

La cohérence est de rigueur dans les propos de Jean-Marie Colombani, qui écrit dans une manchette de Une, à la date du vendredi 7 mars 2003 : ***«Oui, le journal, toute la famille du Monde s'est sentie blessée, injuriée, rabaissée. Nous avions d'abord besoin de réaffirmer notre cohérence*** » [763] . Cette ***« famille du Monde*** » n'est pas sans rappeler ***« la communauté d'esprit et de travail*** » dont il est partout fait référence dans le Livre de Style. Nous retrouvons, dans cet article, l'incarnation par le journal *Le Monde*, de la figure de l'excellence, sous le couvert de la métaphore : ***» Lorsque l'orage s'abat sur une forêt, c'est l'arbre le plus grand qui est touché par la foudre. S'il vient à s'enflammer, c'est toute la forêt qui brûlera*** ». Cohérence, encore, lorsque Guillaume Durand pose la question de savoir ***« pourquoi n'avez-vous pas souhaité débattre avec les auteurs sur le plateau de l'émission Campus ?*** ». Et l'intéressé de répondre : ***« Parce que les auteurs ne racontent pas notre histoire. On peut discuter du journalisme, du pouvoir du journaliste. Jusqu'où peut-il aller ?*** *»*. Il ajoute : ***« on ne répond pas à la calomnie*** » [764] . Or, c'est bien l'histoire du journal qui est en partie racontée dans le Livre de Style tout autant que les pratiques journalistiques qui y ont cours. Edwy Plenel aussi s'insurge : ***«Il faut débattre de notre métier, de notre culture professionnelle commune »*** et de rétorquer : ***« Le Monde n'est pas une institution, c'est une collectivité*** » [765] . Au dessin de Jean Plantu, opposé par François Rayneart, chroniqueur au *Nouvel Observateur*, représentant la fameuse souris bâillonnée et lisant l'ouvrage de Pierre Péan et de Philippe Cohen, Edwy Plenel répond, toujours dans la même logique : ***« Plantu, notre dynamique collective l'agace*** ».

Les exemples qui donnent crédit à la cohérence des propos des directeurs de

[762] Plenel E., *op. cit*., 26 février 2003.

[763] Colombani J.M., « A nos lecteurs », in *Le Monde*, vendredi 7 mars 2003.

[764] Propos tenus lors de l'émission Campus, le jeudi 6 mars 2003.

[765] *Idem*.

protégé en vertu de la loi du droit d'auteur.

publication et de la rédaction du *Monde*, pourraient se multiplier. Il est certain qu'il en va de leurs intérêts d'opposer une cohérence certaine aux accusations des deux journalistes investigateurs. Cela dit, sauf à imaginer que le Livre de Style du *Monde* anticipait la manœuvre de Pierre Péan et de Philippe Cohen, intervenue un an plus tard, les responsables du *Monde* ont tenu à rendre des comptes à leurs lecteurs bien avant qu'il leur soit sommé, par l'ampleur de l'événement, de le faire.

Il est toutefois un point précis sur lequel les responsables du *Monde* ont manqué quelque peu de cohérence. Nous avions noté, dans l'analyse du Livre de Style, la propension de ses auteurs, au premier rang desquels Jean-Marie Colombani et Edwy Plenel, à jouer de l'exclusivité : ***« il y a nous et les autres »***. Cette distinction est relativement claire dans l'éditorial d'Edwy Plenel : ***« une discipline collective*** ». Prompt à présenter les devoirs ***« d'un journaliste du Monde*** », le directeur des rédactions vise à afficher sans équivoque possible le signe distinctif. D'ailleurs il l'écrit : ***« Accepter, quotidiennement, l'épreuve des faits, c'est admettre que ceux-ci ne sont pas d'emblée réductibles à une seule et unique grille d'explication dont les journalistes en général et ceux du Monde en particulier seraient les dépositaires attitrés*** ». Il y a donc ***« les autres en général et les journalistes du Monde en particulier »***. Pourquoi insister sur ce point qui peut apparaître bénin ? Parce que, si dans le cadre d'une stratégie de renforcement de l'identité collective, cette distinction se justifie, elle n'est plus de mise lorsqu'il s'agit de contrer les accusations ***« d'hégémonie*** » qu'ont lancé Pierre Péan et Philippe Cohen à l'endroit du *Monde*. Dès lors, toutes mentions de type ***« un journaliste du Monde »*** ou ***« les journalistes du Monde*** » sont quasiment bannies du plaidoyer des deux directeurs qui vont, cette fois-ci, faire l'éloge de la profession, sans introduire de distinction. Ainsi on relève, dans les articles du *Monde*, que ***« Une enquête, dans notre métier, suppose des règles (…) ; Ce livre atteint notre métier pour la simple raison qu'il y banalise le discrédit et le déshonneur. S'il en fallait une seule preuve, elle est tout entière dans le peu de cas que font les auteurs des usages élémentaires de notre profession, ce code commun grâce auquel, par delà les titres et les groupes, notre métier peut prétendre avoir un sens (la vérité) et un crédit (la rigueur) ; Elle illustre un entêtement dans l'inexactitude que tout lecteur informé, et notamment un journaliste professionnel, peut de lui-même constater (…) ».*** La même stratégie est constatée dans l'émission littéraire *Campus*. Edwy Plenel rappelle, à cette occasion, ***«qu'il faut débattre de notre métier. C'est une bonne occasion, discutons ensemble de la profession. On a une petite culture professionnelle commune, on a, tous, le même métier : un outil à lunettes, un stylo et la vérité des faits*** » [766]. Jean-Marie Colombani aussi, souligne, non sans arranger quelque peu la situation, que ***« le problème de l'investigation est au cœur du livre qui donne un coup d'arrêt au journalisme d'investigation, au côté artisanal, difficile, délicat du métier*** » et de conclure ***« c'est injurieux et grave de discréditer une fonction de la presse qui nous met au cœur du projet du livre*** » [767]. Pourtant cette volonté de ramener sans cesse le débat à la presse en général et à la profession tout entière ne

[766] Propos tenus lors de l'émission Campus, le jeudi 6 mars 2003.

[767] *Idem*.

protégé en vertu de la loi du droit d'auteur.

résiste pas longtemps aux questions précises de Guillaume Durand. En effet, lorsque l'animateur revient sur l'amitié qui s'est nouée entre Edwy Plenel et Bernard Deleplace [768], le directeur des rédactions concède : ***« cette amitié m'a amenée à faire déontologiquement des choses que la profession réprouve*** » [769]. La précision des questions accule même à une certaine remise en cause qu'exprime les propos des deux directeurs : ***« Nous sommes à un stade où nous devons nous interroger. Nous devons tirer des leçons que nous ne serons jamais assez rigoureux*** » (J.M Colombani) ; ***« Ce journal a du pouvoir. Il peut même se tromper (…) nous avons tiré une leçon sur l'effet de loupe*** » (E. Plenel). Nous constatons donc que l'un des éléments de la stratégie de défense des responsables du *Monde* consiste à faire de leur combat celui d'une profession entière et de la presse en général sur laquelle pèse déjà ***« un environnement économique difficile ». Ce constat est d'autant plus clair dans la réponse qu'a adressée la rédaction du Monde aux deux auteurs et qui conclut ainsi : « Mais que cela soit écrit et publié, puis répété, sans aucune des exigences élémentaires du métier d'informer, est sans doute la plus désolante des leçons d'une affaire qui n'a pas fini de nous instruire sur l'état des médias en général et de notre profession en particulier*** » [770].

Il nous est apparu intéressant de mettre à l'épreuve le contenu du ***« Livre de style du Monde*** » dans la mesure où la publication de la ***« Face cachée du Monde*** » a donné lieu à des interrogations éthiques qu'ont volontiers repris les instigateurs du Livre. Ce qu'il nous paraît important à retenir de cette réflexion, c'est la manière dont les directeurs de la publication et des rédactions, mais aussi l'ensemble des rédacteurs, ont convoqué le journalisme, tantôt comme profession, tantôt comme métier. Il ne s'agissait pas de dissimuler son appartenance au *Monde* mais d'en nuancer l'importance pour mieux s'unir derrière une entité beaucoup plus forte, désormais unie pour se battre : la profession de journalistes à laquelle on reconnaît des règles et des pratiques soudainement communes.

Cette dernière remarque nous permet de rebondir sur un élément du Livre de Style qui a suscité toute notre curiosité. En effet, à la page 15 du Livre de Style du *Monde*, le lecteur retrouve ***« la Charte de Munich*** » dans son intégralité. Notre conversation téléphonique avec Laurent Greilsamer, datée du mardi 25 mars 2003, nous a permis d'y voir plus clair. ***« L'acteur*** » du Livre de style (vs les observateurs que nous sommes), nous rappelle le contexte de la création du document. ***« Il procède d'abord d'une volonté de concrétiser une idée qui a germée voilà près 15 ans et qui fut en partie réalisée lors de la mise en place d'un médiateur, en 1994. Le Livre de Style en est la suite logique*** » [771].

Selon Laurent Greilsamer, ***« 80 % du travail de réalisation ont consisté en***

[768] Bernard Deleplace a été secrétaire général de la Fédération autonome des syndicats de police (FASP) de 1981 à 1990, date à laquelle il a démissionné de ses fonctions.

[769] Propos tenus lors de l'émission Campus, le jeudi 6 mars 2003.

[770] «« Le Monde » oppose les faits aux accusations calomnieuses », in *Le Monde*, vendredi 7 mars 2003.

[771] Greilsamer L., *op. cit*.

l'élaboration de l'architecture du document et notamment de l'écriture des dictionnaires » [772] . Pour ce faire, Laurent Greilsamer a travaillé en étroite collaboration avec les 25-26 correcteurs que compte *Le Monde*. Les 20 % restant ont été consacrés à la partie ***« déontologie*** ». S'agissant du choix de l'introduction de *la Charte de Munich* dans le Livre, Laurent Greilsamer nous a précisé qu'il lui avait incombé et que c'était ***« intuitivement*** » qu'elle avait été intégrée au Livre de Style. Notre interlocuteur a souligné, en effet, l'importance que soit identifiée, par le lecteur, une référence professionnelle [773] . Or, à aucun moment, qu'ils s'agissent des articles publiés dans *Le Monde* ou de l'émission Campus, les responsables du Monde ont fait usage de cette ***« référence professionnelle*** ». Pourtant, il eut été sinon utile du moins logique d'en faire référence au regard des critiques qui portent sur des questions d'éthique journalistique dans l'ouvrage de P. Péan et P.Cohen.

Jean-Marie Charon, à l'occasion d'un séminaire consacré à la publication de la ***« Face cachée du Monde »,*** esquisse les thèmes suscités par l'enquête des deux journalistes et notamment celui ***« du gouffre entre les déclarations du Style du Monde et les pratiques journalistiques*** » [774] . Nous avons pris le risque de descendre dans le ***« gouffre*** » pour y extraire ce qui, en effet, sépare le contenu du Livre de Style des pratiques mises à jour dans l'ouvrage. Même si, selon J.G. Padioleau, l'ouvrage constitue ***« un phénomène social (…) qui remplit d'aise les disciples de la science sociale*** », nous prenons toutefois les précautions de ne pas tomber dans une quelconque polémique qui opposerait des interprétations contestables et conjecturales. Certains s'y sont risqués en qualifiant le livre de ***« pas sérieux en ce qu'il ne se fonde pas sur une enquête véritable*** » [775] d'autres, au contraire, s'interrogent : ***« faut-il y voir une critique du journalisme ?*** » [776] .

Il faut, dans l'ouvrage de Péan et Cohen, distinguer plusieurs acteurs sollicités, parfois, indistinctement [777] . Les deux auteurs expliquent leur démarche dans un ***« avertissement au lecteur*** », avertissement qui intervient après l'introduction : ***« Notre condamnation n'est pas morale mais politique : les faits nous enseignent que les méthodes employées par les dirigeants du Monde l'éloignent de plus en plus de sa vocation initiale pour le mettre au service du pouvoir d'un petit groupe d'hommes eux-mêmes entourés d'une caste bureaucratique-médiatique en voie de***

[772] *Idem*.

[773] Selon Laurent Greilsamer, une seconde édition, dont la sortie est prévue en octobre 2003, viendra améliorer cette première mouture car, toujours selon son maître d'œuvre, « *tout cela est perfectible* ».

[774] Charon J.M., Séminaire « Temps, médias et société », fondation nationale des sciences politiques, 14 mars 2003

[775] Eveno P., Séminaire « Temps, médias et société », fondation nationale des sciences politiques, 14 mars 2003.

[776] Dayan D., *idem*.

[777] Patrick Eveno souligne très justement « *qu'il faut délimiter l'entreprise et le journal : pour le NMPP, c'est l'entreprise qui fait du lobbying et non le journal* ».

 Copyright PRODHOMME Magali et Université Lumière - Lyon 2 - 2003.Ce document est

consititution. Ce livre s'adresse prioritairement à celles et ceux qui furent lecteurs attentifs et fervents, qui ont cessé de le lire ou qui en sont restés les acheteurs alternativement résignés et indignés, nostalgiques d'un temps où l'éthique professionnelle y campait au poste de commande » [778] . L'introduction recèle des éléments qui permettent, d'emblée, de situer l'avant et l'après, selon la configuration des auteurs. Ainsi le lecteur est amené progressivement à distinguer ***« le nouveau Monde*** » (quatre occurrences, pp.12,16,17,19 et 20) du ***« vieux Monde*** » (p13) ou encore du « ***Monde d'hier*** »(p18). Il y a en effet ***« ce qu'il fut avant*** » (p11) et ce qu'il est maintenant. S'il reste ***« un organe d'information insoupçonnable pour la grande majorité de ses lecteurs »*** [779] , il est aujourd'hui accusé par les deux journalistes ***« de dénonciation à sens unique*** », de ***« cynisme*** », ***« d'abus de pouvoir*** » et ***« d'autocratie*** » et de résumer : ***« Comme on le vérifiera, le nouveau Monde n'a donc plus de filiation morale, politique et culturelle avec le journal de Hubert Beuve-Méry »*** [780] . Le lecteur est inéluctablement amené à faire le lien entre la mise en accusation de ***« la nouvelle direction*** » (p11), ***« les nouveaux patrons*** » (p11), ***« les nouveaux responsables »*** (p15), ***« les dirigeants du Monde*** », ***« le Pdg du Monde*** » (p12), ***« le directeur de la rédaction »*** (p12), ***« les dirigeants du Monde*** » (p18) et *Le Monde*, le nouveau, en tant que journal. Devenu un instrument de manipulation, de dénonciation, d'intimidation bref de pouvoir, le ***« nouveau Monde*** » a perdu de son prestige. Cela dit, ***« faut-il effectivement y voir une critique du journalisme ? »*** et /ou une critique portant sur l'éthique professionnelle des seuls dirigeants du *Monde* ?. Car enfin, les auteurs ciblent tantôt le journal – ***« quand un journal se sert du contenu de ses propres colonnes pour contraindre ou séduire des actionnaires (…)*** » [781] - tantôt la rédaction – ***« si les conséquences de cette pratique sont gérables (c'est-à-dire acceptable sur le plan moral ou déontologique) à titre individuel, elles deviennent beaucoup plus délicates et discutables, une fois ladite pratique instaurée à l'échelle d'une rédaction*** » [782] -. Pour rajouter encore à la confusion, ils n'hésitent pas à user des procédés rhétoriques de la personnification (le journal se sert ; la part d'ombre du nouveau *Monde* ; la peur est devenue la principale arme du *Monde*. Une peur qu'il prétend mettre au service d'un combat (…) *Le Monde* clame que ses frontières sont dépassées (…), etc.) et de la synecdoque dont l'usage révèle l'ambiguïté de la critique. En effet, la critique ne vaut que si elle est située, or si l'introduction sème la confusion entre les cibles visées –l'échelle d'une rédaction, les dirigeants du *Monde*, *Le Monde*, le journal, le groupe *Le Monde*, Le pouvoir d'entre tous les pouvoirs, etc.-, les cinq cent cinquante pages restantes, à l'exception de la conclusion [783] , ne laissent aucune place à

[778] Péan P. et Cohen. P, *op. cit.*, p 22. Notons que si la condamnation est « politique », c'est bien la disparition d'une éthique professionnelle du journal qui est ici regrettée.

[779] *Ibid.*, p 11.

[780] *Ibid.*, pp. 18-19.

[781] *Ibid.*, p 17.

[782] *Idem.*

protégé en vertu de la loi du droit d'auteur.

l'équivoque : c'est la direction du *Monde*, et notamment Jean-Marie Colombani, Edwy Plenel et Alain Minc, qui font l'objet d'un salve de critiques, parfois même intuitu personae. Il paraît donc difficile d'y lire une critique du journalisme, dès lors que les auteurs ont accepté de jongler avec ces entités multiples. Cela dit, du seul point de vue de l'éthique professionnelle, dont il est fait référence dans l'avertissement, les accusations portent sur les faits suivants : ***« la partialité de nombres d'enquêtes, une inexplicable volonté de nuire, la fatuité de certains articles (…)*** » et la primauté donnée à ***« l'info spectacle, au racolage*** » [784] . Dont acte. Ces accusations sont étayées par de nombreux exemples de ***« dérapages*** » dont les auteurs sont clairement identifiés : ***« les journalistes qui font à présent les belles heures du Monde sont en réalité des gestionnaires de « fuites » en provenance de la Justice et de la police*** » [785] aux ***« techniques d'investigation critiquables*** » [786] qui incarnent un ***« modèle de journalisme moralisateur, justicier voire délateur »*** [787] qui procèdent ***« par réécriture de procès verbaux fournis par des juges ou des avocats »*** [788] et enfin qui ***« oublient de contextualiser et d'historiciser les dossiers*** » [789] . Le doute ne serait plus permis si, préalablement, les deux auteurs n'avaient pas pris la précaution de mentionner au détour d'une phrase : ***« Une fois devenu directeur de la rédaction, Edwy Plenel a en quelque sorte appris ses « ficelles » à ses affidés afin que le « tour de main » du « métier » puisse se perpétuer*** » [790] . Le second exemple de ciblage concerne cette fois-ci Jean-Marie Colombani. Il est motivé par les deux journalistes : ***« Bien entendu, jamais une telle idée ne nous serait venue à l'esprit si le directeur du Monde n'avait pas pris le risque de donner des leçons de morale réitérées sur le sujet »*** [791] . Selon les auteurs, ***« le premier indice d'une certaine liberté prise avec une éthique professée par ailleurs a été dénoncé dans Charlie Hebdo par François Camé*** » [792] . Le patron du

[783] En effet, on peut lire, dans la conclusion : « *le comportement personnel de ses responsables montre qu'ils ne croient guère aux valeurs défendues dans ses colonnes* » (p.600) puis, plus loin, « *Le Monde a davantage défendu des intérêts particuliers que ceux de la vérité* ».

[784] *Ibid*., p 14.

[785] *Ibid*., p 229.

[786] *Ibid*., p 234.

[787] *Idem*.

[788] *Ibid*., p 229.

[789] *Ibid*., p 230.

[790] *Ibid*., pp.228-229.

[791] *Ibid*., p553. Ces propos corroborent le titre du chapitre « Beuve, la paille et la poutre » en référence à une parabole du nouveau testament : « *Ne vous posez pas en juge, vous ne serez pas jugés (…) que j'ôte la paille qui est dans ton œil, toi qui ne vois pas la poutre qui est dans le tien* »

protégé en vertu de la loi du droit d'auteur.

Monde est accusé ***« jusqu'en janvier 1997, d'avoir touché 30 000 francs par mois pour sa participation à l'Heure de vérité*** » [793] laquelle se serait arrêtée en juin 1995. Plus loin, il est accusé d'avoir participé à des séances de ***« Média training*** », de profiter de voyages grâcieusement offerts et de multiplier les prestations pour d'autres médias. Le système de défense des accusés, celui, du moins, qui a été rendu publique, a consisté, comme l'avait laissé présager les auteurs [794] , à défendre le journal : ***« Le Monde*** » est-il un danger pour la démocratie » ; ***« Le Monde oppose les faits aux accusations calomnieuses*** » ; ***« Le journal est la cible d'attaques croisées des extrêmes dans des livres pamphlétaires et des libelles depuis les années 1950*** ». Ce n'est pas pour autant que les acccusés feignent les critiques personnelles comme en témoignent les nombreux paragraphes consacrés au sujet, dans l'article d'Edwy Plenel. Mais la chute de l'article déplace astucieusement le cœur du débat que le directeur de la rédaction du *Monde* avait pourtant savamment décrit auparavant. En effet, il conclut subtilement : ***« on se rassurera donc en supposant que MM. Péan et Cohen se sont trompés d'époque. A moins que, emportés par leur passion, ils ne témoignent des dérives et des confusions de notre temps »*** [795] . Or, alors même que Laurent Greilsamer évoque la nécessité que soit identifiée, par le lecteur, une référence professionnelle, celle justement rendue publique par le Livre de Style, nous nous interrogeons de savoir pourquoi les dirigeants du *Monde* n'y ont jamais fait référence ?

Il ne nous appartient pas d'apporter un jugement mais au contraire de comprendre la manière dont la critique est non seulement portée mais aussi située. Il est évident qu'il existe un ***« gouffre*** » entre les déclarations du Livre de style (voir plus haut) et certaines pratiques journalistiques dévoilées. Ceci dit, penser que le Livre de style sert de ***« brévaire de parfait petit journaliste vertueux*** » [796] est aussi naïf que d'imaginer que l'ensemble de la rédaction du *Monde* est totalement asservi aux voix de leurs maîtres. Si la prudence est de mise sur une polémique qui s'est éteinte aussi vite qu'elle est arrivée, un doute subsiste toutefois. Il porte sur le système de défense des dirigeants du *Monde* qui a laissé de nombreuses acccusations de dérives sans réponse et qui, par ailleurs, a étendu la critique à toute une profession laquelle paraît désormais être, elle aussi, concernée. Notre hypothèse reste entière : l'éthique professionnelle abrite des jeux de pouvoir et sert, en tant qu'objet du discours, d'une part à monopoliser la réprésentation normative d'une profession et, de l'autre, à imposer des rationnalités utilitaristes, cognitives et axiologiques. C'est ainsi que la condamnation politique (voire idéologique) rejoint la condamnation morale dans l'ouvrage de Péan et Cohen.

[792] *Ibid*., p 553.

[793] *Idem*.

[794] Les auteurs soulignent que « *si lui, Jean-Marie Colombani, est attaqué, c'est au Monde que l'on cherche à s'en prendre. Ceux qui ne sont pas avec le Parti sont forcément contre lui…* », p 556.

[795] Plenel E., *op. cit*., 26 février 1993.

[796] *Ibid*., p 552.

III) Les chartes dans la presse hebdomadaire nationale : l'exemple de *L'Express* et du *Canard Enchaîné*

1) La charte sur l'identité et l'indépendance de *L'Express*

A) INDÉPENDANCE RÉDACTIONNELLE ET SOCIÉTÉ DE RÉDACTEURS

La Société des rédacteurs de *L'Express*, rebaptisée depuis lors Société des Journalistes (SDJ) [797] a élaboré, en 1996, une charte sur l'identité et l'indépendance de *L'Express*. Discutée et amendée en assemblée générale, elle fut approuvée à l'unanimité, d'une part, par le président du directoire et directeur de la rédaction, Denis Jeambar et, de l'autre, par la SDJ. En juin 2000, elle a été actualisée et ce pour trois raisons :

- l'adapter à l'enrichissement de l'offre éditoriale (création du supplément Multimédia) ainsi qu'a l'irruption de nouveaux modes de communication
- obtenir son approbation formelle par Denis Jeambar
- l'imposer comme document de référence associé à l'accord sur les droits d'auteurs à l'ère d'Internet

Selon Vincent Hugueux, président de la SDJ, ***« il s'agissait à l'époque de réaffirmer et de garantir notre vocation d'hebdomadaire d'information générale. La fascination qu'exerçait le modèle Focus alimentait nos craintes en la matière. De plus, il nous semblait indispensable d'énoncer des principes relatifs à l'indépendance éditoriale, dans un moment où le journal suscitait des convoitises chez d'éventuels acquéreurs »*** [798] . Ce document diffère donc quelque peu des chartes que nous avons jusqu'alors analysées dans la mesure où il a été initié par des journalistes, ceux de la rédaction de *L'Express*, dans le but précis de garantir leur indépendance éditoriale. Même si le document édicte un certain nombre de principes et rappelle les valeurs auxquelles les journalistes sont attachés, il ne s'agit pas, à proprement parler, d'un code ou d'une charte de déontologie. Vincent Hugueux nous a d'ailleurs expliqué que ***« s'agissant du code, le débat est en cours*** » et de préciser ***« le principe d'une codification, énonçant des règles précises quant aux invitations, cadeaux, voyages, se heurte à de fortes résistances, dont certaines ne sont pas dénuées de fondements*** » [799] .

L'objectif est donc clair, il s'agit de se prémunir d'éventuelles tentations de

[797] La SDJ, composée des titulaires de la carte de presse souhaitant y adhérer, a pour mission, en vertu de l'article 2 de ses statuts, de veiller au maintien de la « tradition de qualité, d'indépendance et de liberté ».

[798] Hugueux V., correspondance électronique du 24 mai 2000. Le modèle Focus, très en vogue au milieu de la décennie 90, en référence à l'hebdomadaire allemand ainsi intitulé, renvoie à un concept de magazine « flashy », rythmé, privilégiant les papiers courts, la couleur et l'infographie.

[799] *Idem*.

Copyright PRODHOMME Magali et Université Lumière - Lyon 2 - 2003.Ce document est

l'actionnaire d'altérer l'identité ou de porter atteinte à l'indépendance de *L'Express*. Notons d'ailleurs que cette charte est soumise à tout nouvel actionnaire, majoritaire ou minoritaire.

Le document insiste particulièrement sur ***« l'indépendance rédactionnelle*** » qui, selon les auteurs, ***« n'a de sens que si elle s'exerce sur un double registre*** » :

- d'une part vis-à-vis de tous les pouvoirs politiques, économiques, philosophiques et spirituels
- d'autre part vis-à-vis de l'actionnaire ou des actionnaires

Telles sont les deux articulations principales de la charte sur l'identité et l'indépendance de *L'Express*. Autour d'elles, nous distinguons des éléments susceptibles d'éclairer l'identité du magazine. Il est qualifié, selon les paragraphes, ***« d'entité autonome*** », ***« d'œuvre collective*** » et enfin ***« d'organisme vivant*** ». Sa mission, largement inspirée du ***« legs des aînés*** », est : ***« d'aider le lectorat à anticiper et mieux saisir les élans et soubresauts du monde qui l'entoure*** ». Nul besoin, à l'instar du Livre de Style du *Monde*, de qualifier l'environnement du lectorat ***« d'obscur*** » non plus que d'insister sur ***« les réalités cachées*** » ou encore ***«occultées par les courants dominants de l'actualité*** ». Le contenu de la Charte d'indépendance de *L'Express* n'abonde aucunement dans ce sens. Notons toutefois qu'elle ne fait pas l'objet d'une publicité, ce qui aurait pu en nuancer quelque peu la tonalité.

B) « LE RESPECT DÛ AU LECTEUR »

Aux côtés des termes de ***« renommée*** » et de ***« succès*** » sur lesquels les rédacteurs du document ne s'étalent pas, le premier paragraphe met d'emblée en exergue ce à quoi les journalistes de *L'Express* semblent attachés : ***« le respect dû au lecteur, à son intelligence comme à sa curiosité*** ». Le pari de l'hebdomadaire ne réside pas sur ***« le confort de lecture*** » susceptible de conduire à ***« la conquête du lectorat »*** mais sur son intelligence et sa curiosité. La tournure paraît quasi pléonastique tant il est vrai que parier sur l'intelligence et la curiosité du lecteur, c'est déjà l'expression d'un respect. Pour ce faire, un certain nombre de valeurs doivent mobiliser l'ensemble de la rédaction de l'hebdomadaire : ***« la rigueur, la tolérance, le pluralisme, l'inventivité, l'engagement éclairé et la fiabilité »***.

Au-delà de ces considérations, d'autres recommandations viennent rappeler aux journalistes de *L'Express* l'incompatibilité d'exercer des responsabilités politiques (…) avec le statut de journaliste mais aussi le lien de subordination qui l'oblige auprès de la direction de la rédaction. Vincent Hugueux a d'ailleurs fait preuve de clarté à ce sujet : ***« Un texte de cette nature procède par essence d'un compromis. Il s'agissait d'énoncer clairement des principes fermes, sans que la direction puisse percevoir cette initiative comme une tentative de grignotage de ses prérogatives, ce qui est nullement notre ambition*** » [800]. Cette subordination, à laquelle sont soumis les journalistes de *L'Express*, n'est pas la seule. Il en est une seconde qui relève des

[800] Hugueux V., correspondance électronique du 24 mai 2000.

protégé en vertu de la loi du droit d'auteur.

« convictions » des rédacteurs et qui constitue un bel exemple de compromis : ***« L'Express est un organisme vivant. Ses journalistes sont ouverts au changement, pleinement conscients des impératifs de la concurrence et attentifs aux mutations de la société dans laquelle ils évoluent. Convaincus de la nécessité de subordonner ces exigences aux valeurs, mentionnées plus haut, ils se trouvent associés, notamment par le biais de leur instance élue, à la réflexion relative au devenir de L'Express et aux choix qui en découlent*** ».

Quelles remarques pouvons-nous dresser à l'issue de cette analyse ? La première tient aux nombreux points de convergence qui existent entre les prédications de la charte d'indépendance de *L'Express* et celle de Munich. Rappelons-nous que Vincent Hugueux nous avait répondu, à son sujet : ***« A franchement parler, je ne connais pas le contenu de la charte bavaroise*** » [801]. Ces points de convergence portent notamment sur le volet ***« déclaration des droits*** » mais aussi sur le respect du lecteur et de son droit à être informé, même si la chose n'est pas formulée ainsi. Cela dit, il est explicitement mentionné que ***« les journalistes de L'Express doivent avoir le souci et les moyens de ne rien entreprendre qui ne soit dicté par le seul intérêt du lecteur et de son information*** ». En revanche, ce qui paraît irréductible, c'est que la responsabilité des journalistes de *L'Express* vis-à-vis du public prime, certes, mais elle est toutefois encadrée par celle des ***« chefs de services, de la direction de la rédaction et de celle de la publication »*** et subordonnée aux ***« devenir de L'Express et aux choix qui en découlent »***. Ce qui ne saurait être le cas dans *la Charte de Munich*. Cela dit, c'est là un choix clairement assumé par le président de la société des Journalistes, Vincent Hugueux, qui soulignait : ***« Les journalistes n'ont pas, à mon sens, et quelle que soit la noblesse de la cause, vocation à se substituer à la direction de la rédaction. Dans l'intérêt commun, il me paraît nécessaire de s'assurer que tous les membres de l'équipe partagent des valeurs communes. A cet égard, on peut soutenir que l'initiative d'une charte déontologique revient naturellement à la dite direction »*** [802].

Même si un certain nombre de dispositions ont trait à des considérations éthiques (rigueur, tolérance, inventivité, etc.), l'essentiel du document de L'hebdomadaire *L'Express* vise l'indépendance des journalistes vis-à-vis des pouvoirs. Consciente de la difficulté de l'exercice, qui n'est pas seulement un exercice de style, la Société des journalistes à qui revient l'initiative, a volontiers accepté le processus d'intercompréhension et, inéluctablement, celui du compromis.

2) Le Canard Enchaîné : une manière d'être « correct »

A) UNE DÉMARCHE SINGULIÈRE

« Nous, on n'a pas de charte, mais on essaie d'être correct » [803]. S'il fallait résumer la

[801] En réponse au questionnaire daté du 26 juin 2000.

[802] Hugueux V., correspondance électronique du 24 mai 2000.

[803] Angeli C., interview téléphonique datée du 25 mai 2000, voir annexe.

protégé en vertu de la loi du droit d'auteur.

position du *Canard Enchaîné* à l'égard des questions d'éthique et de déontologie professionnelles, nous retiendrions volontiers cette réponse qui nous a été adressée par Claude Angeli, rédacteur en chef de l'hebdomadaire. Claude Angeli a eu la bienveillance de nous accorder un entretien téléphonique, le vendredi 25 mai 2000. Notre démarche consistait non pas en un traitement de faveur mais à reconnaître, au *Canard Enchaîné*, un statut un peu particulier : ***« journal qui est une puissance, au caractère unique au monde (…) frondeur, irrespectueux vis-à-vis de tous les pouvoirs***» [804] . Depuis 88 ans qu'il existe, le journal n'a eu de cesse d'afficher ses engagements, de mener combat mais aussi et surtout de façonner la culture politique française ce qui lui vaut le titre de ***« grand inquisiteur des turpitudes du pouvoir*** ». Véritable institution, le *Canard Enchaîné* incarne, en France et depuis 1960, l'excellence de l'investigation journalistique [805] . Journal de contestation, de protestation, Le *Canard Enchaîné* adopte une manière de faire, tel un parti pris philosophique, que l'on pourrait résumer ainsi : satire, dénonciation, raillerie, refus de l'esprit de sérieux et même ***« gaieté, humour, comique, ironie, tous ces termes qui ne sont pas interchangeables, ont édicté des normes de langage et de mise en page, réglé des rites, dirigé des choix esthétiques, orienté toute une vision du monde »*** [806] . Cela dit, il y règne aussi une certaine manière d'être largement inspirée du caractère fondateur de la Première Guerre mondiale : ***«Tout part de là, tout y revient : la lutte contre le bourrage de crâne, le pacifisme et l'antimilitarisme, la dénonciations des profiteurs de toutes sortes vont rester comme autant d'attitudes et de réflexes identitaires au long de l'histoire du journal »*** explique l'historien [807] . Ces thèmes sont donc venus nourrir ***« l'esprit Canard*** » dont Laurent Martin souligne la singularité : ***« elle tient à l'intention proclamée et, en partie, réalisée, de vivre collectivement selon les principes même qui étaient défendus dans les colonnes du journal, d'illustrer dans le fonctionnement interne du groupe les vertus cardinales de l'honnête homme »*** [808] .

Cette singularité justifie la singularité de notre démarche à l'égard du *Canard Enchaîné*. Notre interrogation première consistait à s'enquérir de cet esprit Canard articulé aux questions d'éthique professionnelle. Il s'agissait, plus précisément, de savoir si les pratiques antérieures, qui ont forgé l'identité collective du journal, pouvaient faire office de jurisprudence en matière de déontologie et d'éthique, un modèle de traitement de l'information comme mémoire du *Canard Enchaîné*. Même si le travail de Laurent Martin contribue largement à répondre à cette question, nous ressentions toutefois la nécessité d'interroger la source. Avant d'en arriver aux réponses de l'actuel rédacteur en chef, Claude Angeli, nous voudrions camper le contexte de notre interview téléphonique,

[804] Martin L., *op. cit.*, 2001, pp. 11-12.

[805] Lire à ce propos le chapitre, « Le temps des affaires », in Martin L., *op. cit.*, p 395.

[806] *Ibid.*, p 532.

[807] *Ibid.*, p 528.

[808] *Ibid.*, p532.

Copyright PRODHOMME Magali et Université Lumière - Lyon 2 - 2003.Ce document est

intervenue à l'issue du bouclage du journal. Nous avions pris le soin de lister un certain nombre de questions qui avaient trait à la vérification de l'information, l'usage des sources, le développement des chartes maisons, *la Charte de Munich*, etc. Claude Angeli s'est totalement prêté au jeu des questions/réponses, parfois avec beaucoup d'indulgence et de patience lorsqu'il s'est agi, pour nous, de revenir à la charge avec insistance voire d'être, à notre tour, quelque peu frondeur. Il nous a semblé que, sur les questions précises de déontologie et d'éthique professionnelle, la réponse tenait en une ligne : ***« Ecoutez, c'est le respect des autres. On n'est pas des procureurs, on n'est pas des chasseurs*** » et d'insister ***« Oui, oui. Nous ne sommes pas des procureurs, nous ne sommes pas des chasseurs, et le journaliste doit faire son travail correctement, avec rigueur »*** [809] . L'occurrence du mot ***« correct*** » est revenue à cinq reprises et toujours pour qualifier la manière d'être d'un journaliste, qu'il appartienne ou non au *Canard Enchaîné*. Être correct, selon notre interlocuteur, c'est respecter les autres, qu'il soit lecteur, informateur voire même la cible du journal. A cet égard, Claude Angeli s'est montré extrêmement précis : ***« On a interrogé Carignon, quand on mettait en cause Carignon, on a interrogé Tibéri pour les faux électeurs, on a interrogé toujours »*** [810] . Cette pratique procède aussi de la vérification des sources, principe auquel sont attachés les journalistes du *Canard*. Être correct, c'est aussi ***« ne pas enregistrer de source en douce »***, ***« respecter le Off*** » et de préciser, naturellement, : ***« on peut se tromper, mais on ne fait pas de coup tordu »*** [811] . Être correct enfin, c'est respecter la vie privée des personnes publiques. Or c'est là un point sur lequel notre interlocuteur a largement insisté. Les limites, entre vie publique et vie privé, sont posées comme telles dans le journal : ***« Si un homme politique a un neveu qui fait du trafic de drogue, s'il le protège ou qu'il essaie d'intervenir pour qu'il ne soit pas poursuivi, là on n'est plus dans le cadre de la vie privée. Sinon, bon, il n'est pas responsable de ce que fait son neveu »*** [812] . Ces limites nous éloignent indubitablement du modèle anglo-saxon, porté à l'acmé avec l'affaire Lewinski ou encore les révélations publiques de l'homosexualité d'un ministre anglais.

Questionné à propos de la prolifération des chartes maisons, Claude Angeli n'affiche aucun parti pris si ce n'est de remarquer, sans grandes convictions, que ***» c'est devenu un petit peu un principe »*** et de s'interroger ***« je ne sais pas si c'est une solution*** ». Et nous de relancer ***« Et c'est quoi la solution ? »*** : ***« je n'en sais rien moi. C'est simplement, moi je pense que les journalistes doivent se comporter de façon correcte*** » [813] . L'adverbe ***« simplement*** » est significatif de la position du rédacteur en chef du *Canard Enchaîné*. Les questions d'éthique professionnelle et de déontologie,

[809] Angeli C., interview téléphonique datée du 25 mai 2000, voir annexe.

[810] *Idem*.

[811] *Idem*.

[812] *Idem*.

[813] *Idem*.

Copyright PRODHOMME Magali et Université Lumière - Lyon 2 - 2003.Ce document est

auxquelles notre interlocuteur nous dit ***« croire profondément*** », ne justifient pas de longues palabres. Seul le respect de l'autre, tient lieu, au *Canard Enchaîné*, de valeur essentielle de la pratique journalistique.

B) SAUVEGARDER L'ESPRIT DU *CANARD*

Il est intéressant de noter que jamais le *Canard Enchaîné* s'est trouvé en position de justifier de ses choix rédactionnels auprès des lecteurs quasi complices et ce en dépit d'une préoccupation assez vive qu'a évoqué feu Roger Fressoz, en 1995 : ***« Le Canard a changé d'échelle à partir du moment où il a été lu par plusieurs centaines de milliers de lecteurs. Comment répondre à l'attente de publics forcément hétérogènes, comment garder ces lecteurs aux attentes différentes ? Comment sauvegarder l'esprit du Canard ? Cela a toujours été mon obsession*** » [814]. Cette obsession est manifestement partagée par tous ceux qui dirigent ou ont dirigé un organe de presse. Ceci dit, ce qui protège le *Canard Enchaîné* des sirènes du lecteur, qu'ils s'agissent de son confort ou de ses habitudes de lecture, réside dans ce ***« contrat de lecture*** » implicite qui lie l'hebdomadaire à ses lecteurs. Ce n'est plus la proximité mais la complicité qui anime ce contrat de lecture au point que, au regard de l'opinion, le *Canard Enchaîné* incarne une institution. Or ***« ce qui fait une institution, est la sanction publique de cette prétention »*** [815]. Si Laurent Martin, pour étayer ce point précis, reprend un certain nombre de déclarations qui restaurent et entretiennent le mythe [816], nous voudrions pousser la démonstration de ***« la sanction publique de cette prétention*** » encore plus loin. Revenons à notre interview. Nous avons sollicité la réflexion de Claude Angeli sur ***« l'affaire Crozemarie*** ». Les premiers articles, publiés dans le *Canard*, relatant le train de vie de Jacques Crozemarie, fondateur et ancien président de l'ARC, datent de 1989. En décembre 1994, le *Canard Enchaîné* porte la plume dans la plaie et révèle un certain nombre d'informations qui seront confirmées par la Cour des comptes deux ans plus tard, en 1996. En juin 2000, Jacques Crozemarie est condamné, par la Cour d'appel de Paris, à quatre ans de prison ferme et 2.5 millions de francs d'amende pour abus de confiance et recel d'abus de biens sociaux au préjudice des donateurs. Pourquoi évoquer cette affaire précise ? Parce que selon nous, elle illustre parfaitement, non seulement la complicité mais aussi et surtout la confiance que placent les lecteurs et autres informateurs dans cette institution médiatique. Claude Angeli nous a expliqué que ***« si le facteur arrivait chaque jour avec quelques informations ou si le téléphone nous servait à nous mettre sur les pistes, ça faciliterait le travail. Non, avec Crozemarie, c'était quand même des gens qui avaient le sens civique, qui nous alertaient non pas pour dénoncer Crozemarie, mais c'était une affaire importante, c'est l'argent que les gens donnent et tout quoi…*** » [817]. Ce qu'il nous a

[814] Martin L ; *op. cit*., p 534.

[815] *Ibid*., p 535.

[816] Lire à ce propos Martin L., *op. cit*., pp. 535-536.

[817] Angeli C., interview téléphonique datée du 25 mai 2000, voir annexe.

protégé en vertu de la loi du droit d'auteur.

paru intéressant de souligner c'est le fait que ***« le sens civique des gens*** » les conduit non pas à la Justice, véritable institution, mais au ***«Canard Enchaîné*** ». Le rédacteur en chef nous répond modestement que ***« ce n'est pas le problème de saisir la justice. Je veux dire qu'à un moment donné, les gens qui ont une réaction civique heu…peuvent penser que le Canard Enchaîné est un média intéressant et important parce qu'il n'a pas peur*** » [818] . Certes le contexte de l'affaire Crozemarie a dû freiner les ardeurs de ses détracteurs car comme le dit Claude Angeli ***« y'avait des défenseurs de Crozemarie qui étaient très importants…des professeurs célèbres qui ne voulaient pas nous croire*** » [819] . Certes encore, la peur a aussi dû les conduire à préférer l'anonymat que leur offrait le *Canard Enchaîné* à la publicité des tribunaux. Cela dit, il apparaît clairement que saisir le *Canard Enchaîné* ainsi (et l'affaire Crozemarie est un exemple parmi tant d'autres) c'est lui conférer un statut particulier, celui d'une véritable institution, sanctionner par ***« le sens civique des gens*** ». Nous pensons que cette sanction publique porte également sur le ***« respect de l'autre*** » dont il ne fait aucun doute qu'il est partagé par des lecteurs aux attentes pourtant différentes. Et Laurent Martin de conclure ***« Mais que cette institutionnalisation ne soit rien d'autre –ou pas moins- que la reconnaissance d'une étroite adéquation intellectuelle de son temps, qu'elle ait été tout à tour revendiquée et rejetée par les journalistes du Canard enchaîné, elle s'est peu à peu imposée dans l'esprit du public –des publics devrait-on dire – comme une évidence et avec elle l'idée d'un pouvoir exercé par l'hebdomadaire »*** [820] .

IV) Les productions déontologiques dans le service public

Ce dernier volet de l'analyse des chartes dans les médias français sera consacré au service public. Plusieurs documents seront soumis à l'analyse parmi lesquels :

- L'accord relatif à la déontologie des journalistes à *France 2* (24 août 2000)
- Les infos sur *Arte* (17 mars 2000)
- Le projet éditorial pour l'information *France 3*. Convention Cadres (6-7 juin 2001)
- Mise en place d'une charte de *FranceTélévisions*. Rapport d'étape (8 novembre 2000) et Charte de l'antenne de *FranceTélévisions*. Projet, 2ème mouture (2001)

Le service public a toujours affiché sa préoccupation à l'égard des questions d'éthique professionnelle, préoccupation qui a donné lieu à une production importante de textes à l'interne. Parmi eux, nous pouvons citer :

- *France 2* : orientations déontologiques et éthiques de la chaîne, 1996
- Accord déontologique rédaction *France 2*, 2000

[818] *Idem*.

[819] *Idem*.

[820] Martin L., *op. cit.*, p 538.

protégé en vertu de la loi du droit d'auteur.

- Éthique et déontologie. Propositions *France 3*, février 1996
- *France 3* : éthique et réglementation de l'antenne, 16 septembre 1999
- Déontologie de l'information dans les rédactions de *France 3*, 1996
- Statut des médiateurs
- Lettre du médiateur *France 2*
- Lettre du médiateur *France 3*.

Les trois chaînes (*France 2, France 3, Arte*), dont nous nous apprêtons à analyser les documents relatifs à la déontologie journalistique, appartiennent toutes au groupe *FranceTélévisions*.

FranceTélévisions, dont l'État détient la totalité du capital, est une société créée par la loi sur la communication audiovisuelle et qui est ***« chargée de définir les orientations stratégiques, de coordonner et de promouvoir les politiques de programmes et l'offre de services, de conduire les actions de développement en veillant à intégrer nouvelles techniques de diffusion et de production »*** [821] .

Avant de nous intéresser au document censé rassembler l'ensemble des chaînes publiques sous la même bannière éthique et déontologique, nous nous pencherons d'abord sur les documents spécifiques à l'identité et aux pratiques de chacune de ses chaînes.

1) « Les infos sur *Arte* » : une stratégie de positionnement

Robert Amlung, rédacteur en chef d'*Arte Info*, nous a adressés en juillet 2000, un document intitulé ***« Les infos sur Arte*** ». Ce document relève plus de la clarification de la ligne éditoriale que d'une charte édictant des principes éthiques et déontologiques. Pourtant, Robert Amlung a répondu par l'affirmative à notre question : ***« disposez-vous au sein de votre rédaction, d'une charte et d'un code de déontologie ? »***

Véritable ***« fil rouge*** » du travail des journalistes d'*Arte Info*, ce document de trois pages présente trois volets essentiels applicables au seul JT d'*Arte Info* dont le créneau horaire est 19h45-20h10 : ***« Point de départ*** » ; ***« Préceptes des infos sur Arte*** » et ***« la ligne éditoriale des infos sur Arte*** ».

Le ***« Point de départ*** » est, comme son nom l'indique, un rappel de l'appartenance d'*Arte* à la ***« famille des chaînes publiques*** » et son corollaire : ***« pour toute chaîne publique, l'information est un élément indissociable de son identité »***. Or, en ce qui concerne *Arte Info*, l'important est de ***« se démarquer des journaux télévisés proposés sur les autres chaînes*** » en énonçant les caractéristiques d'une information et de son traitement sur *Arte* : ***« approfondissement, critique, clarté, précision*** » mais aussi et surtout ***« une attention particulière pour l'Europe et l'international*** ». Ces préceptes donnent lieu à une déclaration énoncée comme un slogan : ***« la politique européenne, c'est notre politique intérieure ».*** Si la tradition française d'afficher son point de vue est requise (vs le ***« nachrichtenjournalismus allemand*** » dont le but est de se limiter à

[821] La Charte de l'antenne de *FranceTélévisions*, 2ème mouture, 2001, p 5.

donner les faits), il n'en demeure pas moins que la séparation entre information et commentaire l'est aussi. L'enjeu n'est pas de donner une visée d'une certaine manière d'être du journaliste mais bien plutôt d'une certaine manière de faire le journal d'*Arte Info* dont il est sans cesse rappeler la spécificité : ***« racines binationales, illustrer les grandes décisions européennes par des exemples concrets, complément des journaux télévisés nationaux »***. L'ambition est clairement affichée et est loin de constituer une référence éthique mais bien plutôt l'aboutissement d'une stratégie de positionnement : ***« Nous avons l'ambition de devenir les meilleurs sur l'Europe. C'est un énorme chantier à engager, et le travail va durer plusieurs années, mais il y a là un créneau encore peu exploité par les autres*** ». Manifestement, le créneau éthique et déontologie journalistique reste aussi inexploitée par la chaîne qui revendique avant tout ***« une identité forte et originale*** ».

2) *France 2* : l'éthique et la déontologie au service de la mission publique

Le 24 août 2000, la société *France 2*, représentée par son président, Marc Teissier, et les organisations syndicales (CFDT, CFTC, CGC, CGT, FO et SNJ) entérinaient un accord relatif à la déontologie des journalistes à *France 2*. Il est noté, en préambule, qu'en dépit des textes qui régissent la profession, à savoir la charte des devoirs du journaliste et la convention collective nationale du travail des journalistes et son avenant audiovisuel (notamment article 5 et 7), il est apparu souhaitable qu'à l'aune ***« de la multiplicité des situations auxquelles se trouve confronté le journaliste »***, un certain nombre d'éléments soit précisé, voire, amélioré. L'accent est mis essentiellement sur deux points : le développement des actions de communication et certaines dérives constatées dans le traitement de l'information. Les principes mis en exergue le sont au nom d'éléments clairement hiérarchisés : la mission de service public de l'information, l'image de la société et enfin la crédibilité du travail des journalistes.

Cet accord se compose de sept articles dont trois qui portent sur son champ d'application, son suivi, sa date d'effet et de durée. Il concerne l'ensemble des salariés employés dans l'entreprise en qualité de journalistes, qu'ils soient engagés sous contrat à durée indéterminée ou déterminée. L'accord prévoit un bilan annuel de l'application des dispositions par les signataires. Il a été mis en application le 24 août 2000 pour une durée indéterminée.

Les quatre articles restant s'attachent à répondre à un certain nombre de situations auxquelles les journalistes sont nouvellement confrontés. Nous avons fait le choix de résumer ces points dans le tableau qui suit :

Copyright PRODHOMME Magali et Université Lumière - Lyon 2 - 2003.Ce document est

Thématiques abordées	Contenu déontologique
Traitement de l'information	- sérieux de l'enquête grande vigilance dans l'emploi des termes vérification des sources respect de la personne
Traitement de l'image	- être correctement identifiée respect de la personne rester maître de la qualité professionnelle des sujets traités
Collaborations extérieures	- principe d'exclusivité proscrire l'activité de communication indépendance et crédibilité du journaliste fausse déclaration relative à une collaboration extérieure = faute professionnelle
Financements extérieurs	- indépendance du journaliste

A) LE CONTEXTE DE JUDICIARISATION DE LA PRATIQUE PROFESSIONNELLE

L'accord relatif à la déontologie des journalistes de *France 2* complète en effet les documents qui régissent déjà la profession par un exposé précis de quelques règles de bonne conduite. Nous pouvons noter, d'une manière générale, que cette production a manifestement été motivée par un contexte de judiciarisation de la pratique professionnelle et notamment celui de la loi Guigou renforçant la protection de la présomption d'innocence, loi qui fut définitivement adoptée le 30 mai 2000. Il est intéressant de souligner que, bien avant l'adoption de la loi, les chaînes de télévision tous secteurs confondus, avaient vivement réagi. Un article du *Monde* titré ***« Les chaînes de télévision plaident l'autorégulation »***, daté du 13 septembre 1999, relate les réactions a priori des diffuseurs. Ainsi, ***« les chaînes, qui encourront des amendes de 15243 euros par infraction faite à la loi Guigou, plaident l'autorégulation*** » et soulignent que ***« si elle était votée, la nouvelle loi risquerait au pire de porter atteinte au droit à l'information, au mieux d'être redondante avec les pratiques déontologiques déjà en vigueur »***. Robert Namias estime, même, que : ***« si l'arsenal juridique actuel est déjà très important*** *» sur les sujets du droit à l'image, de la présomption d'innocence et de la protection de la vie privée, il reconnaît que* ***« objectivement, peu de médias respectent une éthique professionnelle de ce type »*** [822] . A l'évidence, les responsables de *France 2* n'ont pas craint ***« la redondance avec les pratiques déontologiques déjà en vigueur*** » puisqu'ils ont fait le choix d'un accord qui vient compléter les textes existants mais aussi et surtout qui protège le diffuseur de procès coûteux. Ainsi, en dépit du contenu de la loi Guigou, dont il faut souligner la difficulté d'application [823] , la direction et la rédaction de France 2 ont souhaité, d'un commun accord, éclaircir la situation : ***« Quelles que soient les circonstances, les journalistes***

[822] Propos de Robert Namias rapportés dans : « Les chaînes de télévision plaident l'autorégulation », in *Le Monde*, 13 septembre 1999.

[823] Lire à ce propos l'article du *Monde*, daté du 13 septembre 1999, qui a soumis au cabinet de l'ancienne Garde des sceaux un exercice de style : « Dix photographies célèbres commentées par le cabinet du ministre ».

protégé en vertu de la loi du droit d'auteur.

doivent éviter de porter atteinte à la dignité de la personne, à son droit à l'image et à sa présomption d'innocence, en France comme à l'étranger » ; ***« la connaissance des termes juridiques, techniques et l'exacte transmission des noms propres, qualités, lieux…doivent rester un souci permanent »*** (article II) ; ***« S'agissant de l'image, la plus grande attention sera observée chaque fois qu'une personne est reconnaissable à l'antenne*** » (article III). Cet éclairage, à l'aune de la loi Guigou sur le droit à l'image et la présomption d'innocence, peut en effet paraître redondant. Cela dit, au regard des chartes de Munich ou du SNJ ainsi que de l'avenant audiovisuel, ces règles sont complémentaires. Que ce soit *La Charte du SNJ* ou encore l'avenant audiovisuel de service public, aucune mention n'est faite sur le respect de la dignité de la personne. Quant à *la Charte de Munich*, elle expédie la chose en une phrase : ***« s'obliger à respecter la vie privée des personnes*** ». Donc, seule l'interprétation jurisprudentielle est venue nourrir le débat du principe de respect de la vie privée, posé par l'article 9 du code civil, et encadrer la pratique professionnelle. Il est donc étonnant de remarquer avec quel empressement la direction de la chaîne *France 2*, dans un contexte où la liberté d'informer est rééquilibrée à l'aune des droits de la personne et de sa dignité, aspire à conclure un accord avec sa rédaction. Cet empressement est d'autant plus étonnant que maints événements auraient pu, notamment celui du décès de la princesse de Galles, susciter une telle mise au point. En dépit des doutes qu'il a suscités dès 1999, y compris parmi les magistrats, il semble que ce projet de loi ait été un puissant moteur de la réflexion et de la mise au point d'un certain nombre de règles absentes des chartes et autre avenant [824] .

B) LA QUESTION DES «MÉNAGES »

Si ces questions de traitement de l'information et de l'image articulée au respect de la personne semblent préoccuper la chaîne généraliste du service public, il est un second point sur lequel la direction et la rédaction de *France 2* ont largement insisté : ***« Les collaborations extérieures »*** (article IV). Point d'orgue de la crédibilité journalistique, il n'est pas une charte qui ne rappelle aux journalistes le devoir de ne pas mettre sa qualité au service d'intérêts privés. Ainsi, dans *La Charte du SNJ,* il est convenu qu'un journaliste digne de ce nom ***« ne touche pas d'argent dans un service public ou une entreprise privée où sa qualité de journaliste, ses influences, ses relations seraient susceptibles d'être exploitées »*** ou encore ***« qu'il ne signe pas de son nom des articles de réclame commerciale ou financière ».*** Dans *la Charte de Munich*, il en va de même : ***«ne jamais confondre le métier de journaliste avec celui du publicitaire ou du propagandiste ; n'accepter aucune consigne, directe ou indirecte, des anno nceurs*** ». Or, il semble que la tentation est grande, pour certains journalistes, de pratiquer ce que l'on appelle communément dans l'audiovisuel ***« les ménages*** ». Qu'il s'agisse de training média, d'animations de débats ou, de manière plus noble, d'enseignement, ces pratiques sont désormais extrêmement encadrées et soumises, pour la plupart, à autorisation. L'interdiction s'applique pour le training média, les collaborations à des

[824] Dans un article du *Monde*, daté du 13 septembre 1999, Marie-Thérèse Feydeau, vice-présidente du TGI de Paris déclarait : « *Je ne suis pas certaine, compte tenu de l'arsenal juridique dont nous disposons, qu'il soit nécessaire de légiférer dans une matière qui relève d'abord de la déontologie du journaliste* ».

protégé en vertu de la loi du droit d'auteur.

événements divers (colloques, séminaires, salons, etc.), organisés par une entreprise ou une association, qui rémunèrent la prestation du journaliste. Toute collaboration à un document écrit ou audiovisuel pour le compte d'une entreprise, d'une institution ou encore d'une association, dès lors qu'elle est rémunérée, est strictement interdite par la direction de *France 2*. A cet effet, l'accord présente, en annexes, plusieurs tableaux qui récapitulent les différents cas de figure des collaborations extérieures. Il stipule par ailleurs, dans l'article IV, qu'au nom ***« de l'indépendance et de la crédibilité du journaliste (…) toute activité de communication est proscrite ».*** Si elles sont autorisées, ces collaborations extérieures obligent le journaliste à ne pas se réclamer de son appartenance à *France 2*. Et d'ajouter ***« Toute non-déclaration ou déclaration fausse relative à une collaboration extérieure, constitue une faute professionnelle, qui sera sanctionnée conformément à la CCNTJ et à l'avenant audiovisuel*** ».

L'accord relatif à la déontologie des journalistes de *France 2* est un utile complément aux documents qui régissent déjà la profession. Il pointe un certain nombre de règles qui correspondent aux évolutions nombreuses de l'environnement médiatique notamment en matière juridique et de communication. Il s'agit, à l'évidence, d'un accord qui s'inscrit dans l'air du temps et qui vise d'une part à préserver l'image de la société *France 2* et, d'autre part, son pendant, à renforcer la crédibilité du travail du journaliste.

Avant de nous intéresser à la charte d'Antenne, censée subsumer l'ensemble des règles déontologiques des chaînes publiques constitutives de *FranceTélévisions*, nous nous pencherons sur le projet éditorial pour l'information de *France 3* tel qu'il a été présenté à l'occasion de la convention cadres, le 6-7 juin 2001.

3) L'information et la déontologie à *France 3*

L'objet du document est clairement énoncé dans l'introduction : ***« Il s'agit de préciser les objectifs majeurs de la chaîne en matière d'information et de permettre à chacun de situer son action dans un ensemble cohérent »***. Si l'on se réfère à notre questionnaire, il y a là une volonté évidente de ***« fédérer la rédaction*** » autour d'objectifs rédactionnels et déontologiques communs. Le projet s'articule autour de quatre grands volets que sont :

- Les principes de l'information à *France 3*
- Être journaliste à France 3
- Une offre d'information commune, des éditions multiples
- Déontologie

A) CONSERVER L'IDENTITÉ DE *FRANCE 3*

« Les principes de l'information à France 3 » ainsi que le volet ***« être journalistes à France 3*** » sont deux exemples de communication interne de la chaîne publique, au sens de mise en partage de valeurs, de responsabilités, de principes et de compétences qui forgent la démarche éditoriale de la chaîne régionale. L'axe ***« déontologie*** » n'est pas en reste. En effet, il est tout autant un moyen de motiver les troupes et de conforter leur réputation : ***« Les journalistes travaillant à France 3 sont réputés exercer les***

capacités de responsabilité et de jugement personnel, en toutes circonstances » que d'encadrement sur certaines pratiques et notamment celles des collaborations extérieures. Si *France 2* a fait le choix d'un encadrement relativement strict, *France 3* apparaît moins restrictif et se contente de préciser que ***« les journalistes à France 3 sont libres de leurs engagements personnels. Il leur appartient de veiller à ce qu'aucune confusion ne puisse s'instaurer entre leur activité professionnelle et ceux-ci*** ». Outre ces éléments, il est rappelé explicitement que s'agissant de la réalisation des reportages et des émissions d'information, ***« la règle est le financement de l'ensemble des frais par France 3 »***. Cette règle ne souffre d'aucun caractère dérogatoire et semble manifestement faire l'unanimité dans les documents que nous avons jusqu'alors analysés, qu'ils s'agissent des documents du *Monde*, de *L'Express* ou encore des deux chaînes publiques *France 2* et *France 3*. Plus loin, quelques recommandations autour du pluralisme et de l'exactitude des termes employés à l'antenne viennent émailler le volet déontologie mais sont loin d'en constituer l'essence.

Si ***« cette exigence de qualité est une marque distinctive de France 3*** », donc aussi une stratégie de positionnement pour la chaîne publique, il semble important, via une communication interne, de mobiliser et de fédérer l'ensemble de la rédaction autour de cet objectif. Le projet va donc articuler l'individu au collectif car ***« il implique tous les journalistes individuellement et collectivement*** », et employer tout un lexique propice à la mobilisation : ***« Les mêmes principes et les mêmes orientations ; l'évolution personnelle de tout journaliste travaillant à France 3 et la démarche éditoriale de la chaîne ; la coopération ; le dialogue comme démarche première ; les échanges ; le maillage ; le réseau ; le partage ; la confiance entre journalistes ; aux yeux de tous ; ses équipes*** ». Ces notions, savamment articulées autour d'un objectif de cohérence, renforcent par la même le positionnement de la chaîne autour duquel les journalistes sont appelés à se mobiliser. Ces principes interviennent, selon le projet, ***« au-delà des principes posés par la Charte d'antenne de FranceTélévisions*** » dont il faut se démarquer pour conserver une identité propre.

4) La Charte d'Antenne de *FranceTélévisions* : force collective et complicité civique

« On ne doit pas régler par les lois ce qui peut l'être par les mœurs disait Monstesquieu. Or en France, on passe son temps à légiférer et à réglementer (…) au lieu d'agir, nous passons notre temps à réfléchir sur la réglementation de l'action. Nous cherchons, non pas comment agir mais comment réglementer les formes d'action, tout en imaginant que, quand la loi est promulguée et le décret pris, les problèmes sont réglés. Là se trouve la cause essentielle du marasme de l'audiovisuel français » [825] . Jean Cluzel, ancien vice-président de la commission des finances du Sénat et ancien rapporteur du budget de la communication ne compte manifestement pas sur les lois pour régler les problèmes internes de la télévision. Il l'a dit clairement ***« plus qu'à la loi, je crois à la décision morale – personnelle et collective – pour modifier le cours des choses*** » [826] . Il n'est apparemment pas le seul à penser

[825] Cluzel J., « Changer les mœurs non les lois », in *Les dossiers de l'audiovisuel*, n°36, 1991, p 28.

Copyright PRODHOMME Magali et Université Lumière - Lyon 2 - 2003.Ce document est

ainsi. C'est aussi l'avis d'Emmanuel Derieux qui souligne que ***« les lois et règlements sont souvent efficaces car les tribunaux sont là pour les faire respecter. Mais ils sont vagues et rigides, et ils peuvent s'appliquer qu'à des fautes graves et claires. Dans le quotidien et à long terme, l'autodiscipline, stimulée par la critique, est un meilleur facteur d'amélioration*** » et d'ajouter ***« les travailleurs des médias ont donc besoin d'une déontologie, d'un ensemble de règles de conduite, codifiées de préférence, pour inciter chacun d'eux à respecter la morale commune »*** [827] . Il est vrai que la production législative qui encadre la communication audiovisuelle est relativement importante et que ***« la déontologie pourrait bien souvent prendre la place de règles de droit »*** jugées, par la profession, souvent contraignantes et restrictives. Selon Emmanuel Derieux ***« les autorités investies du pouvoir de définir et de faire respecter le droit ne sont pas prêtes à abandonner une part de leurs pouvoirs et responsabilités au profit d'une déontologie à laquelle la plupart des professionnels de la communication audiovisuelle n'ont pas, jusqu'ici, montré qu'ils étaient fermement attachés*** » [828] . Or il semble que, deux ans plus tard, les choses aient commencé à évoluer. En effet, en juin 1993, réunie pour un séminaire de réflexion, la hiérarchie rédactionnelle de TF1 a adopté le principe d'un complément à la charte de journaliste qui établirait des ***« règles de bonne conduite*** ». Le principe d'un tel texte a été adopté par 46 voix pour, 3 contre et 3 abstentions [829] . S'agissant de l'audiovisuel public, un certain nombre d'orientations déontologique et éthique ont pointé dès 1996. Sans cesse réactualisées, ces orientations sont depuis janvier 2001, et avec le regroupement des chaînes publiques au sein d'une seule et même société, rassemblées dans la ***« charte d'antenne*** » de *FranceTélévisions* [830] .

Nous disposons de deux documents, l'un présenté comme un rapport d'étape soumis à l'appréciation des syndicats de journalistes, l'autre comme la seconde mouture augurant le projet final d'une charte d'antenne. Le premier constat que nous souhaiterions dresser porte sur des considérations de pure forme. En effet, l'aspect formel du document est relativement atypique. Il se présente comme un mémoire de fin d'études, avec un sommaire, une introduction, des chapitres et autres sections, des notes de bas de pages, des annexes et une bibliographie, le tout sur 55 pages. Il a été manifestement rédigé avec le souci du détail et l'ambition de l'instruction plus que de l'injonction. Le ton est d'ailleurs relativement didactique et rarement catégorique. Des références, nombreuses, à Montesquieu, à la Déclaration des droits de l'Homme et du citoyen ou encore au Conseil constitutionnel viennent émailler la charte. Et pour ceux qui souhaiteraient approfondir la question, ils peuvent se référer aux ouvrages de Cyril Lemieux, d'Emmanuel Derieux,

[826] *Ibid*., p 29.

[827] Derieux E., « Lois, réglements et codes de déontologie », in *Les dossiers de l'audiovisuel*, n°36, 1991, p 23.

[828] *Ibid.,* p 24.

[829] Sources « Agences info », janvier 1994.

[830] Lire, au sujet de « la création d'un holding entre chaînes publiques », *Le Monde*, daté du samedi 11 juillet 1998.

protégé en vertu de la loi du droit d'auteur.

d'Eric Conan, de Claude-Jean Bertrand ou encore de Jean-Marie Charon, répertoriés en annexes.

La charte d'Antenne de *FranceTélévisions* s'articule autour de trois grands axes, de proportion plus ou moins égale :

- FranceTélévisions (p.5-15)
- La responsabilité du diffuseur (p.17-26)
- L'exigence de qualité (p.27-49)

Le préambule, ouvert par une citation de Montesquieu, sert à donner le ton du document qui s'amorce par un bref rappel historique : ***« La loi de 1881 a organisé la liberté d'expression, dans le même temps qu'elle organisait les pouvoirs publics, l'enseignement et la citoyenneté. Elle reconnaissait la nécessité de ce principe comme nécessaire à la fondation et au fonctionnement d'une république démocratique »***. Liberté et responsabilité sont la charnière du préambule. C'est d'ailleurs autour de ces deux notions que *FranceTélévisions* entend légitimer sa mission et notamment celles de ***« protéger les valeurs fondamentales de la société et d'aider ses différentes composantes à vivre ensemble*** ». S'il n'est point de liberté sans responsabilités il est toutefois préciser que ***«dans un système de règles qui régit un espace de liberté, tout n'est pas codifiable. De plus, les règles peuvent évoluer dans le temps, à la suite d'événements particuliers, avec l'évolution de la législation ou des mœurs*** ». Or à cet égard, le document ne manque pas de rappeler la législation et les mœurs en vigueur qui font, l'un et l'autre, l'objet de maints renvois et autres rappels. Ainsi, s'agissant des mœurs, il est mentionné que ***« la parité n'est pas seulement une obligation sociale mais un nouveau mode de vie, un phénomène culturel*** » ou encore que ***« FranceTélévisions veille à ce que son offre de programme témoigne de la richesse et de la diversité des origines et des cultures constitutives de la société française*** ».

Parce qu'elle relève du service public, la société *FranceTélévisions* met au centre de son dispositif le téléspectateur. Il est sans cesse fait référence à lui d'abord comme citoyen puis comme personne humaine parfois jusque dans ses intimes convictions. *FranceTélévisions* entend donc répondre à ses besoins démocratiques, présentés comme des besoins vitaux : « insertion sociale ; création de liens ; défense de l'intérêt général et humanitaire ; accompagnement et partage des grandes émotions collectives ; fabrication d'une cohésion forte ; faciliter l'expression de tous, etc. Cela dit, ces missions, qualifiées « d'historiques », ne constituent pas une fin qui justifierait certains moyens car comme il est rappelé : ***« l'attention portée à l'audience exprime plus une exigence vis-à-vis du public qu'une volonté de performance commerciale*** ». Or il faut dire que la télévision publique est aidée en cela par la perception de la redevance ce qui lui permet, sans aucun doute, d'être moins exposée que ses concurrents et notamment les chaînes privées.

A) LE « CONTRAT DE CONFIANCE »

Si le volet ***« exigence de qualité »*** énumère, non sans retenue, un certain nombre de

protégé en vertu de la loi du droit d'auteur.

valeurs et ce, en vertu du ***« contrat de confiance*** » passé implicitement avec le téléspectateur, l'essentiel des recommandations éthiques et déontologiques relève du chapitre ***« responsabilité du diffuseur*** ». Avant d'en détailler le contenu, revenons à la démarche qualité qui anime *FranceTélévisions*. Une pléthore de règles en constitue l'essence même : ***« véracité, précision, équité, pluralisme, neutralité, indépendance, hiérarchie de l'information, sérieux, clarté, lisibilité, respect de la langue française*** » et de justifier ***« les sociétés nationales de programme ont vocation à constituer la référence en matière d'éthique, de qualité et d'imagination »***. Ces règles ont manifestement été édictées à l'issue de plusieurs enquêtes, dont il est fait mention, et notamment celles de la COFREMCA sur les attentes des téléspectateurs et de Vincent Meslet sur les attentes du public à la veille du XXIème siècle – Quelle télévision ? [831]

La société COFREMCA, basée à Paris, est spécialisée dans les études quantitatives et qualitatives, sociologiques, prospectives et stratégiques. En avril 1995, elle a mené une étude sur le thème ***« Sexe, violence et télévision*** ». Il en est ressorti des attentes spécifiques des téléspectateurs à l'égard du service public que la société *FranceTélévisions* n'a pas manqué de souligner dans sa charte. Ainsi, à titre d'exemple, il est rappelé au paragraphe ***« neutralité et indépendance*** » que ***« les téléspectateurs attendent, à juste titre, que la télévision publique reste à l'abri de toute tentation de rapprochement vis-à-vis du pouvoir politique (Étude Cof.)*** ». Plus loin, au paragraphe ***« hiérarchie de l'information*** » il est signalé que ***« l'on attend qu'elle hiérarchise l'information de manière qu'elle ait un sens. Attention à l'anecdotique et au futile (Étude Cof.)*** ». L'étude de la COFREMCA a aussi permis à *FranceTélévisions* de mieux définir son rôle, qualifié par la société d'études parisienne, ***« d'intégrateur de la complexité du monde actuel (Étude Cof.)*** ». L'usage de telles études témoigne du souci des chaînes publiques de respecter le ***« contrat de confiance*** » avec le téléspectateur, contrat sans lequel il n'est point de service public de qualité. Comme il est précisé ***« une télévision de service public est une télévision dont on se sent proche, qui « vient » vers le téléspectateur*** » et l'étude de la COFREMCA de conclure : ***« par le paiement de la redevance les téléspectateurs se sentent à juste titre partenaires de la télévision publique. Ils souhaitent être entendus, donner leur avis, sentir que leurs opinions et leurs attentes peuvent avoir une influence sur le contenu (Étude Cof.) »***. Trois ans après l'étude, *France 2* décidait de mettre en place ***« l'hebdo du médiateur*** », diffusé tous les samedis à 13h20, et ce ***« dans le souci d'écouter les téléspectateurs »***.

B) LA RESPONSABILITÉ DU DIFFUSEUR

La responsabilité du diffuseur constitue la partie centrale de la charte et traite particulièrement des problèmes inhérents à la déontologie de l'image, au droit à l'image, à la protection des sources et aux problèmes qu'entraînent l'accélération de diffusion de l'information et la concurrence. *FranceTélévisions* a fait le choix de placer au cœur de son dispositif de responsabilité le respect de la personne, de sa dignité et de sa vie privée. Elle est d'ailleurs aidée en cela par le respect très strict d'un cahier des charges spécifique à chacune des chaînes publiques constitutives de *FranceTélévisions*. Ici,

[831] Vincent Meslet est directeur adjoint des programmes de *France 3.*

Copyright PRODHOMME Magali et Université Lumière - Lyon 2 - 2003.Ce document est

aucune innovation en matière de règles à suivre, la télévision publique s'en tient, stricto sensu, à la loi. Seuls deux éléments viennent s'ajouter au corpus juridique : le respect de la souffrance et celui des différences. Selon *FranceTélévisions*, le respect de la souffrance est un ***« respect de principe*** ». Quant au respect des différences, il s'inscrit déjà dans l'offre de programme qui se réclame de ***« la diversité des origines et des cultures constitutives de la société française »***.

Enfin, il est un dernier point sur lequel *FranceTélévisions* s'est volontairement attardée et qui, manifestement, fait l'objet de toutes les attentions de la part du CSA : la violence [832] . *FranceTélévisions* en distingue les manifestations sans pour autant nuancer ses propos à son égard. Qu'elle soit en effet ***« gratuite*** » ou ***« réelle »***, elle est condamnée et de préciser ***« FranceTélévisions ne peut cautionner des représentations purement gratuites de la violence (…) le contexte de la violence est essentiel, il doit être expliqué et cadré par la chaîne qui ne privilégie jamais l'émotion sur le sens »***. Les représentations de la violence, si tant est qu'elles puissent se justifier, sont d'ailleurs ***« asservies à une éthique éditoriale ou culturelle*** ». Quant aux violences réelles, il est légitimement rappelé ***« qu'elles sont parfois consubstantielles à l'événement que les journaux télévisés, magazines et documentaires ont la charge de présenter et d'analyser*** » et d'expliquer ***« en interdire purement et simplement la représentation aboutirait à désinformer le public »***. Sur ce point précis, *FranceTélévisions* est clair et formule la chose, comme l'avait fait, une dizaine d'années auparavant, *Ouest-France,* : ***« la responsabilité de FranceTélévisions est de dire, non de taire, de montrer et non de dissimuler ».*** Il faut noter, au sujet de la violence, que le CSA exerce une vigilance sans relâche et qu'il est souvent amené à conduire telle ou telle chaîne du service public à une mise en demeure soit pour non-respect de la signalétique censée protéger les mineurs, soit pour la diffusion d'images à caractère violente [833] .

La charte d'antenne de *FranceTélévisions* est un document extrêmement complet qui n'a de cesse de rappeler que service public rime avec responsabilité. Ces deux articulations essentielles ne souffrent d'aucun compromis, y compris au regard de la course à ***« l'audimat*** » que peuvent lui imposer ses concurrents privés. Cette charte vient, à l'externe, consolider le contrat de confiance et le contrat moral qu'a passé l'ensemble des chaînes du service public avec le téléspectateur et soudent, à l'interne, des sociétés désormais regroupées sous la même bannière éthique et déontologique. En effet, si l'intérêt de la société *FranceTélévisions* est de préserver l'identité de chacune des chaînes qui la constituent, il est aussi de fédérer à grands renforts de principes et de rappels à la loi, les 6500 collaborateurs que compte le groupe. Son président directeur général, Marc Teissier, l'a d'ailleurs écrit dans l'éditorial électronique qui augure la présentation du document : ***« la charte d'antenne exprime notre engagement et donne une force collective au groupe en clarifiant sa mission, en énonçant ses valeurs, ses principes et ses règles déontologiques*** ».

[832] Nous avons été étonnés de ne voir, cette fois-ci, aucune référence à l'étude de la COFREMCA, alors même qu'elle portait sur le sujet.

[833] Voir à ce sujet le site du CSA et notamment la rubrique « décisions du CSA » pour la télévision.

 Copyright PRODHOMME Magali et Université Lumière - Lyon 2 - 2003.Ce document est

Conclusion relative aux productions déontologiques dans les médias français

Nous pouvons affirmer au regard de l'analyse des chartes dans les médias français que la tendance générale est à l'atomisation de la référence éthique et déontologique de la profession de journaliste et, son corollaire, une crise de l'identité journalistique notamment manifestée par l'absence d'une reconnaissance homogène de sa représentation normative. L'éclatement de la représentation de l'exercice journalistique, dans sa composante éthique, conduit à une désorganisation sociale de la profession, à des spécialisations exacerbées des pratiques et, *in fine,* à la disparition de la cohésion du groupe professionnel des journalistes dans l'espace public. Les chartes mises en place dans les différentes rédactions, qu'elles soient de presse écrite ou de l'audiovisuel, semblent se limiter à servir de fondement non pas à la répression disciplinaire, ce qui justifierait en partie leur existence, mais à une identification à la culture de l'entreprise. Elles traduisent l'attitude conservatrice des patrons qui consiste à protéger en l'état leurs prérogatives patronales et à éviter la montée en puissance d'un pouvoir des journalistes. En tant que salarié, le journaliste est soumis aux directives de son employeur sauf à envisager une limite qui serait liée à sa déontologie. La référence à la déontologie permettrait donc de dépasser un conflit de normes en donnant la priorité à la norme d'origine professionnelle comme c'est le cas dans le cadre des professions d'avocat et de notaire. Or, les éditeurs ne peuvent se résoudre à donner une telle indépendance aux journalistes soumis, quoi qu'il arrive, au lien de subordination.

Les chartes maisons participent, par ailleurs, à régler des relations centrales dans l'exercice de la pratique journalistique tant en ce qui concerne le lecteur, qu'en ce qui concerne les concurrents et la justice. L'attitude du journaliste à l'égard du lecteur ou du téléspectateur, dictée par le contenu d'une charte, est totalement aliénée et pervertie par des réglages, a priori, établis sur la base d'un portrait type du lecteur ou du téléspectateur. Il en découle une très forte élasticité des normes entre les différents supports dues à des perceptions supposées des attentes du public mais aussi une fausse légitimité du regard critique du public face à un système de représentation normative que les entrepreneurs médiatiques se gardent bien, à quelques exceptions près, de rendre public. Ce constat a été dressé par Cyril Lemieux dans son ouvrage ***« Mauvaise Presse*** ». Il y souligne, à l'issue d'une analyse tout à fait originale de la dynamique des investissements grammaticaux successifs dans la profession de journaliste, que ***« là où la particularité du journalisme se révèle vraiment, et où les prétentions de ce groupe à s'autoréguler sur le plan moral deviennent plus problématiques, c'est dans le fait que les journalistes entendent exercer leur monopole déontologique non pas au niveau des instances professionnelles centralisées (la commission de la carte d'identité des journalistes professionnels par exemple) mais d'une façon beaucoup plus dispersée, au niveau des unités de production elles-mêmes*** » Et le sociologue d'ajouter ***« le problème qu'il pose est évident : c'est la très grande variété des niveaux d'exigence morale qui peut exister au sein d'une profession de plus en plus éclatée »*** [834] . Le problème est donc de notoriété, au moins scientifique et

protégé en vertu de la loi du droit d'auteur.

professionnelle. Cela dit, nous pensons fortement que le phénomène est en passe de s'aggraver car il accompagne l'évolution de la profession de journaliste et notamment la crise identitaire liée à une spécialisation accrue des compétences. En effet, le mouvement qui consiste pour les entreprises médiatiques à redessiner voire à reconditionner la dimension normative de l'agir journalistique, conduit inéluctablement le journaliste à puiser ses repères non pas dans un corpus de normes professionnelles communément admis, mais dans celui que lui soumet son entreprise et ce en vertu du lien irréductible de subordination.

L'éclatement de la représentation normative de la profession de journaliste ne favorise guère la cohésion du groupe et contribue à une dispersion des repères identitaires et à une médiation, sans cesse renouvelée, de la manière d'être du journaliste.

Ce phénomène ***« d'autarcie éthique*** », c'est-à-dire de repli des entreprises médiatiques sur elles-mêmes, traduit en matière de définition d'une éthique professionnelle, une volonté de conserver le pouvoir de dire le ***« bien faire*** » de la profession mais aussi et surtout de juguler une éventuelle émancipation des journalistes à l'égard des employeurs.

Chapitre X : Enquête sur les écoles françaises de journalisme

Introduction

Pour clôre notre examen de la production éthique et déontologique de la profession de journalistes, nous avons fait le choix, d'interroger les écoles françaises de journalisme concernant l'enseignement spécifique de la déontologie et de l'éthique des pratiques journalistiques. Choix parce qu'un certain nombre d'éléments nous permet d'affirmer que, sur les questions d'éthique professionnelle, les enseignements dispensés par les écoles de journalisme sont souvent mis en cause. Qu'ils s'agissent du rapport Sales ou de l'enquête menée par François-Xavier Alix, sous le patronage respectif du ministère de la Culture et de la Communication et de la FNPF, qu'ils s'agissent encore d'observateurs patentés ou de journalistes, les écoles de journalisme sont souvent ***« mal notées*** » [835] .

I) État des lieux des critiques

[834] Lemieux C., *op. cit*., 2000, p 89.

[835] Lire à ce propos l'article publié dans *Le Monde* intitulé « *Le débat sur le rôle de la presse gagne les écoles de journalisme* », daté du 4 mars 2003 ainsi que l'ouvrage de François Ruffin, ancien étudiant du CFJ, « *Les petits soldats du journalisme* », Ed. Les Arènes, février 2003, 272 p, notamment le chapitre intitulé « l'éthique en toc », pp. 116-129.

protégé en vertu de la loi du droit d'auteur.

Selon Claude Sales, ancien président directeur général de *Télérama* : ***« Directeurs de publication, mais aussi directeurs de rédaction, rédacteurs en chef et encore DRH dans les groupes de presse importants considèrent dans leur ensemble que les écoles ne forment pas ou forment mal les jeunes journalistes qu'ils sont susceptibles d'embaucher »*** et d'énumérer les critiques : ***« manque de culture générale, ignorance du droit de la presse, savoir-faire insuffisant*** » [836] . L'auteur du rapport ministériel souligne qu'il existe une demande spécifique de formation, exprimée par les employeurs, liée à la spécificité de chaque média voire de chaque titre. Cela dit, ***« écoles et éditeurs s'accordent sur trois axes : culture générale, pratique du métier (écriture, recherche de l'information, enquête, reportage, souci éthique qui doit irriguer l'enseignement) et spécialisation*** » [837] . Les propos recueillis par François-Xavier Alix auprès des éditeurs de presse abondent dans le même sens, avec des critiques parfois moins feutrées. Ainsi, il ressort de l'enquête que la question de la formation suscite chez les éditeurs des remarques importantes et notamment celle, globale, d'une mise en cause de la compétence des journalistes. Et François-Xavier Alix de citer : ***« il y a un décalage entre les compétences et les aptitudes que les journalistes devraient avoir et ce qu'on leur donne comme formation*** *» estime un éditeur qui discerne* ***« deux pôles de diagnostic : la défaillance majeure des écoles, où on n'apprend pas les responsabilités face à la société ; une défaillance de la profession : s'il existe un métier qui devrait imposer l'exercice d'un tutorat, c'est bien celui du journaliste. Il conviendrait qu'un journaliste expérimenté accompagne le jeune dans sa rencontre de la vie des humains. Si la profession était lucide, elle s'attaquerait à ces deux plaies »*** [838] . L'auteur remarque que « *la formation générale et technique dont font preuve les journalistes sortis des écoles professionnelles est jugée « plutôt satisfaisante » mais pour la formation à la déontologie* ***« énormément de choses restent à faire*** » et de citer ***« les écoles ne sont pas à niveau sur les questions de déontologie (…) la qualité déontologique des journalistes est extrêmement variable (…) il serait nécessaire que « les journalistes aient plus conscience de leurs devoirs »***. L'ancien rédacteur en chef de *Ouest-France* conclut en interrogeant : ***« faut il une démarche près des écoles pour qu'elles créent ou densifient les modules de formation initiale ou permanente, susceptibles de renforcer le sens des responsabilités : Réflexion fondamentale sur l'information, le droit, la déontologie ? Une telle démarche n'aurait de sens qu'à l'échelle de la profession »*** [839] . Il est intéressant de noter une certaine contradiction entre les deux enquêtes qui dressent pourtant des constats similaires. Dans le rapport Sales, il est expliqué que ***« la variété de la presse française a peu à peu créé, de la part des responsables de journaux et magazines, une demande spécifique de formation (…) chacun insiste sur la***

[836] Sales C., *op. cit*., février 1998, p 4.

[837] *Ibid*., p 19.

[838] Notes personnelles de l'auteur, enquête de la FNPF, 1998.

[839] Nous respectons l'anonymat des citations, souhaité par l'auteur.

Copyright PRODHOMME Magali et Université Lumière - Lyon 2 - 2003.Ce document est

spécificité de son titre, de sa chaîne de télévision, de sa radio. Il brosse, avec conviction et arguments à l'appui, le type de formation qu'il souhaite pour de jeunes journalistes dans sa rédaction » [840] . Ce constat confirme notre analyse des chartes maisons dans lesquelles s'exprime l'identité propre de chacun des médias observés. Cela dit, promouvoir la spécificité de l'entreprise et notamment de sa manière de faire et d'être de sa rédaction est-il seulement compatible avec un discours qui requiert quelques solides principes de déontologie enseignés dans les écoles ? Encore faudrait-il que ces principes soient communs. Et comme le souligne François-Xavier Alix : ***« une telle démarche n'aurait de sens qu'à l'échelle de la profession »***. Or, qu'observe-t-on ? Les entreprises de presse et audiovisuelles dessinent leurs propres frontières éthiques et déontologiques et dispensent, en leur sein, un discours très spécifique quant aux rapports des journalistes à l'information mais aussi et surtout aux lecteurs. Il réside donc là une contradiction sur les attentes des employeurs et le contenu souhaité de l'enseignement éthique et déontologique. Quelle référence offrir aux écoles, en matière d'éthique et de déontologie ? La question demeure insolvable et ne semble guère inquiéter les futurs journalistes dont Claude Sales souligne le ***« peu d'enthousiasme à l'égard de ces questions*** » [841] . L'enseignement du droit de la presse, s'il doit être renforcé, ne pose pas, quant à lui, aucunement problème. Ses références sont claires : la loi et la jurisprudence. En effet, que l'on évoque le droit de l'image ou le respect de la vie privée, à *Ouest-France* ou à *France 2*, les références restent les mêmes et il n'est pas utile de s'interroger sur le contenu de l'enseignement mais plutôt, comme le remarque Claude Sales, sur ***« sa mise en musique*** ».

Il semble que ce constat corresponde à un principe auquel le journalisme français reste fidèle : ***« la profession doit rester ouverte : il n'y pas de condition d'âge, de culture, de diplôme et de formation préalable pour y accéder*** ». Comme le remarque Michel Mathien, ***« la conscience sociale et professionnelle des journalistes dépend de cette modalité dominante de formation qu'est l'entreprise. A savoir cet ensemble socio-technique doté d'une culture propre, d'une histoire, de modes d'actions présentant aussi des conditions de travail et un réseau interne de relations humaines spécifiques que tout journaliste non-diplômé aura le loisir de découvrir pendant sa période de stage »*** [842] . Universitaire, professeur au CUEJ et ancien journaliste de la presse quotidienne régionale, Michel Mathien concède que ***« les divers aspects pratiques de la déontologie au quotidien sont pris en compte à l'occasion de travaux dirigés (…) et pris en charge par les professionnels »***. Et d'expliquer ***« on revient à une sorte de formation sur le tas. Les formateurs de statut universitaire n'y participent guère*** » [843] . Plus loin, il souligne par ailleurs que ***« la réflexion éthique, qui procède d'une pensée globale sur le journalisme ou sur le rôle de l'information médiatisée par des professionnels, est faible »*** [844] . Il n'est pas le seul, parmi les

[840] Sales C., *op. cit*, p 15.

[841] *Ibid*, p 24.

[842] Mathien M. « Formation des journalistes et éthique du métier en France », (sous la dir. de Bertrand C.J.), *L'arsenal de la démocratie. Médias, déontologie et M*A*R*S*., 1999, p 212.

Copyright PRODHOMME Magali et Université Lumière - Lyon 2 - 2003.Ce document est

journalistes enseignants, à dresser ce constat. Philippe Meyer, intervenant à Sciences-Po (Paris) reconnaît, lui aussi, non sans une pointe de désolation que ***« les écoles de journalisme se sont progressivement transformées en lycées supérieurs de journalisme. L'atmosphère y est facilement infantilisante. On y enseigne beaucoup la forme et des « techniques ». On y enseigne trop peu et trop vite l'histoire du journalisme, on y pratique que rarement la comparaison avec la presse internationale, on n'y forme que sommairement et abstraitement à la déontologie »*** [845] . Les exemples de critiques adressées aux écoles de journalisme pourraient se multiplier, mais ce n'est pas là notre propos. Ils servent seulement à motiver et à asseoir notre volonté de comprendre le rôle des formations dans l'apprentissage d'une culture éthique et déontologique des journalistes français. Nous spécifions français tant il est vrai que la formation journalistique, en France, constitue à l'évidence une spécificité, un état d'esprit [846] . Kenneth Starck, professeur à la ***« school of journalism and mass communication*** » de l'université de l'Iowa souligne dans un article qu'il consacre à la recherche en matière d'éthique journalistique et notamment à son enseignement que ***« In the 1980s the Hastings Center, with the purpose of stimulating teaching ethics in higher education, published a report about teaching of ethics in United States journalism schools. A survey of 237 journalism schools revealed at the time that of the 171 responding schools 66 offered a specific course in ethics (Christians and Covert, 1980, p12). Subsequent surveys indicate that number has increased such about two thirds of today's journalism programs offer ethics courses (Keith, 2000, Lee and Padgette, 2000)*** » [847] . Il semble donc que la prise de conscience de l'importance d'un enseignement en matière d'éthique professionnelle des journalistes soit générale et accompagne l'évolution de la formation à la pratique professionnelle journalistique dans de nombreux pays.

1) L'apprentissage déontologique : l'exemple du CFJ

Notre réflexion s'est enrichie avec celle de Johanna Siméant qui a fait du centre de formation des journalistes ***« un laboratoire d'études privilégié des constructions de la déontologie »*** [848] . Son étude, tout à fait originale, interroge l'existence ou non de techniques déontologiques et, si oui, sur quelles représentations du public, des pairs et

[843] Ibid., p 214. Pour un rappel historique de la formation des journalistes voir le chapitre « Les vertus de la formation », in *Les journalistes en France.1880-1950. Naissance et construction d'une profession*, Delporte C., 1999, p 277.

[844] *Idem*.

[845] Meyer P., *op. cit*., 1993, p 18.

[846] Pour confronter le modèle de formation française à celui des États-Unis voir les chapitres 14,15,16 de l'ouvrage « L'arsenal de la démocratie. Médias, déontologie et M*A*R*S » (sous la dir. de Bertrand C.J.), pp.191-210.

[847] Starck K., « What's right/wrong with journalism ethics research ? », in *Journalism studies*, vol. 2, number 1, 2001, p135.

[848] Siméant J., « Déontologie et crédibilité. Le réglage des relations professionnelles au CFJ », in revue *Politix*, n°19, 1992, p 37.

protégé en vertu de la loi du droit d'auteur.

des sources peuvent-elles s'appuyer ? Johanna Siméant donne d'emblée le ton en précisant ***« qu'il serait réducteur de limiter la déontologie aux usages discursifs qui en sont faits, tant ils paraissent la cantonner à une rhétorique légitimatrice semblable à celle de l'objectivité ou du professionnalisme*** »[849]. Elle met en exergue plusieurs éléments qui esquissent les contours des mécanismes d'apprentissage de la déontologie. Elle émet l'hypothèse suivante : ***« la constitution de pratiques déontologiques est liée à un travail de réglage anticipé des relations à l'égard de ces destinataires de la pratique journalistique que sont les lecteurs, les pairs et les sources*** ». Notons que nous retrouvons là les articulations essentielles des chartes que nous avons jusqu'alors analysées. L'auteure explique que ***« c'est le plus souvent par des sondages, par le chiffre des ventes du journal, parfois par le courrier des lecteurs que les journalistes arrivent à se représenter la relation qui les lie au public*** »[850]. A cela, nous ajoutons les documents internes à l'entreprise, qu'ils s'agissent de guide de la rédaction ou autre fondamentaux, qui participent largement à faire connaître, parfois même dans les moindres détails, les relations, en tous cas supposées, des journalistes à leurs lecteurs. Selon Johanna Siméant ***« la plupart des techniques déontologiques consistent en fait à marquer à la fois la dépendance du journaliste à l'égard des pôles qui organisent le monde du journalisme (sources, pairs et lecteurs) et à incarner une exigence de distance égale entre ces pôles*** »[851]. C'est la raison pour laquelle l'auteure parle de ***« réglage anticipé*** » comme dispositif central de l'apprentissage déontologique. Or il nous semble que c'est au cœur de ce constat que réside le problème. Car si en effet l'apprentissage déontologique passe par un réglage anticipé des relations professionnelles, celles-ci sont automatiquement ***« reconditionnées*** », selon l'expression de Michel Mathien, dès l'entrée dans l'entreprise. Les mécanismes d'apprentissage de la déontologie procèdent donc d'une double médiation, aux réglages professionnels évolutifs et aux conceptions de la déontologie réifiées. Il n'est pas sûr que l'exigence de distance égale entre les trois pôles (lecteurs, sources et pairs), garante de la crédibilité de la profession, sera appréhendée de la même manière dans les médias. L'analyse des chartes et autres documents prouvent même le contraire et ce notamment vis-à-vis du rapport au lecteur que doit entretenir le journaliste. Or, c'est sur ce point précis, des ***« réglages anticipés*** » qu'inculquent les écoles aux futurs journalistes, que réside un décalage entre la formation et l'entreprise. Car enfin, si l'entreprise intègre ces trois pôles, lecteurs, sources et pairs, elle insiste sur un quatrième pôle, dont le réglage ne peut être anticipé à l'école : l'entreprise et son image.

2)L'entreprise médiatique comme lieu d'une nouvelle socialisation

Intégrer l'entreprise consiste en une nouvelle ***« socialisation*** » pour la jeune recrue qui doit intégrer rapidement ses normes comme nouveau modèle de représentation normative de sa profession. Les responsables des écoles en sont sans doute conscients,

[849] *Idem*.

[850] *Ibid*., p 38.

[851] *Idem*.

protégé en vertu de la loi du droit d'auteur.

comme en témoigne cette remarque de l'ancien directeur du CFJ : ***« On leur apprend le métier tel qu'il devrait être*** », remarque qui en dit long sur les limites d'une formation qui s'arrête là où commence la pratique dans l'entreprise [852] . Une étude sociologique de l'entrée sur le marché du travail des journalistes a d'ailleurs montré à quel point, au-delà des exigences de compétences professionnelles requises, les affinités avec les logiques de l'entreprise constituaient des critères de recrutement. Ainsi nombreux sont les employeurs à juger, via des procédures d'entretiens, ***« si le postulant est ajusté au projet ou à la ligne éditoriale, c'est-à-dire finalement s'il partage les mêmes conceptions du métier de journaliste, les mêmes manières de traiter l'information, etc.*** » [853] .

3) La procédure d'embauche à *Ouest-France* : un « esprit de dialogue »

L'exemple de la procédure d'embauche à *Ouest-France* est à cet égard significatif [854] . Les lettres de candidatures sont centralisées par la direction des ressources humaines (DRH), qui constitue le dossier (curriculum vitæ, pièces jointes par le candidat, analyse graphologique), écarte les demandes non recevables et gère tous les échanges préalables. Le comité, composé de deux membres de la rédaction en chef, d'un de la DRH et du psychologue, reçoit les candidats susceptibles d'être embauchés pour un poste donné. Chaque candidat a donc une série de quatre entretiens. Le comité se réunit et fait le bilan des entretiens. Soit un candidat est jugé recrutable par tous les membres et il passe à l'étape suivante, soit, il est jugé négativement par tous et sa candidature est rejetée. Il peut arriver que le comité soit divisé ce qui donne lieu à un avis supplémentaire, pris par un nouvel entretien conduit par une tiers personne ne faisant pas partie du comité. Le candidat retenu par le comité rencontre François-Régis Hutin, PDG de *Ouest-France*, pour un entretien relativement long durant lequel sont abordés l'expérience du candidat et la présentation des grands traits du journal. Au cours de cet échange, le PDG quotidien breton remet au candidat quelques documents parmi lesquels : l'éditorial fondateur de Paul Hutin-Desgrée dans le numéro 1 de *Ouest-France* (août 1944), tel texte de lui-même, telle note de la rédaction en chef et la charte, en l'invitant à réfléchir à tout cela et à lui écrire éventuellement pour d'autres détails mais aussi et surtout pour lui confirmer son souhait de travailler dans cet esprit. Cette procédure d'embauche, définie d'emblée dans un esprit de dialogue, réduit pourtant à la portion congrue ***« la capacité des jeunes journalistes à une distanciation professionnelles par rapport à leur employeur*** », capacité censée être enseignée dans les écoles de journalisme [855] . Cela dit, à l'aune des responsabilités qui incombent aux éditeurs, il paraît totalement légitime

[852] Siméant J., *op. cit*., p 55.

[853] Marchetti D et Ruellan D., «Devenir journalistes. Sociologie de l'entrée sur le marché du travail », Paris, in *La documentation française*, 2001, p 129.

[854] Nous devons l'ensemble de ces informations à François-Xavier Alix qui fut l'un des initiateurs de la procédure d'embauche à *Ouest-France* telle qu'elle est aujourd'hui appliquée.

[855] Mathien M., *op. cit*, 1999, p 213.

Copyright PRODHOMME Magali et Université Lumière - Lyon 2 - 2003.Ce document est

que le futur employeur dirige la manœuvre et s'assure de la qualité et de la convergence de vues de ceux dont les écrits engageront le journal et le conduiront éventuellement, en tant que directeur de la publication, devant les tribunaux.

II) Résultats de l'enquête : la diversité des approches

Nous avons consulté les neuf écoles de journalisme, reconnues par la commission nationale paritaire de l'emploi des journalistes (CNPEJ), dont quatre sont privées ou associatives (le CFPJ de Paris, l'ESJ de Lille, l'IPJ de Paris et l'école de journalisme de Toulouse) et cinq publiques (le CUEJ de Strasbourg, le CELSA de Paris, l'école de journalisme et de communication de l'université de Marseille et les instituts universitaires de Bordeaux et de Tours). Nous avons ajouté à ces neuf centres de formation, la consultation d'une dixième école, non reconnue, l'ESJ de Paris, créée en 1899. En dépit de multiples relances, le CUEJ de Strasbourg n'a pas répondu à notre enquête. Avant d'entamer notre réflexion, il paraît intéressant de rappeler un certain nombre d'éléments susceptibles d'éclairer notre réflexion.

Le 30 octobre 2001, la majorité des signataires de la convention collective nationale de travail des journalistes a signé l'accord portant sur les critères de reconnaissance des établissements de formation au journalisme. Cet accord est issu des travaux de la CNPEJ et porte un certain nombre de recommandations qui sont utilisés par la commission dans le cadre de l'étude quinquennale touchant les cursus déjà reconnus et les premières demandes de reconnaissance. Ce sont les auditions des établissements d'enseignement reconnus qui ont directement inspiré le contenu et la formulation de l'accord. La commission apprécie les dossiers présentés sur la base d'une série de trois recommandations et de dix critères de reconnaissance [856]. S'agissant des recommandations, elles stipulent que :

- Chaque établissement met à disposition des organismes d'orientation (CIDJ, CIO, ONISEP,…) une information actualisée sur son offre de formation au journalisme
- La CNPEJ sera tenue informée des travaux des conseils pédagogiques paritaires des établissements reconnus
- Les établissements reconnus doivent, dans la mesure du possible, développer une action d'aide aux journalistes privés d'emploi

Parmi les dix critères, il en est un qui a particulièrement retenu notre attention. En effet, le critère 4 s'articule autour de deux grands axes qui sont ceux des enseignements généraux et des enseignements professionnels. Pour ce dernier, il est explicitement mentionné que « les conseils pédagogiques d'établissement sont chargés de veiller à la mise en place des enseignements dans le domaine, notamment, des ***« règles du métier*** ». Et d'énumérer : ***« Histoire de la presse et du journalisme ; droit de la presse et des médias, droits et devoirs du journaliste, éthique de l'information***

[856] Nous devons ces informations à la bienveillance de Loïc Hervouet, directeur de l'école de journalisme de Lille, qui a eu la gentillesse de nous transmettre les documents concernant l'agréement des écoles.

Copyright PRODHOMME Magali et Université Lumière - Lyon 2 - 2003.Ce document est

(déontologie, rigueur du traitement de l'information, protection et contrôle des sources, etc.) » [857] . Ce critère est même perçu comme une marque distinctive puisque, dans ***« La correspondance de la presse*** », une étude documentaire relève que ***« toutes les filières d'enseignement du journalisme (formation initiale et permanente) doivent être distinctes d'éventuelles filières de formation à la communication et répondre à un souci d'éthique et de respect des règles professionnelles*** » [858] . Lors des auditions des écoles reconnues, conduite par la CNPEJ, les membres de la commission ont posé plusieurs questions dont l'une portait spécifiquement sur l'enseignement de la déontologie : ***« quelle part de l'enseignement accordez-vous aux problèmes liés à la déontologie ? Aux problèmes presse-justice ? Comment enseignez-vous la rigueur nécessaire au traitement de l'information ?*** ». Cette préoccupation est partout présente puisque dans une réflexion de fond visant à actualiser et à compléter les critères de reconnaissance des écoles ou établissements d'enseignements du journalisme, le SPQR souligne que les compétences requises sont, entre autres, ***« la capacité à exercer le métier, en toute indépendance à l'égard des intervenants extérieurs à l'entreprise, dans le respect des chartes professionnelles*** » et d'ajouter ***« les droits et les devoirs du journaliste, l'éthique de l'information sont autant de connaissances spécialisées nécessaires à l'exercice de toute fonction journalistique*** » [859] . Il apparaît clairement que la dimension de l'éthique professionnelle des journalistes est l'un des éléments constitutifs du cahier des charges des écoles de journalisme agréées par la convention collective. Cela dit, il est important de mentionner que la commission se réserve la possibilité d'adapter l'application de ces recommandations et critères, ce qui pourrait expliquer l'écart existant entre le libellé de l'accord du 30 octobre 2001 et les pratiques de chaque établissement, notamment en matière d'enseignement de la déontologie et de l'éthique professionnelle des journalistes. Cet enseignement apparaît donc souhaitable mais pas prioritaire.

Il faut souligner, par ailleurs, qu'en France, seuls 12 % de journalistes ont suivi une formation professionnelle agréée, alors même que ce chiffre dépasse les 40 % dans des pays tels que le Brésil, l'Espagne ou les États-Unis [860] . Il faut nuancer quelque peu ce chiffre tant il est vrai ***« qu'il ne tient pas compte ni des journalistes qui ont suivi des formations continues ou en alternance, ni des jeunes journalistes de plus en plus nombreux, dans certains médias, passés par des formations au journalisme non reconnues de la filière Information Communication »*** [861] . En ce qui nous concerne, faire le choix d'analyser les seules écoles dites reconnues par les instances professionnelles, à l'exception d'une, correspond à notre volonté de faire émerger un état

[857] Extrait de l'accord portant définition de critères de reconnaissance, 30 octobre 2001.

[858] *La Correspondance de la presse*. Quotidien d'information et de documentation professionnelle, vendredi 7 décembre 2001.

[859] Document du SPQR, 9 mars 2001, pp. 4-5.

[860] Lire à ce propos : Neveu E., *Sociologie du journalisme*, Paris, La Découverte, coll. « Repères », 2001, chapitre 2.

[861] Marchetti D. et Ruellan D, *op. cit*., 2001, p 141.

protégé en vertu de la loi du droit d'auteur.

d'esprit à l'égard des questions d'éthique professionnelle. Car enfin, il semble évident que ces écoles, justement parce qu'elles sont reconnues par les pairs, ont une responsabilité à jouer en la matière. Elles représentent ***« l'air du temps*** », toujours soucieuses de coller à l'évolution de la profession. Comme le remarque Michel Mathien, ***« la formation des journalistes exercent une influence indiscutable*** » mais de nuancer ***« la formation initiale n'est pas la panacée, bien qu'elle soit censée rendre les futurs journalistes capables d'une distanciation professionnelle par rapport à leur employeur, du fait des connaissances théoriques et pratiques acquises. Dans plus d'un cas, le projet pédagogique ou le projet de formation n'est pensé que dans une perspective strictement professionnelle, pour ne pas dire utilitariste, au service des entreprises. On y débat rarement de la finalité de la profession et de sa place dans la société à côté des éditeurs »*** [862] . Le constat est judicieux mais il mérite d'être pondéré. Certes les écoles de journalisme, et notamment celles qui sont reconnues, ont une obligation au regard des employeurs de former au mieux les futures recrues. Ainsi, l'ESJ de Lille a mis en place de nouveaux cursus dont deux correspondent à des attentes spécifiques (journaliste scientifique et journalisme agriculture et environnement) et un qui répond au développement du secteur de la presse hebdomadaire régionale. La plaquette de l'école mentionne à cet égard, que ***« recrutés par concours, les élèves de la filière « PHR » a permis de doter les entreprises de ce secteur en développement de journalistes spécifiquement formés*** » [863] . La perspective est sans doute ***« utilitariste*** » et ***« au service de l'entreprise*** » mais il en va de la pérennité de l'école que de s'adapter au marché du travail journalistique lequel a subi de nombreuses transformations [864] . Patrick Pépin, ancien directeur de l'ESJ Lille, posait, à cet égard, la question des mutations qu'imposent les nouveaux médias au métier de journaliste : ***«Demain, le journaliste ne pourra plus être qu'un journaliste. Il devra avoir au moins deux compétences différentes*** » et de préciser ***« le changement radical ainsi esquissé (…) intègre les évolutions de la technologie comme celles du marché et appelle évidemment une exigence éthique et déontologique plus forte que jamais »*** [865] . Les responsables des écoles de journalisme sont conscients des enjeux et tentent sinon de former du moins de sensibiliser les futurs journalistes à une pratique responsable. Cela dit, l'absence de référence commune, les conduit inéluctablement à envisager cette sensibilisation de différentes façons, tantôt à l'appui de ***« la tradition*** », tantôt sur la base de productions déontologiques et juridiques appliquées à l'élaboration de journaux expérimentaux ou autres travaux pratiques. Qu'en est-il ?

[862] Mathien M., *op. cit*., 1999, p 213.

[863] Loic Hervouet, appelé à s'exprimer sur la formation des journalistes, précise que «*Cette nouvelle offre, qui diversifie l'accès au journalisme, est un véritable ascenceur social* » in *Le Monde*, « Le débat sur le rôle de la presse gagne les écoles de journalisme », mardi 4 mars 2003.

[864] Lire à ce propos les chapitres 1 et 2, in « Devenir Journaliste. Sociologie de l'entrée sur le marché du travail », *La documentation française*, direction du développement des médias, Paris, 2001, pp. 89-141.

[865] Pépin P. cité par Agostini A., « La presse au défi d'Internet », *op. cit*., p 25.

protégé en vertu de la loi du droit d'auteur.

Notre questionnaire, volontairement restreint, s'articule autour de trois questions principales :

- Avez-vous un cours portant sur la déontologie ou sur l'éthique professionnelle ?
- Pensez-vous que les futurs journalistes sont suffisamment sensibilisés à la question de l'éthique professionnelle ?
- Pensez-vous que le lieu d'apprentissage des « réflexes éthiques » d'un journaliste soit d'abord l'école de journalisme ou bien celui de l'entreprise de presse ?

S'agissant de la première question, il est intéressant de noter que toutes les écoles de journalisme possèdent un cours de déontologie à l'exception du Centre de formation des journalistes de Paris et de l'IUT de Bordeaux. Pour le premier, il s'agit de respecter une tradition tout autant que de faire valoir un point de vue, catégorique. Selon Michel Sarazin, directeur du CFJ, ***« c'est une tradition de cette école de ne pas avoir d'enseignement spécifique de déontologie*** » et d'expliquer ***« l'école, née de la Libération, porte tout à fait les valeurs de déontologie traditionnelle de la profession de journalistes*** » [866]. La justification de ce point de vue a mobilisé beaucoup d'énergie auprès de notre interlocuteur qui a affiché, avec force, ses convictions : ***« j'entends tout à fait préserver et prolonger cette tradition (…) je ne veux pas du tout que cela devienne un enseignement (…) je ne veux pas que cela devienne un enseignement parce que je considère que la déontologie ce n'est pas un savoir, c'est un système de valeurs, qui sont les valeurs de la charte de 1918 (…) Non je ne vais pas créer de cours de déontologie. Ça sûrement pas***». Plus loin, sans paraître souffrir de la contradiction, Michel Sarazin nous explique que ***« quand nos étudiants rentrent (…) on leur distribue nominalement, personnellement la charte de 1918 (…) on leur fait signer cette charte auprès de laquelle ils s'engagent »***. Donc, d'un système de valeurs qui paraît relativement éthéré, relevant d'une tradition aux contours flous, nous passons à une référence explicite qui donnent d'ailleurs lieu à des sanctions spécifiées dans le règlement de l'école. Nous interrogeons le directeur du CFJ sur *la Charte de Munich* qui aurait pu, elle aussi, constituer une référence depuis. Notre interlocuteur concède implicitement sa méconnaissance du document et nous explique : ***« mais pour être tout à fait franc je n'ai pas relu très récemment…j'ai relu celle de 18, je n'ai pas relu très récemment celle de Munich*** ». Et de justifier à nouveau son choix : ***« je crois vraiment être dans la continuité de l'école, je crois que l'on est dans une logique de système de valeurs »***. Les travaux de Johanna Siméant nous ont aidés à mieux comprendre l'application concrète de ce système de valeurs qui semble, selon l'expression de Claude Sales, ***« irriguer tout l'enseignement »*** du CFJ. Elle note ***« qu'en définitive, c'est par un échange incessant de typifications et de définitions de situations que la dimension déontologique passe d'une technique de prise en compte des instances posées comme fondées à évaluer le journaliste, à un discours plus abstrait et dégagé des conditions concrètes de son inculcation : de la déontologie à la Déontologie »*** [867]. Au discours localisé et définissable *in abstracto*, le CFJ préfère à l'évidence faire de la déontologie un mode d'apprentissage et d'évaluation autour de trois

[866] Sarazin M., interview téléphonique datée du 13 avril 2000, voir annexe.

pôles : le lecteur, les pairs et les sources.

S'il consacre un volume d'enseignements à l'analyse des ***« affaires*** » ou des dérapages dans la presse, l'IUT de Bordeaux a aussi fait le choix de ne pas enseigner la déontologie. Selon Edith Remond, la directrice de l'institut, ce choix se justifie par ***« une formation très concrète, appliquée, dans laquelle les questions d'éthique et de déontologie sont sans cesse l'objet de débats ou de conférences de rédaction »*** [868] . En dépit de ces deux exceptions, la plupart des écoles de journalisme ont mis en place un enseignement spécifique à la déontologie. Le tableau qui suit résume la situation :

[867] Siméant J., *op. cit*., p 50.

[868] Rémond E., réponse à notre questionnaire, datée du 12 avril 2000, voir annexe.

Copyright PRODHOMME Magali et Université Lumière - Lyon 2 - 2003.Ce document est

Écoles	Intitulé du cours	Date de création du cours	Contenu du cours
CELSA (Paris)	Droit de la presse et déontologie	1995	Bases théoriques des droits et des devoirs des journalistes Analyse des règles déontologiques et éthiques en vigueur
ESJ (Lille)	Pas d'intitulé précis	1995	La place du journaliste dans une entreprise, son rôle dans les associations de journalistes, société de rédacteurs, l'élaboration de chartes rédactionnelles, participation et adéquation à la ligne éditoriale d'un journal, pratique professionnelle, étude de cas, débats et critiques autour de productions professionnelles.
EJ (Toulouse)	Déontologie des journalistes	1994-1995	Les obligations imposées aux entreprises de presse, le contrôle des publications, la définition juridique du journaliste, l'exercice de la profession de journaliste, la liberté d'expression, le secret professionnel, la rupture du contrat de travail du journaliste, l'appartenance des œuvres, l'exploitation des droits, la responsabilité pénale et la responsabilité civile
EJCM (Marseille)	Déontologie des médias	1996 (cours supprimée en 2001)	Réflexion théorique Enquête menée par les étudiants
IPJ (Paris)	Déontologie	Enseignement obligatoire depuis 2002	Aborde l'ensemble des sujets du domaine en s'appuyant également sur des exemples et des cas pratiques
ESJ (Paris)	Déontologie de l'information	Enseignement semestriel Depuis 1986	La notion de déontologie La fonction de médiateur de presse Le statut du journaliste Études de cas (ex : l'affaire Lady Diana) La photographie de presse Les moyens déloyaux et illégaux Le secret professionnel Journaliste et personnel politique Le traitement de grands conflits armés
IUT (Tours)	Déontologie de la presse	1995	

1) L'apprentissage de la déontologie : une définition aux contours flous

protégé en vertu de la loi du droit d'auteur.

Il est intéressant de noter, d'emblée, la diversité des intitulés ainsi que des approches de la pratique éthique et déontologique de la profession de journaliste. Tantôt il s'agit de déontologie des médias, tantôt de la presse, des journalistes ou encore de l'information. Seules les approches de l'ESJ de Lille et du CELSA semblent se démarquer. L'une et l'autre de ces formations proposent de greffer la sensibilisation des journalistes à la déontologie et à l'éthique à deux éléments distincts mais essentiels de leur pratique. Pour l'ESJ de Lille la question procède d'une articulation entre la place et le rôle du journaliste au regard de l'entreprise. Cette approche consiste à mettre en exergue les moyens d'action de la responsabilité du journaliste dans l'entreprise via la société des rédacteurs, l'élaboration de chartes rédactionnelles ou encore la participation à la ligne éditoriale. La visée est certes utilitariste mais colle indéniablement aux préoccupations des employeurs en la matière. S'agissant du CELSA, le choix est fait d'aborder les questions de déontologie en étroite relation avec le droit de la presse. L'intérêt d'une telle approche réside dans l'adéquation certaine avec les documents produits par les médias qui mélangent volontiers les questions d'éthique et de déontologie avec celle du droit de la presse et notamment la loi du 29 juillet 1881. Cela dit, l'ESJ de Lille comme le CELSA concèdent que la formation et la sensibilisation à l'éthique professionnelle passent aussi par des débats suscités par tel ou tel traitement de l'information jugé discutable. C'est d'ailleurs là, l'un des mécanismes d'apprentissage les plus usités. En effet, nombreuses sont les écoles ou autres centres de formation à aborder la question de la déontologie à l'occasion de travaux pratiques ou de travaux dirigés. Or, à défaut de référence commune, sur laquelle ***« une réflexion éthique qui procède d'une pensée globale sur le journalisme ou sur le rôle de l'information médiatisée*** » pourrait se greffer, les exemples se multiplient et cèdent la place au libre arbitrage à géométrie variable [869]. Comme le souligne Soizic Bouju, directrice des études de l'ESJ de Lille ***« une fois les principes posés, les arguments exposés, les débats écoulés, l'individu reste le seul maître de son choix et de son comportement, quels que soient l'entreprise, le poids des confrères, le regard des pairs et, dans le meilleur des cas, la réaction des lecteurs…*** » [870]. Au libre arbitrage, fondement de l'éthique professionnelle, d'autres apportent sinon un point de vue du moins un sentiment. Ainsi, Patrick Dombrosky, directeur de l'ESJ Paris livre sans ménagement le sien : ***« Moi, mon sentiment, c'est que ça n'intéresse pas les futurs journalistes. Les journalistes considèrent, moi je vous donne les commentaires que j'entends des étudiants, quand ils ont ces examens à passer en fin d'année, que c'est du temps perdu (…) ce sont des choses qui enquiquinent beaucoup, sur lesquelles les professeurs ont des exigences qui ne sont pas les mêmes*** » [871]. Il en va aussi ainsi des propos d'un ancien étudiant de l'IUT de Bordeaux qui, à l'occasion d'un forum électronique, répond à la question :

[869] Mathien M., *op. cit*., 1999, p 215.

[870] Bouju S., réponse à notre questionnaire datée du 15 mai 2000. Voir annexe. Notons que nous retrouvons ici deux des principaux pôles de référence mis en exergue par Johanna Siméant : les pairs et les lecteurs, auxquels Soizic Boujou a ajouté « l'entreprise ».

[871] Dombrosky P., interview téléphonique datée du 10 avril 2000, voir annexe.

protégé en vertu de la loi du droit d'auteur.

« Quelles dérives journalistiques observez-vous autour de vous ? Et l'ancien étudiant, devenu journaliste, de répondre : ***« J'aime pas cette question. Je la trouve totalement idiote. La déontologie, c'est une question de moyens financiers, rien d'autre. Alors des dérives déontologiques, y'en a partout. Ca me fait penser à ce prof de SR (secrétariat de rédaction) à l'IUT qui disait « la déontologie, je m'assois dessus ». Trois ans après l'IUT, moi aussi je m'assois dessus*** » [872] .

2) Le point de vue des étudiants de journalisme

Ces remarques mériteraient que soit menée une enquête auprès des futurs journalistes car s'il l'on se réfère, à nouveau, aux travaux de Johanna Siméant, il semble qu'au CFJ, les étudiants prennent la chose au sérieux mais n'hésitent pas à la tourner en dérision voire à la rejeter lorsqu'il s'agit de ***« bla bla déontologique*** » [873] . L'auteure a adressé un questionnaire aux étudiants et, a posé la question suivante : ***« un journaliste sans déontologie peut-il être un bon journaliste ?*** ». Johanna Siméant prend la précaution de préciser, en notes de bas de page, ses motivations à poser une question formulée de cette manière : ***« c'est précisément le type de motivations apportées à une réponse négative qui nous intéressait, afin de comprendre au nom de quoi la revendication déontologique pouvait être élaborée et revendiquée*** » [874] . Les réponses sont explicites :

- « La question ne se pose pas. Impossible d'être journaliste sans un minimum de morale, qu'elle s'appelle déontologie ou autre chose »
- « Un journaliste n'ayant aucune déontologie, n'est pas un journaliste : c'est un cinéaste, un romancier, un flatteur, un courtisan, un conformiste. La langue française est suffisamment riche pour appeler les choses par leur nom »
- « En fait j'ai tendance à penser que le journalisme implique par définition une certaine déontologie » [875]

Nous pouvons faire deux constats à l'épreuve de ces réponses. Nous constatons, d'une part, que la déontologie est consubstantielle à l'identité même du journaliste. En effet, à l'exception de la dernière réponse, les deux premières posent la déontologie du point de vue de l'être (être journaliste) et non du faire. D'autre part, il est manifeste que les futurs journalistes cernent difficilement cette notion qui apparaît lointaine dans leur discours : ***« qu'elle s'appelle déontologie ou autre chose*** » ; ***« Une certaine déontologie*** » ; ***« n'ayant aucune déontologie*** » laissant à penser qu'il y en a plusieurs. Enfin, il semble qu'il y ait une prise de conscience des responsabilités qui incombent à un journaliste et qui lui imposent une certaine manière d'être. Mais, de là à ce qu'elle soit enseignée…Et Johanna Siméant de conclure : ***« C'est ainsi la labilité même de cette notion de***

[872] Site de l'IUT de Bordeaux, rubrique « quelles dérives journalistiques observez-vous autour de vous ? » réponse publiée le octobre 2002.

[873] Siméant J., *op. cit.*, p 46.

[874] *Ibid.*, p 15.

[875] *Ibid.*, p 54.

déontologie, toujours revendiquée mais rarement définie de manière positive, qui permet l'appropriation et le travail opéré sur la représentation du groupe des journalistes, comme si la polysémie de cette catégorie était précisément au principe de son instrumentalisation par des agents tendant à se démarquer de concurrents » [876] . Cette conclusion émise à l'issue d'une enquête auprès d'un des principaux centres de formation de la pratique journalistique augure parfaitement la manière dont l'univers organisé de l'entreprise prendra le relais de ce travail de représentation et d'instrumentalisation, avec ce même souci de se démarquer des concurrents.

L'enseignement de la déontologie ne semble donc pas faire l'unanimité tant du point de vue des élèves que des enseignants. Pour Michel Sarazin, ne pas l'enseigner c'est respecter la tradition de l'école qui a toujours fonctionné sur le principe d'un système de valeurs emprunté à la charte de 1918. Pourtant, il n'en a pas toujours été ainsi. En effet, le CFJ a mis en place, pour l'année 1991-1992, un cours de déontologie qui, manifestement, a suscité beaucoup d'ironie auprès des élèves : ***« Au CFJ, ils défendent une morale. (…) J'ai jamais bien réagi. Ils vendent l'aspect déontologie, ils se mettent en valeur. C'est le côté mythe Philippe Viannay, le père fondateur, le grand résistant*** ». Les enseignants, aussi, demeurent dubitatifs : ***« La déontologie est-ce que ça s'apprend ? Oui, je crois que…enfin… je crois que ce peut s'apprendre c'est…(…) la formation au CFJ de ce point de vue là, elle est multiple, il y a à la fois l'apprentissage d'une certain nombre de règles et de lois tout simplement (…) oui je crois que la déontologie ça s'apprend ça se pratique*** » [877] . Les avis divergent car Michel Sarazin, l'actuel directeur du CFJ, considère, au contraire que ***« la déontologie n'est pas un savoir, c'est un système de valeurs et qu'un système de valeurs, ça ne s'enseigne pas ».*** A noter, dans la même veine, que le cours de déontologie qu'avait mis en place Hervé Nedelec à l'EJCM n'a pas été renouvelé après son départ de l'école, en 2001, et a même été remplacé par un cours de ***« droit des médias*** ». Les questions de déontologie n'ont, sans doute, pas été jugées prioritaires.

Conclusion relative à l'enseignement de la déontologie : le décalage des points de vue

Il ne nous revient pas de porter un jugement mais il apparaît évident qu'avant même d'aborder le contenu d'un possible cours de déontologie, il y a déjà à s'entendre sur ce que l'on entend par déontologie, notion qualifiée de ***« canonique*** » par Johanna Siméant. Or le problème de sa définition et de son contenu est aussi à l'origine de la controverse sur la qualité de son enseignement souvent jugé insuffisant [878] . Nous avons, à cet égard, posé la question aux responsables des différentes formations : ***« Pensez-vous que les futurs journalistes sont suffisamment sensibilisés à la question de l'éthique***

[876] *Ibid*., p 55.

[877] *Ibid*., p 46.

[878] Voir l'enquête de la FNPF conduite par François-Xavier Alix, citée plus haut.

 Copyright PRODHOMME Magali et Université Lumière - Lyon 2 - 2003.Ce document est

professionnelle ? ». Les réponses sont pour la plupart affirmatives, parfois nuancées et, surprenant, souvent rapportées à l'établissement qui forme les futures recrues. Et ce, en dépit de la formulation volontairement généraliste de notre question. Preuve, s'il en était, qu'il règne un esprit de concurrence notamment à l'égard des journalistes qui ne sont pas issus des écoles mais aussi que la concertation entre les différentes formations, sur ces questions précises, n'a pas abouti. Pour Patrick Dombrosky, le doute subsiste : ***« Nous, on essaie (…) Ils le sont probablement…En tout cas pour nous, on fait ce qui nous paraît suffisant*** ». L'ESJ de Lille abonde dans le même sens, via les propos de sa directrice des études : ***« ils me paraissent l'être dans notre établissement »*** et d'ajouter ***« Les jeunes journalistes diplômés de l'ESJ sont donc extrêmement sensibilisés, ils n'en sont pas pour autant « vaccinés ». Seuls le terrain, la pratique et les leçons qu'ils permettent finissent de vous proposer et vous imposer des valeurs comportementales*** ». Franck Demay, directeur des études de l'EJT répond aussi par l'affirmative en rappelant, au passage, que ***« les futurs confrères sont suffisamment sensibilisés à ces questions, grâce à l'école de journalisme mais aussi par l'intermédiaire de nombreux stages et CDD qu'ils effectuent en entreprise de presse*** » [879] . La directrice de l'IUT de Bordeaux est, quant à elle, catégorique. La réponse est ***« Oui*** » et ne souffre d'aucun commentaire supplémentaire. Pascal Guenée, directeur de l'IPJ, est aussi, à sa manière, catégorique : ***« oui pour les journalistes sortant d'école, non pour la grande masse des journalistes qui peuvent obtenir leur carte de presse sans jamais avoir entendu parlé de déontologie*** » [880] . C'est là une façon de faire reconnaître le rôle prépondérant de l'IPJ en matière de formation notamment déontologique mais aussi de nier la capacité de l'entreprise à fournir des repères éthiques et déontologiques à ceux qui sont ***« formés sur le tas*** ». La réponse de Claudine Ducol, responsable de la formation presse écrite à l'IUT de Tours, est intéressante. Elle précise : ***« ils le sont quand on leur en parle*** ». Cette quasi-lapalissade témoigne finalement du peu d'intérêt des étudiants pour la réflexion éthique qu'il s'agit ***« d'inscrire dans l'observation quotidienne des médias »***, selon l'enseignante [881] . A l'instar de la directrice de l'IUT de Bordeaux, Hervé Nedelec, ancien professeur à l'EJCM, muté depuis notre enquête, adresse une réponse laconique : ***« jamais suffisamment*** » [882] . Enfin, Michel Sarazin répond lui aussi ***«qu'ils ne le sont jamais trop… »*** et de préciser ***«… mais le sont plutôt pas mal, en tout cas pour ceux que nous voyons dans une école comme la nôtre*** ».

Nous avons été étonnés de constater le décalage entre le point de vue des employeurs sur la formation déontologique des jeunes journalistes et celui, majoritairement positif et satisfaisant, des directeurs et autres responsables d'écoles. Notre étonnement a porté aussi sur la grande variété des intitulés de cours de déontologie

[879] Demay F., correspondance électronique datée du 8 avril 2003, voir annexe.

[880] Guenée P., correspondance électronique datée du 7 février 2003, voir annexe.

[881] Ducol C., réponse au questionnaire datée du 4 avril 2000, voir annexe.

[882] Nedelec H., réponse au questionnaire datée du 28 mars 2000, voir annexe.

protégé en vertu de la loi du droit d'auteur.

(de l'information, de la presse, des journalistes, des médias) qui n'implique évidemment pas la même réflexion. Cette question mériterait une analyse plus approfondie tant les questions restent nombreuses. Il serait notamment intéressant de savoir le rôle joué par les instances professionnelles dans l'attribution et le renouvellement de l'agrément, procédure qui doit donner lieu à une confrontation. Il serait par ailleurs judicieux de connaître les documents offerts comme références aux élèves : *charte du SNJ*, *charte de Munich* ou toute autre charte. Enfin, la réflexion qu'a menée Johanna Siméant auprès du CFJ mériterait d'être transposé à l'ensemble des écoles et autres instituts car elle permettrait de mieux cerner les mécanismes d'apprentissage déontologique mis en place par les écoles de journalisme en France [883] .

Chapitre XI : Le discours juridique et la qualification de la « faute journalistique »

I) La responsabilité journalistique face à la loi

La dernière partie de notre travail consiste à analyser les productions discursives des magistrats dans le cadre de la détermination et de la qualification de la faute journalistique. Pour ce faire, nous disposons d'un corpus d'arrêts rendus par les chambres civiles (première et seconde), la chambre sociale et l'assemblée plénière de la Cour de Cassation. Pour constituer ce corpus, nous avons consulté la base de données ***« Juridisque LAMY***» et utilisé les mots clés suivants : ***« journalist****** » ; ***« 1382 et journalist**** » et enfin ***« déontologie et journalist**** ». Notre corpus se répartit comme suit

- - Première Chambre civile de la cour de Cassation :

Deux arrêts (journalist* ; 1382 et journalist*)

- - Deuxième chambre civile de la cour de Cassation :

12 arrêts dont deux sur la base du mot clé « journalist* » et 10 sur celui de « 1382 et journalist* ».

- - Chambre sociale de la cour de Cassation :

7 arrêts dont un sur la base du mot clé « déontologie et journalist* » et 6 sur celui de

[883] Une vaste enquête est en cours de réalisation à la faculté des sciences de l'information de l'université « Complutense » de Madrid. Sous la direction de Jesus Diaz Del Campo et financée par le ministère espagnol de la Culture et de la Communication, cette enquête porte précisément sur l'enseignement de l'éthique journalistique et médiatique à travers les formations des différents pays de l'union européenne. Un questionnaire de trois pages a été adressé aux professeurs concernés (voir Annexe). Selon Jesus Diaz Del Campo, cette enquête devrait s'achever d'ici la fin de l'année 2003 et les résultats adressés à tous les professeurs qui ont eu la bienveillance d'y répondre.

protégé en vertu de la loi du droit d'auteur.

« journalist* ».

· - Assemblée plénière de la cour de Cassation :

3 arrêts dont deux sur la base du mot clé « journalist* » et un sur celui de « 1382 et journalist* ».

1) L'intervention du juge comme contrôle déontologique de la pratique journalistique

Le choix de porter notre attention sur les discours juridiques est motivé à plusieurs égards. Il s'est agi pour nous, d'abord de comprendre, puis de vérifier en quoi et comment le juge civil, en qualifiant et en appréciant l'existence d'une faute du journaliste se pose, in fine, comme ***« juge naturel de la déontologie de la pratique journalistique »***. L'ordre des avocats de la Cour de Paris, à l'occasion du colloque tenu en 1993 sur le thème ***« Justice et presse*** », a déjà apporté sa réponse : ***« En posant comme principe de base que la liberté d'expression fait partie intégrante de la notion de démocratie, chacun s'est accordé à reconnaître qu'il appartient principalement au juge d'apporter sa contribution à une déontologie générale*** » [884] . Qu'est-ce à dire ? Joël Moret-Bailly nous a précisés, à l'occasion d'un entretien, que ***« la faute renvoie à la norme ou à la déontologie, si elle existe. La règle de droit sert, en l'absence de toute déontologie, à évaluer une situation. Le juge participera donc à la définition de la faute civile et, la cour de cassation contrôlera la qualification de cette faute*** » [885] . Selon Emmanuel Derieux ***« on devrait pouvoir considérer que constituent « la déontologie », les règles de conduite qu'une profession se donne à elle-même et dont elle contrôle l'application*** » et d'ajouter ***« il m'est arrivé de penser qu'une véritable déontologie journalistique dispenserait ou empêcherait le législateur et les juges d'avoir à intervenir sur ces questions. Mais encore faudrait-il que les professionnels en prennent l'initiative et en assument la responsabilité »*** [886] . Pierre Cramier abonde dans le même sens en soulignant que ***«devant l'échec de l'autorégulation, c'est à travers l'application des dispositions légales, régissant l'activité d'information, que sont recherchées des solutions aux problèmes déontologiques auxquelles sont confrontés les journalistes*** » et de préciser ***« l'intervention du juge judiciaire est actuellement le principal sinon l'unique instrument de contrôle déontologique des pratiques journalistiques*** » [887] .

Thierry Massis, avocat au barreau de Paris, distingue, dans le débat déontologique qui anime les médias, toute une tendance doctrinale et professionnelle qui tendrait à

[884] Cité dans le Livre Blanc du SNJ, 1993, p 55.

[885] Moret-Bailly J., entretien daté du 27 avril 2000.

[886] Derieux E., correspondance électronique du 5 janvier 2002.

[887] Cramier P., « L'encadrement de la déontologie journalistique : le rôle des associations de téléspectateurs et la question de l'intérêt de l'agir du public », in *Petites Affiches*, Le quotidien juridique, 388e année, N°124, 23 juin 1999, p 4.

renforcer la responsabilité du journaliste par la mise en place de règles déontologiques :

- La tendance restrictive qui estime que la source des devoirs des journalistes c'est le droit du public de recevoir des informations. Dès lors les devoirs des journalistes ne sont que la conséquence de la liberté de la presse. *La Charte de Munich* s'inscrit typiquement dans cette tendance : ***« De ce droit au public à connaître les faits et les opinions procède l'ensemble des devoirs et des droits des journalistes*** » (préambule de *la Charte de Munich*, 1971).
- La seconde tendance est de reconnaître, au-delà des principes posés par la loi de 1881, l'existence d'une responsabilité générale pour faute sur le fondement de l'article 1382 du code civil. Cet article détermine la responsabilité de l'individu et dispose que tout individu qui a commis une faute doit en réparer les conséquences. Thierry Massis souligne alors que ***« le caractère général de cette disposition permet d'affirmer que l'inobservation d'une déontologie s'assimilerait à une faute civile. Dans cette optique, c'est le juge qui définirait une déontologie »*** [888] .
- La troisième tendance est la création d'un organisme indépendant constitué de personnes représentatives dans le domaine de la presse qui aurait pour objet d'être garant de la déontologie des journalistes.

Or, de ces trois tendances, une seule est réellement effective : la référence à l'article 1382 pour qualifier la faute journalistique. La première tendance pâtit d'une absence de reconnaissance commune et s'applique tous azimuts dans les médias. Nous l'avons déjà observé, les productions normatives des médias français rappellent leur attachement au droit du public à l'information mais avec des écarts d'appréciation manifestement irréductibles. Ces productions laissent d'ailleurs certains juristes dubitatifs, tel Joël Moret-Bailly qui y voit ***« un choix politique, une manière pour les éditeurs de se protéger »*** [889] . D'autres, comme Pierre Cramier, qualifient la tentative d'autorégulation de la profession ***«d'échec***» et d'expliquer : ***« L'idée d'un encadrement de la déontologie destiné à lui conférer une valeur contraignante se heurte au refus de la plupart des journalistes qui voient dans l'éthique une simple affaire de conscience individuelle et rejettent l'idée d'une intervention extérieure dans ce domaine fût-elle l'œuvre de pairs. Les rares tentatives recensées de ces dernières années en vue d'instaurer un organisme indépendant n'ont pu aboutir en raison des résistances opposées par les professionnels concernés et les modes de régulations internes aux entreprises d'information n'ont guère eu de succès*** » [890] . La troisième tendance semble en effet vouée à l'échec notamment parce que la concertation entre les professionnels de l'information n'a jamais pu aboutir sur un consensus. Reste la seconde tendance, celle de l'application des dispositions légales et notamment l'article 1382 du code civil. Il semble d'ailleurs que cette tendance soit de mise par défaut car elle suscite, selon les propos de Thierry Massis *« une controverse passionnée »* [891] . En effet, l'auteur nous rappelle que la cour d'appel de Paris cantonne l'art. 1382 : ***« les juges de fond se révèlent très***

[888] Massis T., « Le droit du citoyen à l'information dans la jurisprudence française », in *Gazette du Palais*, vendredi 8, samedi 10 février 1996, p 5.

[889] Moret-Bailly J., entretien daté du 27 avril 2000.

[890] Cramier P., *op. cit.*, p 4.

Copyright PRODHOMME Magali et Université Lumière - Lyon 2 - 2003.Ce document est

réticents à l'égard d'une application générale de cet article car, selon eux, la responsabilité civile d'un organe de presse ne peut être engagée que s'il y a eu méconnaissance de la loi du 29 juillet 1881 ». Or la cour de cassation a pris le contre pied de cette analyse en considérant que ***« rien n'autorise à limiter en matière de presse la portée de l'article 1382*** ». Toute la jurisprudence témoigne d'ailleurs de cette interprétation extensive de l'article 1382 et Thierry Massis de conclure : ***« l'application de l'article 1382 sur le fondement d'une faute du journaliste pose de grandes difficultés. En effet, la tentation est grande d'utiliser cette disposition pour contrôler la pensée d'autrui*** » [892] .

2) L'inquiétude des éditeurs

Les premiers concernés par cette disposition se disent préoccupés. En effet, selon l'enquête conduite par François-Xavier Alix auprès des ***« 28 grands témoins*** » de la presse française et dont le premier volet posait la question suivante : ***« Quel jugement portez-vous sur le cadre législatif régissant l'exercice de la liberté de la presse en France ?*** », les réponses traduisent une certaine inquiétude. Le contexte, qui ne cesse de s'aggraver, est jugé ***« beaucoup trop restrictif*** » et le directeur d'un grand quotidien national d'ajouter ***« la presse est très dépendante de l'appréciation des juges. Il y a un trop plein d'encadrement même quand il y a de bonnes raisons (loi Gayssot) ou de mauvaises (le pouvoir qui se protège) ».*** Nombreux sont les éditeurs de presse à considérer que « *les textes réglementaires sont dirigés contre la presse* » ou encore que ***« toute mesure nouvelle serait restrictive des libertés »***. Certains approfondissent même l'analyse en soulignant que ***« les tribunaux créent sans cesse du droit par des juges qui connaissent mal la nature de l'information et les impératifs des médias*** ». Pour pallier le problème, certains avancent des solutions qui sont loin de faire l'unanimité. Ainsi, il est proposé de ***« distinguer ceux des éditeurs qui font commerce de la transgression permanente et les autres »*** et de préciser ***« en droit de la presse, la notion de récidive n'existe pas ».*** D'autres mettent en exergue l'expérience de la *République des Pyrénées* qui, depuis la fin de l'année 1997, dresse un recensement exhaustif de toutes les critiques et réclamations. L'objectif serait alors d'en établir la typologie, d'en dégager des règles professionnelles destinées à les éviter, règles qui serviront à étoffer une charte. L'inquiétude des éditeurs de presse porte aussi sur la manifestation du public à une «***dérive américaine*** » encouragée par certains avocats, dérive qui porte le public à de nouvelles revendications en matière de dommages intérêts comme de rectifications. La recrudescence du droit de réponse, principe auquel sont attachés les éditeurs, est d'ailleurs qualifiée de ***« phénoménale*** » et son usage souvent ***« abusif*** ».

L'ensemble de ces constats et critiques nous a conduits à observer la déontologie, au-delà de ce que Pierre Legendre qualifie de ***«foire sociale aux discours*** » [893] , comme une production juridique à part entière. En effet, s'il apparaît difficilement envisageable de

[891] Massis T., *op. cit.*, p 5.

[892] *Idem.*

protégé en vertu de la loi du droit d'auteur.

revenir sur l'arsenal juridique en matière de droit de la presse, reste toutefois aux entreprises de presse et, *in fine*, à la profession, la possibilité d'édicter leurs propres règles déontologiques, distinctes des règles juridiques, et constitutives d'un ***« infra-droit*** » qui peut accéder à la juridicité s'il est sanctionné par la jurisprudence ou la loi.

Joël Moret-Bailly, qui a étudié, classé et analysé ***« les manifestations des déontologies en droit positif »***, constate que ***« les déontologies semblent se manifester sous des formes juridiques très variées, résultant d'initiatives administratives, étatiques, associatives et professionnelles***» [894] . Si ces déontologies sont souvent présentées comme un droit créé par des professionnels, Joël Moret-Bailly pondère quelque peu cette affirmation. En effet, il a constaté que trois acteurs au moins interviennent dans l'élaboration de la plupart des codes de déontologie : les organismes professionnels (par exemple le conseil national de l'ordre des médecins), le conseil d'État (forme majoritaire des codes de déontologie) et les organes administratifs [895] . Son analyse des différents types d'activités régies par les déontologies révèle que ***« les journalistes, au même titre que les personnels de la police nationale, les chercheurs du domaine biomédical, les sportifs, les personnels des entreprises financières ou encore les entreprises, chefs d'entreprise ou managers, appartiennent aux professions non libérales dotées de déontologie qui ne sont pas organisées par l'État sous forme disciplinaire juridictionnelle »***. On parle alors de déontologie extra étatique. L'auteur précise que : ***« ce sont des professions à propos desquelles on peut relever une grande abondance discursive, révélatrice d'importants enjeux sociaux comme par exemple la déontologie des journalistes »*** [896] . Sur ce dernier point, Joël Moret-Bailly consacre un paragraphe et explique d'emblée que, seule la déontologie du service public de la radiotélévision relève du droit étatique. Pour le reste son constat reste sévère : ***« l'application de règles déontologiques extra étatiques applicables à la pratique journalistique ne peut être qu'éclatée, du fait de l'absence d'une organisation unifiée de la profession »*** et d'ajouter ***« mais il faut nuancer l'ensemble de cette analyse en la replaçant dans son contexte. En effet celle-ci se base sur le postulat implicite que les journalistes sont ou peuvent être indépendants. Mais si l'indépendance des journalistes n'existe pas, si leur activité dépend d'autres logiques – notamment économiques – qu'une logique strictement professionnelle, d'éventuelles règles déontologiques n'ont aucune chance d'être appliquées. Dans ce cadre, on peut noter que les patrons de presse sont opposés, dans leur majorité, à la démarche déontologique, celle-ci étant facteur***

[893] Legendre P., « La loi, le tabou et la raison », in *Télérama*, n°2555, 30 décembre 1998. L'historien du droit écrit ceci, à propos du retour de l'éthique : « *Je suis en désaccord avec nos mises en scène de l'éthique peu opérante en fait. Le cas français est révélateur. Au plan formel des procédures qui, toujours abritent des rapports de pouvoir, il est significatif qu'un comité national soit systématiquement présidé par un médecin ou un biologiste. On ne peut être juge et partie* ».

[894] Moret-Bailly J., *op. cit*., 1996, p 52.

[895] *Ibid*., p 84.

[896] *Ibid*., p 195.

protégé en vertu de la loi du droit d'auteur.

d'indépendance de leurs personnels » [897] .

Ce préambule à notre analyse des discours juridiques témoigne de l'épineuse question des relations presse/justice et de l'absence manifeste d'organisation de la profession à l'égard de cette question. A défaut de références communes, le juge fonde sa décision sur la base de l'article 1382 qui consacre la responsabilité civile et lui permet de qualifier la faute journalistique. Or qu'observe-t-on en réaction à cette instauration, par défaut, du juge comme juge naturel de la déontologie des pratiques journalistiques ? Un réflexe autarcique de la part des éditeurs de presse qui entendent gérer eux-mêmes l'espace médiatique dont ils ont la responsabilité, sans même ressentir la nécessité d'une concertation. Est-ce là une réponse aux propos de Philippe Meyer qui parle de ***« pouvoir déontologique qui n'est pas prêt d'être partagé*** » ? Ce ne peut être qu'une hypothèse qui reste, cela dit, probable. Il n'en demeure pas moins que la définition du ***« bien faire*** » des pratiques journalistiques revient, en cas de conflit et en dernier ressort, à l'appréciation du juge.

II) L'exhortation éthique des magistrats : entre objectivité et indépendance journalistiques

Avant d'observer la tendance actuelle à l'égard du droit de la presse et de présenter, dans ses grandes lignes, la chambre unique de la presse, nouvellement créée, nous dégagerons de notre corpus juridique un certain nombre de recommandations d'ordre éthique.

A l'instar de la cour de cassation, nous ne jugerons pas du fond des affaires mais de la forme et notamment celle qui conduit les magistrats à préciser une éthique professionnelle des journalistes. Quelles que soient les circonstances, le magistrat est amené à motiver les choix qui président ses décisions en même temps que de démêler l'écheveau de la vérité, notamment du fait diffamatoire (Y a t-il eu, ou non, volonté de nuire ?). L'articulation de la décision juridique portera tantôt sur l'appréciation de la loi, tantôt sur la qualification, censée être objectivée, de ce qui relève du bien faire de la pratique journalistique. Ainsi, le magistrat invoquait :

- « le devoir déontologique pour le journaliste de vérifier l'exactitude des informations qu'il livre » (cass.civ.2, 9 décembre 1999) (diffamation et injures)
- « de relater objectivement les débats (…) sans appréciation personnelle du journaliste » (cass.civ. 2, 8 mars 2001, Bull.civ II) (diffamation injures et atteinte à la présomption d'innocence)
- « Un journaliste, en toute occasion, fut-ce en donnant son opinion critique, doit faire preuve de circonspection et d'objectivité » (cass.civ. 2, 8 novembre 1989, Bull, civ II) (diffamation et injures)
- « L'obligation pour le journaliste d'exactitude et d'objectivité » (cass.civ.2, 23 avril 1986) (diffamation et injures)

[897] *Ibid*., p 130.

- « Le manquement du journaliste à son devoir de prudence » (cass.civ.2, 11 janvier 1984) (diffamation et injures)
- « les obligations professionnelles du journaliste (…) son rôle normal d'informateur » (cass.civ.2, 11 janvier 1984) (diffamation)
- « l'évocation des faits de manière objective » (cass.civ.2, 20 juin 1990) (atteinte à la vie privée)
- « le droit d'informer et de critiquer attaché à l'essence et à la pratique du journalisme » (cass.civ.1, 30 mai 2000, Bull.civ I) (atteinte à la vie privée)
- « Ne pas enfreindre les règles de loyauté s'imposant aux journalistes » (cass.civ.1, 17 octobre 2000, Bull.civ I)
- « L'obligation faite aux journalistes de vérifier ses informations » (cass. Ass.plén., 12 juillet 2000, Bull. civ.) (diffamation et injures)
- « L'obligation déontologique du journaliste d'informer le public en toute indépendance et objectivité » (cass. Ass.plén., 25 février 2000, Bull.civ) (diffamation et injures)
- « Le journaliste doit s'exprimer de bonne foi sur la base de faits exacts et fournir des informations fiables et précises dans le respect de l'éthique journalistique » (Cour européenne des droits de l'Homme, arrêt Fressoz, 21 janvier 1999)

Avant d'en arriver à l'analyse, rappelons que l'essentiel des affaires jugées, l'est sur la base de la diffamation et de l'atteinte au respect de la présomption d'innocence et de la vie privée.

Dans ce type d'action en justice, les magistrats exhortent les journalistes à une conduite honorable en vertu d'un certain nombre d'obligations qualifiées de professionnelles ou de déontologiques : loyauté, objectivité, indépendance, prudence, exactitude, crédibilité, circonspection. Il paraît évident que si notre corpus avait été plus large, le nombre de valeurs attachées à la pratique journalistique aurait, sans doute, lui aussi augmenté.

Notre première remarque concerne le choix des valeurs énoncées par les magistrats. Sans doute se réfèrent-elles à ce que l'on pense communément d'une pratique journalistique vertueuse : indépendance et objectivité. Or l'application de ces deux notions dans la pratique professionnelle nous laisse sceptique. Indépendance, certes, mais vis-à-vis de quel pouvoir ? La question peut paraître naïve mais elle demande à être précisée. Quant à la notion d'objectivité, chacun s'accorde, dans la profession, à lui préférer celle d'honnêteté. Au-delà de ces deux exemples auxquels on pourrait ajouter celui de la notion de prudence, il convient de s'interroger sur les références qui s'offrent au magistrat pour qualifier le bien faire du travail journalistique. Aucune, à l'évidence, tant leurs qualificatifs paraissent éloignés de la réalité des pratiques et notamment celle de l'urgence. Cela dit, ces exhortations peuvent être considérées comme une visée du bien faire de la pratique journalistique et, finalement, conduire à une pratique vertueuse. Encore faudrait-il qu'elles fassent l'objet d'une recension plus exhaustive que nous l'avons fait et qu'elles soient centralisées par un organisme indépendant tel un ***« observatoire des médias*** ». Or ce n'est manifestement pas la tendance actuelle des éditeurs de presse qui préfèrent en passer par la rédaction de chartes internes afin d'éviter les contentieux

 Copyright PRODHOMME Magali et Université Lumière - Lyon 2 - 2003.Ce document est

mais aussi par la critique, sans ménagement, du droit de la presse tel qu'il est appliqué. Dans un ton qu'il qualifie plus ***« civique que polémique*** », Georges Kiejman rappelle une anecdote qui en dit long sur la manière dont la presse appréhende son environnement juridique. Il souligne que ***« C'est à cette application tempérée de la loi de 1881, application protectrice des individus, ces individus qui constituent la démocratie si souvent invoquée par la presse, que la nouvelle jurisprudence de la 2ème chambre civile de la Cour de cassation a mis un terme »*** [898] . L'avocat du barreau de Paris poursuit son réquisitoire : ***« remarquons tout d'abord que la presse, celle qui se dit la mieux informée, ne semble pas encore avoir appris cette « bonne nouvelle » puisqu'on pouvait lire dans L'Express : « De plus en plus, on poursuit au civil, une procédure plus rapide, plus discrète et plus efficace que la voie pénale. Si bien que le poids des procès sur les comptes des entreprises de presse s'alourdit de jour en jour. Quand la justice intervient, quotidiennement, plus insidieusement dans le processus d'élaboration des journalistes et des livres (…) quand elle censure une couverture, organise la ruine d'une maison d'édition, sanctionne des journalistes pour recels de documents ou met en garde à vue des journalistes d'une manière arbitraire, comment ne pas se demander si la prééminence du droit d'informer inscrite dans la convention européenne des droits de l'Homme subsiste toujours en France »*** et Georges Kiejman d'ironiser ***« Éditorialistes de l'Express, de Paris Match, que tous ceux là se rassurent. Ils vont échapper à la ruine. C'en est fini de la menace qui pesait sur eux. C'en est fini de la protection abusive accordée par les juridictions civiles aux simples citoyens*** » [899] . Au-delà de l'anecdote, il semble important de dire qu'en effet la presse rencontre des difficultés pour appréhender les productions jurisprudentielles, sources d'incertitude. Ce qui conduit très souvent les éditeurs de presse à dénoncer les menaces judiciaires qui pèsent sur la profession [900] . Il s'exprime aussi, de leur part, une volonté de ne pas voir modifiée la loi de 1881 alors même que certains, au contraire, aspirent à la promulgation d'un code de communication plus clair, plus moderne et plus équitable, ***« sans renoncer pour autant aux protections que la presse est légitimement en droit d'attendre, mais dont elle a tort de penser qu'elles ne peuvent être préservées que par la loi obsolète de 1881 »*** [901] .

Il n'en demeure pas moins que les magistrats participent à la construction d'un environnement pas seulement juridique mais aussi éthique de la pratique journalistique et qu'en l'absence d'une déontologie clairement formalisée, sur laquelle les magistrats pourraient s'appuyer pour qualifier la faute, ils contribuent à la diffusion de valeurs inhérentes au journalisme qui n'ont que peu d'influence sur la profession. Nous avons

[898] Georges Kiejman fait ici référence à l'arrêt rendu, le 18 mars 1999, par la 2ème chambre civile de la cour de cassation et publié au bulletin.

[899] Kiejman G., « L'intrusion de la loi de 1881 devant la juridiction civile », in actes du colloque « Le droit de la presse en l'an 2000 », *Forum Légipresse*, 1999, p 50.

[900] Voir, à cet égard, la réaction quasi unanime de la presse à l'égard du projet de loi Guigou.

[901] Kiejman, *op. cit.*, p 52.

protégé en vertu de la loi du droit d'auteur.

questionné Emmanuel Derieux concernant cette situation quelque peu ubuesque. Nous lui avons fait part de notre étonnement de voir les magistrats invoquer ***« le respect des règles de la profession*** » ou encore ***« le respect de l'éthique journalistique*** » et de nous interroger ***« Mais de quelle éthique parle-t-on ? A quel(s) texte(s) les magistrats se réfèrent-ils ?*** Sa réponse ne mérite aucun développement : ***« Il n'y a en France, si ce n'est la Charte de 1918 et quelques chartes propres à telle ou telle rédaction, aucun véritable texte. Les journalistes et parfois les magistrats n'hésitent cependant pas à se référer à cette «éthique journalistique » dont il n'y a aucun corps de règles ni aucun organisme qui en dégagerait les principes et veillerait à leur application. Face aux législateurs et aux juges, les journalistes se prévalent de cette éthique professionnelle, pour tenter d'écarter ainsi toute menace d'intervention législative ou judiciaire, ce qui, parfois se retournent contre eux puisque certains magistrats font référence à cette prétendue éthique journalistique »*** [902]

1) La chambre unique de la presse : vers une véritable réforme ?

Si la profession ne manifeste aucune prise de conscience à cet égard en laissant la loi faire son œuvre pour mieux en dénoncer les abus ultérieurement, ce n'est pas la voie suivie par les magistrats qui tentent, au contraire, d'apporter ***« une garantie de compétence, d'expérience et d'appréhension du droit de la presse »*** [903] . Cette garantie est celle apportée par la chambre unique de la presse, dite la 17ème chambre, mise en place le 1er octobre 1999 et dont la compétence territoriale se restreint aux affaires parisiennes. Dans l'esprit de ses promoteurs, la chambre unique de la presse, abritée par le TGI de Paris, répond à une nouvelle organisation unificatrice des diverses formations de jugement spécialisé en matière de presse mais aussi et surtout à un souci de ***«sécurité juridique ».*** L'originalité de cette chambre unique, avec un greffe unique et ses composantes pénale, civile et référé, ***« a consisté à affecter dans ses trois composantes les mêmes magistrats soit quatre présidents et six juges*** » [904] . L'intérêt majeur de la chambre unique de la presse, considérée d'utilité sociale, est d'ordre symbolique. Selon Christophe Bigot, avocat au barreau de Paris, elle symbolise ***« la place assignée à la liberté de la presse***»et d'ajouter ***« il est indispensable que la liberté de la presse soit confiée à des magistrats spécialisés qui sauront maintenir les grands équilibres*** » [905] . Il est d'ailleurs intéressant de noter que cette création n'a pas ou peu suscité d'écho médiatique alors même qu'elle constitue une mesure d'administration judiciaire qui vise à accompagner la tendance générale très protectrice à l'égard de la liberté d'expression.

Cette question mériterait bien des développements notamment au regard des

[902] Derieux E., correspondance électronique du 16 avril 2003.

[903] Coulon, in actes du colloque « Le droit de la presse en l'an 2000 », *Forum Légipresse*, 1999, p 14.

[904] *Idem*.

[905] Bigot, in actes du colloque « Le droit de la presse en l'an 2000 », *Forum Légipresse*, 1999, p 21.

protégé en vertu de la loi du droit d'auteur.

réactions des éditeurs de presse à l'égard de l'évolution de l'environnement juridique. Nous en avons noté une, dans un éditorial rédigé par François-Régis Hutin et publié dans *Ouest-France* le 4 septembre 1999. Le titre ***« Images : respect et liberté »*** augure déjà le problème soulevé. Cet éditorial intervient en pleine discussion autour du projet de loi Guigou sur la présomption d'innocence. L'attaque de l'article campe le contexte médiatique : ***« Menace sur la photo de presse, titrait récemment Le Figaro, relançant la protestation de Paris Match contre le projet de loi Guigou qui renforce la législation sur la publication des photographies et les prises de vues. Qui ne serait pas d'accord avec l'esprit qui inspire ce projet ? »*** Et de poursuivre ***: « il est évident qu'il importe de protéger la vie privée, d'éviter de choquer les spectateurs, de ne pas attenter à la dignité des personnes. (…) Mais pour autant, faut-il légiférer sur une telle question ? Faut-il là encore, modifier la loi de 1881 ou en diminuer l'effet par des lois supplémentaires ? (…) Mais il nous semble que la loi n'a pas à se substituer à la déontologie et qu'il importe que chacun puisse assumer totalement ses responsabilités (…) »*** [906] . Nous ne soupçonnons pas François-Régis Hutin de mauvaise foi tant il est vrai que le respect de la dignité des personnes inscrite dans la charte des faits-divers de *Ouest-France* est un des éléments essentiels de la déontologie du quotidien breton. Cela dit, opposer la loi et la déontologie, suppose pour le lecteur de l'éditorial, que l'ensemble de la profession en soit doté. Ce qui n'est évidemment pas le cas. Si les éditeurs de presse ne peuvent défaire ce que la loi a fait, il leur reste toutefois l'opportunité d'accompagner la garantie de compétence que leur offre l'administration judiciaire en proposant aux magistrats une lecture uniformisée et non éclatée d'une éthique professionnelle commune à l'ensemble de la profession.

2) De la déontologie au Label

L'adaptation du droit fait l'objet de toutes les attentions lorsqu'elle est opposée aux défis, nouveaux, de la presse en ligne dont l'un des principaux dangers est de convoquer des acteurs extérieurs au monde de la presse qui perd peu à peu son monopole de la formation de l'opinion. Si des solutions sont envisagées du point de vue de la réglementation, l'approche déontologique n'est pas non plus en reste, mais avec une nouvelle appellation. En effet, l'environnement spécifique de la presse en ligne a conduit les éditeurs à envisager la création d'un ***« label*** » qui distinguerait les sites dits d'information. Le dictionnaire nous signifie que le terme ***« label*** » désigne ***« une étiquette ou une marque sur un produit pour en garantir l'origine, la qualité*** ». Le choix du mot ***« label*** » correspond, nous semble-t-il, à ce nouvel environnement à vocation commerciale qu'est l'Internet. Pas seulement, certes. Mais faire le choix de labelliser les sites d'information garantit plus l'origine du site que l'éthique et la qualité du travail du journaliste et de l'éditeur. C'est une marque de distinction qui permet aux éditeurs de presse ***« on-line*** » de se démarquer et de se positionner par rapport aux éditeurs individuels dont les homepages se développent de façon extrêmement rapide. Alain Boulonne, président de la fédération nationale de la presse française, s'en défend en qualifiant la démarche de ***« formalisation déontologique*** » et d'ajouter ***« le Net nous appelle au respect le plus scrupuleux des valeurs de référence de notre***

[906] Hutin F.R., «Images : respect et liberté » in *Ouest-France*, 4 septembre 1999.

profession : l'honnêteté et la véracité qui forment, ensemble, la déontologie du métier d'informer » [907] . Notons, pour l'anecdote, que le groupe Vivendi avait devancé cette démarche en lançant une campagne de publicité sur ses activités Internet avec pour slogan : ***« Les hommes naissent libres et égaux en droits. Les internautes aussi. Charte Internet Confiance - sept engagements pour le respect de l'internaute : « pour la protection des données personnelles, pour la protection de l'enfant et l'affirmation d'une éthique des contenus, pour le respect de la propriété intellectuelle, pour la garantie des droits du consommateur en ligne, pour une communication publicitaire responsable, etc*** . » [908]

[907] Boulonne A., actes officiels, discours de clôture du 13ème congrès de la presse française, 23-24 novembre 2000.

[908] Extrait de la publicité publiée en pleine page du quotidien *Le Monde*, le mardi 14 septembre 1999.

 Copyright PRODHOMME Magali et Université Lumière - Lyon 2 - 2003.Ce document est

Conclusion

Mettre à jour les manifestations discursives de l'éthique professionnelle des journalistes, telle était la visée de ce travail. Nous sommes partis du constat selon lequel l'analyse descriptive des pratiques journalistiques ne permettait que partiellement l'observation des manifestations d'une éthique professionnelle. C'est donc dans les discours même des acteurs de la profession que nous avons cherché à combler cette incomplétude et à dégager une représentation normative d'un espace de travail, celui du journalisme.

Notre choix a tout d'abord porté sur les discours des corps intermédiaires de la profession, syndicats de journalistes et fédérations patronales desquels il a été extrait un espace, réservé, de délibération éthique [909] . Il nous a paru essentiel d'interroger la rhétorique syndicale et plus précisément les moyens argumentatifs conçus dans la perspective stratégique de négocier une représentation normative partagée de la profession. Interrogation qui portait sur la rationalité syndicale et qui exigeait de mettre en perspective ses effets idéologiques sur les questions d'éthique professionnelle.

Nous avons aussi fait le choix de donner des fondements historiques à notre réflexion, en considérant l'intériorisation de normes comme un processus dont nous avons fait remonter les origines au XVIIe siècle. Ce processus de moralisation a largement précédé celui de la professionnalisation et a permis, à la profession naissante, de se doter d'un fonds commun de valeurs empruntées, à l'époque, aux différentes figures de l'écrivain : honnête homme, homme de vérité et écrivain patriote. Nous avons

[909] Réservé, parce que la plupart des discours confine la question éthique au seul débat professionnel.

protégé en vertu de la loi du droit d'auteur.

souligné, à l'occasion, les différentes formes d'éthique qui s'imposaient à la pratique. Ce fut d'abord, avec Théophraste Renaudot, une éthique de la vérité. Plus tard, avec le développement des feuilles littéraires, autour des années 1750, la critique se fait de plus en plus présente. Une nouvelle forme d'éthique, celle de la prudence, accompagne désormais une éthique de la vérité. Quand émerge sur la scène publique la génération des encyclopédistes, c'est une véritable exigence de dignité qui s'impose à tous les gens de lettres. Une dignité qui va rapidement se confondre avec l'indépendance d'esprit comme une nouvelle éthique de la pratique journalistique. C'est avec la Révolution que le sort du journalisme est définitivement scellé à l'une des grandes exigences du métier : la recherche de la vérité. Au XIXe siècle, c'est un tournant essentiel qui a marqué le processus de moralisation. Avec la promulgation de la loi sur la liberté de la presse, qui fut la première pierre portée à l'édifice de la construction de la profession, le débat sur les questions d'éthique s'est déplacé. Les passions intellectuelles qui avaient prévalu au XVIIIe siècle et suscité une dénonciation externe des pratiques journalistiques cèdent progressivement la place à une dénonciation interne, quasi professionnelle. Le sentiment de réprobation de certains actes marqués comme non-éthique émerge, cette fois-ci, de la communauté journalistique, rassemblée sous la bannière d'une pléthore d'associations de journalistes. Les tentatives d'imposer des règles de bonne conduite, au-delà des clivages politiques exacerbés à l'époque, sont nombreuses. Certes, elles ne constituent pas une priorité, mais elles témoignent d'une véritable exigence de dignité. C'est l'événement inattendu de l'affaire Dreyfus qui va permettre la réconciliation du journaliste avec l'homme de vérité. En luttant comme nul autre pour la vérité et la justice, Zola offre au journalisme un prestige rarement atteint jusque là. Le combat d'un seul rejaillit alors sur tous et donne un contenu moral inégalable à la démarche journalistique. Les valeurs de ce combat, laissées comme héritage à la profession, ont largement inspiré les fondateurs du SNJ. Alors même que la profession de journaliste amorce son processus de professionnalisation qui, jusqu'alors, pâtissait d'une dispersion certaine, les membres du SNJ font le choix de s'imposer par la toute première tentative de codification : le code d'honneur du journalisme. C'est à cette période que le processus de moralisation rejoint celui de la professionnalisation et ce, bien au-delà de la création du statut de journalistes, le 29 mars 1935. Les deux processus sont désormais totalement imbriqués et constituent le noyau dur de l'assemblage identitaire du journaliste. Ce schéma idéal va pérécliter au sortir de la seconde guerre mondiale. Le SNJ perd le monopole de la représentation, pas seulement normative, du journalisme et doit désormais composer avec d'autres syndicats de journalistes et l'état. L'opportunité de clore le processus de moralisation des journalistes est unique. En effet, l'ensemble des acteurs, qu'ils s'agissent de l'état, des patrons de presse ou des journalistes, s'accorde à reconnaître la nécessité, certes de purifier la profession, mais aussi et surtout de lui fixer de nouveaux repères en matière d'éthique et de déontologie. Les tentatives de codification furent nombreuses mais ont toutes échoué. La raison d'un tel échec tient sans doute au schéma qu'a imposé le SNJ durant plusieurs décennies. En défendant l'idée qu'il faut codifier une morale professionnelle et s'y référer pour exclure les journalistes indignes, l'enjeu fut d'abord, pour les journalistes salariés du début du siècle, de restreindre l'accès au marché du travail aux pigistes qui les concurrencent. En d'autres termes la morale professionnelle n'est pas née que de préoccupations morales. Ou plus exactement, ces préoccupations

protégé en vertu de la loi du droit d'auteur.

morales ont été directement articulées à des préoccupations matérielles. Défendre un ethos professionnel, une certaine conception du travail journalistique et ses intérêts matériels, formèrent un tout. C'est la raison pour laquelle, durant la période qui a succédé à la seconde guerre mondiale, il s'est agi d'investir le champ de la représentation normative des journalistes pour y occuper une place stratégique : verrouiller l'articulation entre intérêts matériels et moraux qui fut, jusqu'à la seconde guerre mondiale, l'œuvre du SNJ.

L'approche processuelle de la moralisation et de la professionnalisation du journalisme, à laquelle la première partie de ce travail est consacrée, a donc permis de mettre en exergue le lien dynamique entre le souci moral des acteurs, dont témoignent leurs discours mais aussi leurs attitudes, et les luttes de pouvoir dans lesquelles ils sont pris. Dès lors, notre démarche inspirée notamment des approches sociologiques des groupes professionnels a consisté à s'interroger sur les liens entre les discours, où s'esquissent un projet déontologique, et les systèmes d'interdépendance dans lesquels sont pris leurs auteurs, au premier rang desquels les syndicats de journalistes et les fédérations patronales des entreprises médiatiques. C'est là tout l'objet de notre seconde partie.

L'analyse discursive des stratégies syndicales et patronales d'imposition de la représentation normative de la profession et de disqualification de l'adversaire, entendu dans une acception sémiotique, a révélé l'usage stratégique de la défense des intérêts moraux.

Politique, d'abord, parce qu'il s'est agi, pour les syndicats de journalistes mais aussi les fédérations patronales, d'organiser, voire de maîtriser la représentation normative d'un groupe professionnel, organisation qu'il y a lieu d'opposer comme autant d'espace d'autonomie face à l'adversaire. Alors même que l'éthique professionnelle pourrait être envisagée comme un puissant élément fédérateur, déterminant une identité et une prise de conscience collective, elle devient dans le cadre de la revendication syndicale, un élément de division et de confrontation. Division entre les syndicats de journalistes qui sont incapables de transcender leurs divergences et esquisser un projet commun sans y voir le risque de perdre leur indépendance et avec elle leur identité. Division encore, lorsqu'il s'agit de partager les responsabilités entre les acteurs concernés : les syndicats, les journalistes, le patronat et l'état. Cette incapacité syndicale à produire des normes collectives au nom de l'autonomie ruine en même temps toute revendication d'une unité professionnelle, fondatrice du fait syndical, et accentue le phénomène d'éclatement des repères.

Idéologique ensuite, car, comme l'a démontré l'analyse des modalités, le journaliste ***« ne sait pas »***, ***« ne peut pas*** » et se voit délivré de la charge de penser et d'agir par lui-même, en dehors de toute représentation syndicale. Seul le devoir de s'unir autour de l'action syndicale lui est présentée comme un devoir. Cet usage idéologique de l'éthique professionnelle, comme objet du discours, permet aux syndicats d'asseoir une conception de la pratique journalistique, présenté comme un espace à l'intérieur duquel il est possible de débattre mais qui, in fine, justifie le pouvoir de la représentation normative. Il rend possible la prise de parole syndicale, au nom de la défense des intérêts moraux de la profession, et sa confiscation puisque ni le journaliste, caractérisé par son impuissance, ni

Copyright PRODHOMME Magali et Université Lumière - Lyon 2 - 2003.Ce document est

le patronat, désigné comme l'adversaire, sont légitimés à le faire. Les procédés de disqualification, qu'ils s'agissent des autres syndicats, du patronat ou encore de l'état, mis à jour dans les discours syndicaux témoignent aussi de l'autorité qu'entendent justifier les syndicats de journalistes.

Il en résulte, pour les journalistes, dont la plupart n'est pas syndiquée, une situation de dépossession que l'on constate déjà au niveau des entreprises médiatiques mais aussi une difficulté croissante à identifier des normes partagées et légitimées au niveau professionnel. Cette configuration offre aux organisations patronales une occasion unique de neutraliser le discours syndical, d'une part, en imposant sa conception d'une éthique professionnelle au nom d'un certain nombre de valeurs qui transcende la communauté journalistique, et, de l'autre, en feignant la discorde. Alors que les syndicats de journalistes pointent naturellement la responsabilité patronale dans les dérives journalistiques (c'est la faute à), les discours patronaux s'en exonèrent par une mise en adéquation de leur affirmation avec l'opinion générale (c'est au nom de) [910] . Cela dit, cette feinte va bien au-delà de la stratégie de légitimation puisque toutes les organisations patronales considèrent l'entreprise comme le lieu de la prise de décision en matière de définition d'une éthique. Or désigner l'entreprise d'information comme espace de négociation, c'est d'emblée soumettre l'échange à un rapport de pouvoir [911] . Le choix est délibéré : C'est l'autorégulation qui prévaut au sein de chaque entreprise et qui conduit inéluctablement à l'éclatement de l'unité professionnelle en une multitude de référents, notamment normatifs.

Les manifestations de l'éthique professionnelle des journalistes dans les discours syndicaux et patronaux constituent de véritables révélateurs de l'état des relations sociales au sein de la profession mais aussi des rapports de pouvoir dans lesquels les acteurs sont pris [912] . Notre analyse a mis en exergue deux éléments essentiels du débat : D'une part, la question de l'éthique professionnelle, parce qu'elle éponge aussi un certain nombre de considérations matérielles, mobilise tous les acteurs, quelles que soient leurs positions. Au même titre que les conditions de travail ou de rémunération, elle constitue un véritable enjeu. D'autre part, la frontière qui sépare, sur cette question, les deux univers discursifs analysés, est finalement ténue. Elle tient plus à des considérations matérielles qu'à des préoccupations éthiques ou déontologiques sur lesquelles,

[910] C'est au nom de ou dans le respect de la liberté de la presse, du droit du citoyen à être informé ou encore plus globalement de la démocratie, qu'une éthique professionnelle s'impose.

[911] C'est désormais au nom d'un devoir d'obéissance que l'éthique du journaliste s'impose dans chaque entreprise.

[912] Il nous semble important de souligner que les journalistes entendent défendre une certaine conception de leur travail : ils vont valoir leur appartenance à une profession intellecuelle et se définissent comme auteur. C'est donc un rapport individuel, et non collectif, qui les lie au traitement de l'information. Dans cette conception, ce sont les valeurs personnelles qui prévalent et non celles du groupe, ce qui explique en partie, leur réticence à l'égard des discours syndicaux et leur résistance à se plier au lien de subordination. François Devevey nous l'a fait remarquer en précisant, lors de son interview : « *Toute l'ambiguïté de la démarche du journaliste a été d'obtenir qu'il soit mis fin à leur précarité. Ils l'ont obtenu en devenant salarié. Aujourd'hui, ils sont dans une démarche inverse. Ils veulent se faire reconnaître comme auteur (…) Je veux dire que le statut de salarié va définir un certain type de relations sociales* » et de préciser plus loin « *un rapport de hiérarchie* », voir annexe.

 Copyright PRODHOMME Magali et Université Lumière - Lyon 2 - 2003.Ce document est

finalement, la plupart des acteurs s'accorde. Enfin, il est intéressant de souligner que si les syndicats de journalistes sont dans une situation croissante de dépossession, les organisations patronales ne le sont pas moins puisque le lieu par excellence de la représentation normative est l'entreprise. Ceci explique donc la difficulté des représentants du pôle patronal à s'exprimer ***« au nom de*** » car enfin, chaque entreprise médiatique possède sa propre ***« vocation déontologique*** », en dehors des discours des fédérations. Ce transfert de responsabilités nous a amené à poursuivre notre recherche autour des productions normatives des entreprises et à interroger le phénomène dans une perspective systémique.

Ce qui prévaut pour les syndicats de journalistes qui font un usage stratégique, dans leur discours, de l'éthique professionnelle, prévaut aussi pour les responsables des entreprises d'information. En effet, si pour les premiers il s'agit de défendre l'indépendance et l'identité syndicales, pour les secondes, c'est aussi au nom de la protection de l'identité d'une entreprise, comme garantie de pluralisme, que l'on affiche un projet éthique. C'est d'ailleurs la conclusion à laquelle Jules Clauwaert a abouti à l'issue de son analyse des chartes rédactionnelles. Notre analyse rejoint ce constat. A travers ces productions s'expriment une sensibilité et une conception stratégiquement orientée de la responsabilité des médias à l'égard du public. Cela dit, l'élaboration de chartes procède aussi d'une volonté d'asseoir à l'interne un système d'autorité qui vient légitimer le lien de subordination. C'est donc l'institution d'une double médiation qui préside à ces élaborations : d'une part entre l'entreprise et ses journalistes et, d'autre part, entre l'entreprise et l'espace public.

Mettre en place une charte, c'est aussi anticiper son environnement qu'il soit technologique, politique ou juridique. La démarche ici relève d'une stratégie d'adaptation et de protection, bref de maîtrise du contexte dans lequel l'entreprise évolue. C'est là un des ressorts essentiels de l'instauration d'une charte. Il s'agit, indistinctement, de pallier les éventuelles dérives liées aux nouvelles capacités qu'offre la technologie mais aussi d'éviter les conflits à l'interne (en encadrant la pratique) et à l'externe (en offrant une référence). C'est la raison pour laquelle, nombreuses sont les chartes qui anticipent la pratique journalistique en focalisant leur contenu sur le traitement du fait-divers, souvent à la source d'une procédure judiciaire.

L'analyse comparative des chartes a d'ailleurs révélé l'importance accordée non pas à la manière d'être du journaliste, mais à sa manière de faire, particulièrement dans le traitement du fait divers, objet de toutes les attentions. Dès lors l'éthique professionnelle est saisie autant comme un principe d'action que d'anticipation. Si certaines entreprises se cantonnent aux seuls faits divers, d'autres élargissent l'encadrement de la pratique journalistique à toutes les rubriques. Elle fait l'objet d'un recensement détaillé de ce qu'il faut faire et de ce qu'il ne faut pas faire, voire même de ce qu'il serait souhaitable de mentionner. Il en résulte une très grande élasticité des exigences légitimées soit par le respect de la personne, soit par la nécessité de coller aux habitudes de lecture, soit enfin par les deux. L'inscription d'une éthique professionnelle, dès lors qu'elle se justifie par ce qu'il est appelé communément ***« le contrat de lecture*** » ou ***« le contrat social*** » [913], conduit bien souvent à une ***«satisfaction démagogique des attentes du public*** ». Elle n'est plus une visée, au sens ricoeurien du terme, mais une stratégie au service ***« d'une***

protégé en vertu de la loi du droit d'auteur.

soumission désenchantée » [914] . Certains titres restaurent, au contraire, le rôle du journaliste en lui conférant une responsabilité à part entière. S'il demeure un exécutant, sa marge de manœuvre est toutefois moins asservie au contrat de lecture. Cette attitude est surtout valable dans les titres qui jouissent d'une identité très forte et qui n'ont aucun rapport de proximité avec leur lecteur. Ce n'est plus le lecteur mais la ligne éditoriale qui devient la mesure de toute chose [915] . Les caractéristiques d'une entreprise médiatique, notamment son rapport au public, conditionnent donc largement la représentation normative de la pratique journalistique. Si elle sert à anticiper puis à se protéger d'éventuels conflits, cette vocation déontologique n'en demeure pas moins l'expression du pouvoir de la direction sur les journalistes dont l'autonomie est réduite à la portion congrue. Cette expression fait l'objet de multiples justifications parmi lesquelles, le respect dû aux lecteurs ou aux téléspectateurs et, pour les plus lucides, non pas la recherche du profit mais ***« l'équilibre économique de l'entreprise*** ». Cela dit, s'il se légitime aussi, et de manière générale, par le lien de subordination, ce pouvoir exercé à l'endroit des journalistes est aussi motivé par la remise en cause de la formation déontologique des journalistes. Ici, ce sont clairement les écoles de journalisme qui sont visées. L'analyse des réponses aux questionnaires, adressés aux différents responsables des écoles, témoigne pourtant d'une préoccupation certaine à l'égard de cette question. Elle constitue d'ailleurs une obligation d'enseignement pour obtenir l'agrément des écoles reconnues par la profession. Comme les entreprises, les écoles sont obligées de coller aux exigences et à l'évolution du marché duquel elle s'inspire pour adapter leur formation. Les difficultés rencontrées par les écoles à enseigner l'éthique professionnelle du journalisme sont de deux ordres : Le premier tient à la très grande hétérogénéité des pratiques et, son corollaire, l'absence notoire de normes collectivement admises. Le second tient à la réticence qu'expriment les futurs journalistes à l'égard de la chose éthique, déjà perçue comme un formatage.

L'apprentissage d'une éthique professionnelle ne relève pas, pour certains, de l'enseignement. Sensibiliser les étudiants à une pratique vertueuse suffit. Pour d'autres,

[913] Il faut faire remonter l'origine de l'usage du terme de contrat à l'ouvrage de philippe Lejeune intitulé « *Le pacte autobiographique* » publié aux éditions du Seuil, en 1975. L'auteur y traite de l'autobiographie comme engagement que prend un auteur de raconter directement sa vie ou une partie de sa vie, dans l'esprit de vérité. Transposée au domaine de l'information médiatique, on doit la théorie du « contrat de lecture » à Eliseo Veron. Celle-ci porte sur tous les aspects de la construction d'un support de presse dans la mesure où ils construisent le lien avec le lecteur. Lire «L'analyse du « contrat de lecture » : une nouvelle méthode pour les études de positionnement des supports de presse », in *Les médias. Expériences, recherches actuelles, applications*. Paris, IREP, 1985, pp 203-230. Gonzales P., « Production journalistique et contrat de lecture : autour d'un entretien avec Eliséo Veron », in *Quaderni,* n° 29, printemps 1996, pp.51-59. Patrick Chareaudeau a aussi défini « le contrat de communication médiatique », in *Le discours d'information médiatique. La construction du miroir social*, Nathan, 1997, 284 p.

[914] Bourdieu P., *op. cit*., 1996, p 15.

[915] Cela dit, les choix éditoriaux, comme le remarque Michel Mathien, « *sont de plus en plus étudiés sur le plan marketing car la production et la diffusion de l'information sont au cœur d'enjeux financiers croissants* », in Mathien M., « Reprendre le pouvoir sur son objet social ? L'information journalistique au cœur d'un débat paradoxal », Deuxième séminaire frano-québécois ; IFP, université Paris II, 6,7,8 juin 2000, p 4.

protégé en vertu de la loi du droit d'auteur.

elle s'apprend avant même de constituer un principe d'action. Les points de vue divergent aussi sur le contenu de son enseignement, très diversifié selon les écoles. Les quelques grands principes qui président toutefois à cet enseignement, souvent articulé autour de cas pratiques, révèlent un fonds commun de valeurs issues d'une culture journalistique, c'est-à-dire d'une certaine manière d'être. Conscientes, pourtant, qu'à l'issue de leur formation, les jeunes journalistes embauchés auront à se plier aux impératifs ***« déontologiques*** » de l'entreprise, les écoles n'en oublient pas pour autant leur rôle. Elles concèdent d'ailleurs volontiers que former les journalistes à une pratique vertueuse relève autant de leur responsabilité que celle des entreprises qui s'apprêtent à les embaucher.

Outre les syndicats de journalistes et les écoles, d'autres acteurs sont appelés, par défaut, à intervenir dans le débat : les magistrats. L'absence de lisibilité d'une éthique à l'échelle de la profession les conduit à apprécier la faute journalistique, d'une part, en référence à l'article 1382 et, de l'autre, en s'appuyant sur une représentation de ce que doit être un journaliste digne de ce nom. Or, l'analyse de notre corpus juridique, qui mériterait d'être approfondi, révèle que ces considérations pâtissent d'une absence de connaissance réelle de la pratique. Parmi elles, nous avons souligné la fréquence de ***« l'objectivité*** » et de ***« l'indépendance*** », valeurs qui témoignent d'une représentation abstraite du travail journalistique. C'est d'ailleurs l'une des principales critiques que dressent les responsables des entreprises d'information qui s'inquiètent de voir la justice intervenir dans un débat jusqu'alors cantonné aux professionnels. L'institution judiciaire, sous la pression des critiques, a donc fait le choix d'apporter une garantie de compétence en créant une chambre unique de la presse laquelle est en charge des seules affaires parisiennes. Sa récente création, en 1999, n'offre certes pas suffisamment de recul pour en juger la réelle efficacité. Cependant, elle ouvre la voie à une réflexion sur les responsabilités qui incombent à chacun, là où certains se plaisent à opposer la loi à la déontologie.

La bêtise serait de conclure sur un processus qui a révélé tout au long de son histoire, sa complexité. Conscients des limites de notre travail et des abandons qu'il a suscités, il nous semble toutefois important de souligner que la question de l'éthique professionnelle des journalistes, inscrite dans une problématique de pouvoir, exige de nouvelles investigations. En effet, notre réflexion est loin d'être épuisée et, outre divers ancrages disciplinaires, elle mériterait de se poursuivre par l'exploitation d'un corpus de courrier des lecteurs ou autres formes d'expression de l'espace public [916] . Plusieurs existent déjà sous forme d'associations telles Acrimed ou encore MTT [917] et permettraient sans nul doute d'opposer au phénomène d'autarcie éthique des entreprises médiatiques,

[916] Nous pensons notamment à l'institution du médiateur. Lire à ce propos l'article de Jean Planchais, « Le courrier des lecteurs du *Monde* » et le titre V, « Les médiateurs », in Bertrand Claude-Jean*, L'arsenal de la démocratie. Médias, déontologie et M*A*R*S*, Economica, 1999, pp 269-291.

[917] Acrimed : Action-Critique-média (1996) ; MTT : Médias Télévision, Téléspectateurs (1990). C'est au départ l'influence de la télévision sur les valeurs morales et les comportements des plus jeunes, qui a motivé la création des premières associations : « La télé est à nous » (1986) ; Les pieds dans le PAF (1989). TV Carton Jaune (1992), à la différence des précédentes associations, entend agir sur le terrain judiciaire afin de favoriser la prise en compte des aspirations du public.

Copyright PRODHOMME Magali et Université Lumière - Lyon 2 - 2003.Ce document est

une véritable espace critique et peut-être un rééquilibrage des rôles. Le nôtre a été de dégager la dimension spécifique d'une éthique professionnelle des journalistes avant qu'elle ne se diffuse comme une valeur narcotique servant de leurre ou d'alibi. Pour cela, comme le préconisait Pic de La Mirandole, ***« il faut convoquer l'autre et se mesurer avec*** » [918] .

[918] Cité par Pierre Legendre, *op. cit*., 1998.

Copyright PRODHOMME Magali et Université Lumière - Lyon 2 - 2003.Ce document est

Bibliographie

- Journalisme et journalistes -

ACCARDO Alain (sous la dir.), *Journalistes précaires*, édition. Le Mascaret, 411p.

BELLET Roger, *Presse et journalisme sous le Second Empire*, Paris, Armand Colin, « Kiosque », 1967, 327 p.

BOISSARIE François et GARNIER Jean-Paul, « Le Livret du journaliste », Paris, *Les publications du SNJ*, 2ème édition, 1989.

Boivin é mile, *Histoire du journalisme*, Paris, PUF, 1949.

Bonville Jean (de), « Proposition d'un modèle d'explication du changement dans la pratique journalistique », *Médias et journalisme dans un environnement en mutation*, deuxième séminaire franco-québécois sur le journalisme, Institut français de la Presse, Université Paris II, 6,7,8 juin 2000.

Bourdieu Pierre, *Sur la télévision. Suivi de l'emprise du journalisme*, Raisons d'agir éditions, 1996, 95 p.

Bourges Hervé, *De mémoire d'éléphant*, Paris, éditions Grasset, 2001, 502 p.

Boyer Patrick, *Les journalistes sont-ils des assassins ?* , Paris, Hachette Essai, 1980,

protégé en vertu de la loi du droit d'auteur.

202 p.

Brachard é mile, « Rapport sur le projet de loi portant sur le statut des journalistes professionnels », *documents parlementaires*, J.O du 28 mars 1935, annexe 4516.

Champagne Patrick, « La double dépendance. Quelques remarques sur les rapports entre les champs politique, économique et journalistique », in *Hermès,* n° 17-18, CNRS éditions, 1995, pp. 215-228

Charon Jean, « Parler de soi en faisant parler les autres. Identité journalistique et discours rapporté », *Médias et journalisme dans un environnement en mutation*, deuxième séminaire franco-québécois sur le journalisme, Institut français de la Presse, Université Paris II, 6,7,8 juin 2000.

Charon Jean-Marie, *Cartes de presse. Enquêtes sur les journalistes*. éditions Stock, 1993, 341p.

Charon Jean-Marie et Mercier Arnaud (sous la dir.), « Les journalistes ont-ils encore du pouvoir ? », in *Hermès*, n°35, CNRS éditions, 2003, 335 p.

Chollet Roland, *Balzac journaliste. Le tournant de 1830*, Paris, Klincksieck, 1983, 635 p.

Commission de la carte des journalistes professionnels, « Cinquante ans de carte professionnelle : profil de la profession. Enquête socioprofessionnelle », Paris, *CCIJP*, 1986.

CONAN é ric (sous la dir.), « Où va le journalisme », in *Revue Esprit*, décembre 1990, pp. 5-95.

Daudet Léon, *Bréviaire du journalisme*, Paris, Gallimard, 1936, 249 p.

Deligny Henry, « Le discours des journalistes sur leur formation professionnelle. L'idéologie du métier démasquée », thèse de doctorat, Paris IV Sorbonne, Avril 1986.

D elporte Christian, *Les journalistes en France. 1880-1950. Naissance et construction d'une profession*, Paris, Seuil, janvier 1999, 439 p.

D elporte Christian, « Le journaliste dans l'entre-deux-guerres. Une identité en crise », in *Vingtième siècle. Revue d'histoire*, n°47, juillet-septembre 1995, pp. 158-175.

Du Roy Albert, *Le serment de Théophraste. L'examen de conscience d'un journaliste*, Paris, Flammarion, 1992, 232 p.

Dubief Eugène, *Le journalisme*, Paris, Hachette, 1892, 315 p.

Ferenczi Thomas, *L'invention du journalisme. Naissance de la presse moderne à la fin du XIXème siècle*, Paris, Librairie Plon, 1993, 271 p.

Fontana Michèle, *Léon Bloy. Journalisme et subversion. 1874-1917*, Paris, Honoré Champion, 1998, 427 p.

Ginisty Paul, *Anthologie du journalisme. Du XVIIème siècle à nos jours*, Paris, Librairie Delagrave, 1922, 455 p.

Grall Xavier, *Mauriac journaliste,* Quimperlé,édition Le bateau livre, 1994, 105 p.

Guernut Henri, « Rapport sur le projet de loi portant sur le statut des journalistes professionnels », *documents parlementaires*, J.O du 28 mars 1933, annexe 1653.

Guillaumin Claude, *Faut-il brûler les journalistes ?*, Paris, Julliard, 1994,

Halimi Serge, *Les nouveaux chiens de garde*, Raisons d'agir éditions, novembre 1997,

protégé en vertu de la loi du droit d'auteur.

110 p.

Jouvenel Robert (de), *Le journalisme en vingt leçons*, Paris, Payot, 1920, 124 p.

Lacan Jean-François, Palmer Michael B. et Ruellan Denis , *Les journalistes. Stars, scribes et scribouillards*, Syros, 1994, 276 p.

Lebohec Jacques, *Les mythes professionnels des journalistes*, Paris, L'Harmattan communication, 2000, 396 p.

Lemieux Cyril, *Mauvaise presse. Une sociologie compréhensive du travail journalistique et de ses critiques*, Paris, Métailié, 2000, 457 p.

Lévêque Sandrine, « La construction journalistique d'une catégorie du débat public. Spécialisation et mise en forme du Social », Thèse de doctorat, Université Paris I, IEP, janvier 1996.

Martin Laurent, *Le Canard Enchaîné ou les fortunes de la vertu. Histoire d'un journal satirique 1915-2000*, Paris, Flammarion, 2001, 707 p.

Martin Marc, *Médias et journalistes de la République*, Paris, Odile Jacob, avril 1997, 494 p.

Martin Marc, « La grande Famille : l'association des journalistes parisiens 1885-1939 », in *Revue Historique n°557*, janvier-mars 1986, pp.129-157.

Martin Marc, « Profession et idéologie : le journalisme français et le socialisme à la fin du XIXème siècle », in *Recherches contemporaines*, Université de Paris X, Nanterre, n°1, 1993, pp.5-25.

Mathien Michel, *Les journalistes*, Paris, PUF, 1995, 127 p.

Mathien Michel, « Reprendre le pouvoir sur son objet social ? L'information journalistique au cœur d'un débat paradoxal », *Médias et journalisme dans un environnement en mutation*, deuxième séminaire franco-québécois sur le journalisme, Institut français de la Presse, Université Paris II, 6,7,8 juin 2000.

Mathien Michel et Rieffel Rémy (sous la dir.), « L'identité professionnelle des journalistes », Actes du colloque de Strasbourg, 25 et 26 novembre 1994, *Alphacom, CUEJ*, 1995, 223 p.

Molina Manuel *, Les journalistes. Statut professionnel, libertés et responsabilités*, Victoires éditions, collection Légipresse, 1989, 261p.

Mulhman Géraldine, « Le regard du journaliste en démocratie. Conditions et enjeux de 1880 à nos jours », Thèse de doctorat, Lettres SHS, Paris VII, Miguel Abensour (sous la dir.), 2001.

Neveu Erik, *sociologie du journalisme*, Paris, La Découverte, 2001, 120 p.

Palmer Michael B., *Des petits journaux aux grandes agences. Naissance du journalisme moderne*, Paris, éditions Aubier Montaigne, 1983, 319 p.

Péan Pierre et Cohen Philippe, *La face cachée du Monde. Du contre pouvoir aux abus de pouvoir*, Mille et une Nuits, février 2003, 634 p.

Réta T Pierre (textes présentés par)**,** *La révolution du journal. 1788-1794*, Paris, éditions du CNRS, 1989, 351p.

Rétat Pierre, *Le journalisme d'Ancien Régime*, Lyon, PUL, 1982,

Rieffel Rémy, *L'élite des journalistes*, Paris, PUF, 1984, 220 p.

Copyright PRODHOMME Magali et Université Lumière - Lyon 2 - 2003.Ce document est

Rieffel Rémy, « Les journalistes français : Image et présentation de soi », in *Revue Médiascope*, n°1, Centre régional de documentation pédagogique de Versailles, mars 1992, pp. 64-73.

Ruellan Denis, *Les « Pro » du journalisme. De l'état au statut, la construction d'un espace professionnel*, Rennes, PUR, 1997, 170 p.

RUELLAN Denis, *Le professionnalisme du flou* : identité et savoir-faire des journalistes français, Grenoble, PUG, 1993, 240 p.

SALES Claude, « La formation des journalistes, mission d'études et de réflexion », *rapport du ministère de la Culture et de la Communication*, 13 février 1998, 38 p.

SGARD Jean, *Dictionnaire des journalistes*, PUG, 1976, 378 p.

SGARD Jean, « La critique est aisée » in *Critiquer la critique ? Culture et médias, l'impossible mariage de raison*, textes réunis et présentés par Roux Jean-Louis, Ellug, 1994, pp.13-22.

VALENTIN François, « Un essai d'organisation professionnelle par voie législative. Le statut des journalistes », Thèse de droit, Nancy, Berger-Levrault, 1936.

VEYRAT-MASSON Isabelle, « Les journalistes : libertés et contraintes », in *Revue é tudes*, mai 1992, pp. 615-624.

VISTEL Jacques, « Qu'est-ce qu'un journaliste ? », Rapport de mission au secrétaire d'état à la communication sur le cadre juridique de la profession de journaliste*, SJTI-documentation française*, Paris, 1993.

VOYENNE Bernard, *Les journalistes français. D'où viennent-ils, qui sont-ils, que font-ils ?,* Paris, éditions du CFPJ, 1985, 280 p.

WEIL Georges, *Le journal. Origines, évolution et rôle de la presse périodique*, Paris, La Renaissance du livre, 1934, 447 p.

- Presse, Information et Communication -

ADER Basile, « Le droit de la presse face aux nouveaux médias », in *Demain la presse*, 13ème Congrès de la presse française organisé par la FNPF, 2 novembre 2000.

ALMEIDA Fabrice (d'), *La question médiatique*, Paris : édition. Seli Arslan, 1997

AUDIN Maurice, *Histoire de l'imprimerie. Radioscopie d'une ère : de Gutenberg à l'informatique*, Paris, éditions A. & J. Picard, 1972, 463 p.

BELLANGER Claude (sous la dir. de), *Histoire générale de la presse française*, tome 1 et 2, Paris, PUF, 1ère édition, 1969.

BERTRAND Jean-Paul, *La presse et le pouvoir. De Louis XIII à Napoléon 1er* , Librairie Académique Perrin, 2000, 275 p.

BILGER Philippe et LEBEDEL Pierre, *Abrégé du droit de la presse*, Paris : CFPJ, 1991, 135 p.

 Copyright PRODHOMME Magali et Université Lumière - Lyon 2 - 2003.Ce document est

BOURG-BROC Bruno et PONIATOWSKI Ladislas, « Mission d'information commune sur la presse écrite », rapport d'information n°3512*, les documents d'information de l'Assemblée nationale*, Journal Officiel, 21 avril 1997.

CAYROL Roland, *Médias et démocratie. La dérive*, Paris, Presses de Sciences Po, 1997, 115 p.

CAZENAVE Elizabeth et BAUTIER Roger, *Les origines d'une conception moderne de la communication. Gouverner l'opinion au XIXème siècle*, Grenoble, PUG, 2000, 143 p.

CHARON Jean-Marie, *La presse en France. De 1945 à nos jours*, éditions du Seuil, février 1991, 415 p.

CLUZEL Jean, *Presse et démocratie*, Paris, Librairie générale de droit et de jurisprudence, 1997, 181 p.

COQ Guy et CONTE Charles (sous la dir.), « Le lynchage médiatique », *in Revue Panoramiques*, éditions Corlet, n°35, 4eme trimestre 1998, pp. 7-82.

CRAMIER Pierre, « L'information entre droit et pouvoir. Les nouvelles frontières de la liberté », in *Médiaspouvoirs n°*, pp. 169 à 178.

DERIEUX Emmanuel, *Droit de la communication*, Paris, LGDJ, 1994, 607 p.

FAULTRIER Sandra (de), *Aspects juridiques de l'information*, Paris, éditions ESF, 1991, 129 p.

HATIN Eugène, *Histoire politique et littéraire de la presse en France*, Tome 8, *La presse moderne 1789-1860 ; la presse sous la Restauration*, Genève, Slatkine Reprints, 1967, 619 p.

MASSIS Thierry, « Le droit du citoyen à l'Information dans la jurisprudence française », in *La Gazette du Palais*, 10 février 1996, pp.2-6.

MEYER Philippe, « Une presse en quête d'avenir », in *Le Débat*, n°75, mai-août 1993, pp.18-19.

MONGIN Olivier, « La presse écrite, les intellectuels officiants et les intellectuels officiels », in *Revue Esprit*, n°270, décembre 2000, pp.63-66.

PALACIO (de) Ana, FALQUE-PIERROTIN Isabelle, BLOCHE Patrick, « Demain la presse : adapter le droit », in *Demain la presse*, 13eme Congrès de la presse française organisé par la FNPF, 2 novembre 2000.

PRUJINER Alain et SAUVAGEAU Florian, *Qu'est-ce que la liberté de la presse ?,* Québec, Editions Boréal, 1986, 255 p.

SANTORO Jean-Louis, « La liberté d'information : logiques institutionnelles et logiques professionnelles au plan international (1947-1972) », thèse de doctorat, Bordeaux III, avril 1986.

SCHWARZ Francis, « Les sociétés de rédacteurs en France ; actions et pensées d'un mouvement démocratique pour la presse quotidienne (des origines à nos jours) », thèse de doctorat, Bordeaux III, 1991.

SCHWOEBEL Jean, *La presse, le pouvoir et l'argent*, Paris, Seuil, 1968, 287 p.

WEIL Georges, *Le journal. Origines, évolution et rôle de la presse périodique*, Paris, La Renaissance du livre, 1934, 447 p.

protégé en vertu de la loi du droit d'auteur.

WOLGENSINGER Jacques, *La grande aventure de la presse*, Paris, Découvertes Gallimard, octobre 1989, 166 p.

WOLTON Dominique, *Penser la communication*, Paris, Flammarion, 1997, 398 p.

WOODROW Alain, *Information et manipulation*, Paris, éditions du Felin, 1991, 204 p.

WOUTS Bernard, *La presse entre les lignes*, Flammarion, 1990, 261 p.

« Liberté de la presse, droits des personnes et réforme de la justice », *actes du colloque de la fondation Presse Liberté*, Paris, Maison de la Chimie, avril 1998.

- Ethique appliquée à l'information, aux journalistes et aux médias -

ALIX François-Xavier, *Une éthique pour l'information. De Gutenberg à Internet*, Paris, L'Harmattan, 1997, 221 p.

BALLAGUY Elisabeth et MISSIKA Jean-Louis (sous la dir. de), « L'éthique du journalisme », in *Médiaspouvoirs*, n°13, janvier 1989.

BERTRAND Claude-Jean (sous la dir.), *L'arsenal de la démocratie. Médias, déontologie et M*A*R*S*, Paris, édition Economica, 1999, 371 p.

BERTRAND Claude-Jean (sous la dir.), « Déontologie des médias. Les exigences de la démocratie », in *Médiaspouvoirs* n°4, nouvelle série, 3ème trimestre 1998, pp. 53-164.

BOISSARIE François (sous la dir. de), « Livre Blanc de la déontologie des journalistes ou de la pratique du métier quotidien », *les publications du SNJ*, 1993.

BOURDIEU Pierre, « Journalisme et éthique », in *Cahiers du journalisme,* n°1, publication du Centre de recherche de l'ESJ Lille, 1996, pp.10-17.

BOURDON Jérôme, « Les médias, une éthique de la transgression », in *Réseaux*, n°78, 1996, pp 87-100.

BRISSON Jean-François, « Les journalistes, leurs pouvoirs, leurs entraves et leur conscience professionnelle », in *Humanisme et entreprise*, n°220, pp 1-24.

CAYROL Roland, CHARON Jean-Marie, PALMER Michaël (avec la participation de), « Des métiers : quelles règles ? », Les médias grandeurs et servitudes, *débats des XIVèmes rencontres de Pétrarque*, Montpellier, 15-18 juillet 1999, enregistrement audiophonique.

CHARON Jean-Marie, « Difficile déontologie », *Le Banquet*, 2ème semaine 1994, pp. 70- 88.

CHARON Jean-Marie, « Réflexions et propositions sur la déontologie de l'information », « rapport intermédiaire » du Ministère de la Culture et de la Communication, 15 avril 1999, 26 p.

CHARON Jean-Marie, « Réflexions et propositions sur la déontologie de

protégé en vertu de la loi du droit d'auteur.

l'information », rapport du Ministère de la Culture et de la Communication, 8 juillet 1999, 54 p.

CHARON Jean-Marie, « Question de déontologie », in *Revue Esprit*, n°167, décembre 1990, pp 67-78.

CHENEREZ Odile, *Le journalisme : une éthique professionnelle*, Paris, ICEM, 1990, 64 p.

CLAUWERT Jules, « Charte rédactionnelle : Chronique des tentatives institutionnelles, mode d'élaboration et échecs », in *Cahiers du journalisme*, 1996, n°1, pp. 84-90.

CLEMENT JONES. J, « Déontologie de l'information. Etude comparative des règles de morale pratique dans les métiers de l'information à travers le monde », in *Etudes et documents d'information de l'Unesco*, numéro spécial, 1980.

COPIN Noël et TRILLAT Marcel, « Déontologie de l'Information : le métier de journaliste et ses règles de conduite », in *Projet*, 1987, n°207, pp. 119-126.

CORDIER Alain, « Crédibilité des contenus : les atouts des éditeurs », *Demain la Presse*, 13ème Congrès de la Presse française organisé par la FNPF, 2 novembre 2000.

CORNU Daniel, *L'éthique de l'information*, Paris, PUF, 1997, 125 p.

CORNU Daniel, *Journalisme et vérité. Pour une éthique de l'information*, Genève, Labor et Fides, 1994, 510 p.

DERIEUX Emmanuel, « Déontologie et organisation des professions de l'Information en France », 2 vol., Thèse de doctorat, Paris, 1980.

DURAND Jean-Loup, « Clause de conscience des journalistes professionnels », in *Droit social*, mars 1994, pp. 256-267

DURIEUX Claude, « Les journalistes fidèles à leurs Chartes », in *Après Demain*, n°353-354, avril-mai 1993, pp. 43-44.

FALISE Michel, « L'éthique au cœur des réalités », in *Cahiers du journalisme*, n°1, publication du centre de recherche de l'ESJ Lille, 1996, pp. 19-27.

FERRO Marc et WOLTON Dominique, « Guerre et déontologie de l'information », in *Revue Hermès* n°13-14, 1994, pp. 133-153.

GONZALES Pierre, « Enjeux de vérité et éthique professionnelle du journalisme », in *Quaderni*, automne 1994, pp. 32-42.

GREVISSE Benoît (sous la dir.), « L'autorégulation des journalistes », in *Recherches en communication*, n°9, Université Catholique de Louvain, département communication, 1998, pp. 7-47.

GREVISSE Benoît, « Légitimité, éthique et déontologie », in *Hermès*, n°35, CNRS éditions, 2003, pp.223-230.

HUTIN François-Régis, « Journalisme et respect de l'Homme », in *Communication et Langages*, 1er trimestre 1993, pp. 4-16.

KOREN Roselyn, *Les enjeux éthiques de l'écriture de presse et la mise en mots du terrorisme*, Paris, L'Harmattan, 1996, 269 p.

LEMIEUX Cyril, « Les journalistes, une morale d'exception ? », in *Politix*, n°19, 1992, pp. 7-30.

Copyright PRODHOMME Magali et Université Lumière - Lyon 2 - 2003.Ce document est

LEMIEUX Cyril, « La révolution française et l'excellence journalistique au sens civique »**,** in Revue *Politix*, n°19, 1992, pp 31-37.

LERUTH Philippe, « La déontologie des journalistes par eux-mêmes », in *Lettre de l'Observatoire du récit médiatique*, (ORM), http://www.comu.ucl.ac.be/ORM.htm .

LESOURNE Jacques et FRAPPAT Bruno, « Information et déontologie », in *Le Monde*, vendredi 12 et samedi 13 février 1993.

LIBOIS Boris, *é thique de l'Information. Essai sur la déontologie journalistique*, éditions de l'Université de Bruxelles, 1994, 136 p.

LITS Marc, « Déontologie et pratiques journalistiques internationales », colloque international, Bruxelles, Commission européenne, in Lettre de l'ORM, décembre 1998.

LORELLE Yves, « La déontologie du journalisme va-t-elle à la dérive ? », *in Communication et Langages*, 4ème trimestre 1992, pp. 100-116.

MAMOU Yves, « Le procès de la fausse interview de Fidel Castro : le téléspectateur peut-il se prévaloir d'un droit à « une information honnête et exacte » », in *Le Monde*, 5 mars 1993.

MONTVALLON Jean-Baptiste, « Un organisme officiel propose de lier l'attribution de la carte de presse à la déontologie », in *Le Monde*, 31 mars 1995.

PIGEAT Henri, *Médias et déontologie*, Paris, PUF, 1980, 222 p.

PRODHOMME Magali, « La place de l'éthique dans la construction de l'identité professionnelle des journalistes », mémoire de DEA, Enssib-Lyon2, 1999.

PRODHOMME Magali, « Querelle entre hommes de plume. La place de l'éthique dans le processus de légitimation de la profession de journaliste », in Revue *Médiatiques*, décembre 2001, pp. 37-39.

RIVAIS Catherine, « Le conseil d'état met en cause les médias », in *Le Monde*, 20 décembre 1996.

SIM é ANT Johanna, « L'élaboration de normes professionnelles : le cas du CFJ », mémoire de DEA, IEP, Paris, 1991.

SIM é ANT Johanna, « Déontologie et crédibilité. Le réglage des relations professionnelles au CFJ », in *Revue Politix,* n°19, 1992, pp. 37-55.

SORIA Carlos, « éthique de l'Information », in *Médiaspouvoirs*, 1994, n°36, pp. 142-150.

SPITZ Bernard, « Pour une éthique globale des médias », in *Le Monde*, mercredi 31 mai 1995.

STARCK Kenneth, « What's Right/Wrong with journalism Ethics Research ? », in *Journalism Studies*, Volume 2, number 1, 2001, pp 133-152.

RAMONET Ignacio (sous la dir.), « Révolution dans la communication », in *Manière de voir n°46*, bimestriel juillet-août, 1999.

- Réflexions autour de l'éthique -

 Copyright PRODHOMME Magali et Université Lumière - Lyon 2 - 2003.Ce document est

AIMAR Thierry, « éthique versus coordination ? Une controverse autrichienne soulevée par Rohtbard », in *Revue économique*, vol.50, n°2, mars 1999, pp. 301-321.

BALANDIER Georges, « La demande d'éthique », in *Cahiers internationaux de sociologie*, 1990, LXXXVII, (numéro spécial sous la direction de l'auteur), pp. 5-12.

BOLTANSKI Luc, *Prime éducation et morale de classe*, in *Cahiers du centre de sociologie européenne*, 5, Paris, Mouton & Cie, deuxième édition, 1977, 152 p.

CANTO-SPERBER Monique (sous la dir.)*, Dictionnaire d'éthique et de philosophie morale*, Paris, PUF, octobre 1996.

CANTO-SPERBER Monique, « Les ambitions de la réflexion éthique », in *Revue Esprit*, n°270, décembre 2000, pp. 114-136.

CAUNE Jean, *Pour une éthique de la médiation. Le sens des pratiques culturelles*, Grenoble, PUG, 1999, 294 p.

COUCHARD F, « éthique et Psychanalyse », in *Cahiers internationaux de sociologie*, 1990, LXXXVII, pp. 119-140.

DURKHEIM émile, *Leçons de sociologie. Physique des mœurs et du droit*, Paris, PUF, 1950 (textes datant de 1890-1900).

DURKHEIM émile, Textes, Paris, éditions de Minuit, 1975, 3 volumes (notamment, vol.2 : *leçons de morale de 1909 et Introduction à la morale de 1917* ; vol.3 : *Morale professionnelle et corporation de 1908)*, 259 p.

ELIAS Norbert, La civilisation des mœurs, Paris, Calmann-Lévy, 1991, 342 p.

ETCHEGOYEN Alain, *La valse des éthiques*, Paris, François Bourin, 1991, 244 p.

FERRY Jean-Marc, *L'éthique inconstructive*, Paris, éditions du Cerf, 1996, 115 p.

GENARD Jean-Louis, *Sociologie de l'éthique*, Paris, L'Harmattan, coll. Logiques sociales, 1992, 269 p.

GURVITCH Georges, « La science des faits moraux et la morale théorique chez émile Durkheim », in *La vocation actuelle de la sociologie*, Paris, PUF, tome 2 (« Antécédents et perspectives »), 1963, pp. 175-202.

HABERMAS Jürgen, *Droit et morale*, Paris, Seuil, coll. Traces écrites, janvier 1997,

92 p.

HABERMAS Jürgen, *De l'éthique de la discussion*, Paris, Flammarion, 1992, 202 p.

HEINICH Nathalie, *La sociologie de Norbert Elias*, Paris, La Découvertes, coll. Repères, 2002, 120 p.

HOFFE Otfried (sous la dir.), *Petit dictionnaire d'éthique,* Fribourg, éditions universitaires, 1993.

IRIBARNE (d') Philippe, *La logique de l'honneur. Gestion des entreprises et traditions nationales*, Paris, Seuil, mai 1989, 280 p.

ISAMBERT F-A, « Les comités d'éthique » (préface à) *é thique et sciences de la vie*, bibliographie périodique, Paris INSERM-CNRS, 1986, vol.II, n°1, pp. 5-13.

ISAMBERT F-A, LADRIèRE P, TERRENOIRE Jean-Paul, « Pour une sociologie de l'éthique », in *Revue française de sociologie*, 1978, XIX, pp. 323-339.

protégé en vertu de la loi du droit d'auteur.

JACOB A., « Différence entre morale et éthique », in *Encyclopédie philosophique universelle*, vol.II, tome 1, sous la direction de Auroux S., Paris, PUF, 1990, pp. 874-875.

KANT Emmanuel, *Fondements de la métaphysique des mœurs*, Paris, Bordas, 1988, 191 p.

KREMER-MARIETTI Angèle, *L'éthique*, Paris, PUF, 1987, 126 p.

LADRIèRE Paul, *Pour une sociologie de l'éthique*, Paris, PUF, mars 2001, 454 p.

LAMBERT Yves, « Vers un monothéisme des valeurs ? », in *Le Débat*, mars-avril, 1990, p 90.

LIPOVETSKI Gilles, *Le crépuscule du devoir. L'éthique indolore des nouveaux temps démocratiques*, Paris, Gallimard, 1992, 292 p.

MEMMI Dominique, « La compétence morale », in *Politix*, n°17, 1992, pp 104-124.

MORET-BAILLY Joël, « Essai sur les déontologies en droit positif », Thèse de droit, mention droit privé, Saint-Etienne, novembre 1996.

MOUSSé Jean, *Fondements d'une éthique professionnelle*, Les éditions d'Organisation, 1989, 175 p.

RAYNAUD Philippe et MAILLARD Jean (de), « Le politique, l'éthique et le droit », in *Le débat*, n°87, nov-déc 1995, pp. 83-96.

RICOEUR Paul, *Soi même comme un autre*, éditions du Seuil, mars 1990,423 p.

RUSS Jacqueline, *La pensée éthique contemporaine*, Paris, PUF, 1994, 124 p.

SPITZ Bernard, *La morale à zéro. Pour une reconquête civique*, Paris, Seuil, 1995, 398 p.

TARGUIEFF Pierre André et TOURNIER Maurice (sous la coordination de), « Discours sur la bioéthique », in *Mots*, n°44, septembre 1995, pp.3-145.

TERRENOIRE Jean-Paul, « Sociologie de l'éthique professionnelle. Contributions à la réflexion théorique », in *Sociétés contemporaines*, n°7, septembre 1991, pp.7-33.

TERRENOIRE Jean-Paul, « Approche théorique du champ éthique », in *L'année sociologique*, 1979-1980, 3ème série, vol.30, pp. 57-75.

- Sociologie des groupes professionnels et du travail - Identités et représentation

BAZANGER Isabelle, « émergence d'un groupe professionnel et travail de légitimation. Le cas des médecins de la douleur », in *Revue française de sociologie*, XXXI, 1990, pp 257-282.

BOLTANSKI Luc, « L'espace positionnel. Multiplicité des positions institutionnelles et habitus de classe », in *Revue française de sociologie*, XVI, 1973, pp 3-26.

protégé en vertu de la loi du droit d'auteur.

BOURDIEU Pierre, « L'identité et la représentation. Elément pour une réflexion critique sur l'idée de région », in *Actes de la recherche en sciences sociales*, n°35, 1980, pp 63-72.

BOURDIEU Pierre, « Espace social et genèse des classes », in *Actes de la recherche en sciences sociales*, n°53, 1984, pp. 101-105.

CHAPOULIE Jean-Michel, « Sur l'analyse sociologique des groupes professionnels », in *Revue française de sociologie*, XIV, n°1, janvier-mars, 1973, pp 86-114.

CHATEAURAYNAUD Francis, *La faute professionnelle. Une sociologie des conflits de responsabilité, Paris*, Métailié, 1991, 475 p.

COLLOVALD Annie, « Identités stratégiques », in *Actes de la recherche en sciences sociales*, n°73, 1988, pp.29-40.

COUTURE Denis, « Enjeux actuels en sociologie des professions. Sociologie et sociétés ». Presse universitaire de Montréal, Vol.XX, octobre 1998.

DUBAR Claude, *La socialisation. Construction des identités sociales et professionnelles*, Paris, édition Armand Collin, 1991, 256 p.

DUBAR Claude et LUCAS Yvette, *Genèse et dynamique des groupes professionnels*, PUL, 1994, 410 p.

DUBAR Claude, « Formes identitaires et socialisation professionnelle », in *Revue française de sociologie*, XXXIII, 1992, pp. 505-529.

FREUND Julien, *Sociologie du Conflit*, Paris, PUF, 1983, 380 p.

Goffman Erving, *La mise en scène de la vie quotidienne*. *La présentation de soi*, Paris, éditions de Minuit, Coll. Sens commun, 1973, 230 p.

GOFFMAN Erving, *Les rites d'interaction*, Paris, éditions de Minuit, Coll. Sens commun, 1984, 231 p.

HEILBRON Johan, « La professionnalisation comme concept sociologique et comme stratégie des sociologues », in *Historiens et sociologues aujourd'hui*, Paris, CNRS éditions, 1986, pp. 61-78.

KRAMARZ Francis, « Déclarer sa profession », in *Revue française de sociologie*, XXXII, 1992, pp. 3-27.

MAURICE Marc, « Propos sur la sociologie des professions », in *Sociologie du travail*, n°2, 1972, pp 213-215.

NEVEU Erik, *Sociologie des mouvements sociaux*, Paris, édition La Découverte, 1996, 125 p.

OFFERL é Michel, *Sociologie des groupes d'intérêt*, Paris, édition Montchrestien, Coll. Clefs politiques, 1994, 157 p.

PARADEISE Catherine, « Rhétorique professionnelle et expertise », in *Revue française de sociologie du travail*, vol.1, 1985.

PLAS Pascal, *La professionnalisation des avocats au début des années vingt. Enjeux et nouveaux modèles*, Gilles Le Beguec (dir), avocats et barreaux en France 1910-1930, Nancy, Presses universitaires de Nancy, 1994.

REYNAUD Jean-Daniel, *Les règles du jeu. L'action collective et la régulation sociale,* Paris, Armand Colin, 1989, 305 p.

Copyright PRODHOMME Magali et Université Lumière - Lyon 2 - 2003.Ce document est

RUELLAN Denis, « Groupe professionnel et marché de travail du journalisme », in *Réseaux*, n°81, 1997, pp.135-151.

SAFARTI-LARSON Magali, « A propos des professionnels et des experts ou comment il peut être utile d'essayer de tout dire », in *Sociologie et sociétés*, Presses universitaires de Montréal, vol.XX, octobre 1998.

THIESSE Anne-Marie, *La création des identités nationales, Europe XVIII-XXe siècles*, Paris, Seuil, mars 1999, 302 p.

UBBIALI Georges, « Syndicalisme en crise et syndicalisme en mutation », in *Politix*, n°23, 1993, pp.84-101.

- Histoire et Lettres -

BADINTER Elisabeth, Les passions intellectuelles, tome 1, Désir de Gloire (1735-1751), Fayard, 1999, 511 p.

BADINTER Elisabeth, Les passions intellectuelles, tome II, Exigence de dignité (1751-1762), Fayard, 2002, 460 p.

BOUCHARDEAU Huguette, Simone Weil, hb éditions, 2000, 351 p.

CHARPENTIER John, Voltaire, Paris, édition Jules Tallandier, 1938, 318 p.

CHARTIER Robert, Les origines culturelles de la Révolution française, Paris, Seuil, septembre 1990, 244 p.

DARNTON Robert, Bohème littéraire et révolution. Le monde des livres au XVIIIe siècle, Hautes études. Gallimard Le Seuil, mars 1983, 208 p.

DIDEROT Denis, Encyclopédie ou dictionnaire raisonné des sciences, des arts et des métiers, Flammarion, Vol.2,1986.

écrivains de la Révolution, Album, Bibliothèque de la Pléiade, Gallimard, 1989, 318 p.

FARGE Arlette, Dire et mal dire l'opinion. L'opinion publique au XVIIIème siècle, Seuil, février 1992, 317 p.

MAGNAN André (sous la dir.), Inventaire Voltaire, Gallimard, 1995, 1479 p.

MORNET Daniel, Les origines intellectuelles de la Révolution française. 1715-1787, Paris, Armand Colin, 6ème édition, 1967, 552 p.

VERSAILLES André (Introduction d'Emmanuel Le Roy Ladurie), Dictionnaire de la pensée de Voltaire par lui-même, éditions Complexe, 1994.

VIALA Alain, Naissance de l'écrivain, Paris, Les éditions de Minuit, coll. Le sens commun, 1985, 317 p.

ZELDIN Théodore, Histoire des passions françaises. 1848-1945. Ambition et amour, tome 1, éditions du Seuil, 1978 pour la traduction française, 423 p.

ZELDIN Théodore, Histoire des passions françaises. 1848-1945. Orgueil et intelligence, tome 2, éditions du Seuil, 1978 pour la traduction française, 391 p.

 Copyright PRODHOMME Magali et Université Lumière - Lyon 2 - 2003.Ce document est

- Analyse Sémiotique et lexicologie -

COURT è S Joseph, Analyse sémiotique du discours. De l'énoncé à l'énonciation, Hachette supérieur, 1991, 302p.

DELAHAYE Yves, L'Europe sous les mots. Le texte et la déchirure, Paris, Payot, 1979, 200 p.

DELAHAYE Yves, La frontière et le texte. Pour une sémiotique des relations internationales, Paris, Payot, 1977, 245 p.

GREIMAS Algirdas Julien, Du sens II. Essais sémiotiques, Paris, éditions du Seuil, 1983, 245 p.

GREIMAS Algirdas Julien, Sémiotique et sciences sociales, Paris, éditions du Seuil, 1976, 216 p.

GREIMAS A.J. et COURT è S J., Sémiotique. Dictionnaire raisonné de la théorie du langage, Paris, Hachette Université, 1979, 423 p.

Groupe d'Entrevernes, Analyse sémiotique des textes. Introduction, théorie, pratique, PUL, coll. dirigée par Catherine Kerbrat-Orecchioni, 6e édition, 1988, 207 p.

Groupe de Saint-Cloud, La parole syndicale. étude du vocabulaire confédéral des centrales ouvrières françaises.1971-1976, Paris, PUF, 1982, 270 p.

Guespin L. et Gardin B., « Discours patronal et discours syndical. Une tradition du discours »,in Langages, n°41, Larousse, 1976**,** pp13-46.

Henault Anne, Histoire de la sémiotique, Paris, PUF, juillet 1992, 125 p.

Kerbrat-Orecchioni Catherine et Mouillaud Maurice, Le discours politique, PUL, 1984, 298 p.

Kerbrat-Orecchioni Catherine, L'énonciation, Armand Colin, 1999, 263 p.

Memmi Dominique, Du récit en politique. L'affiche électorale italienne, Presses de la Fondation nationale des sciences politiques, 1986, 177 p.

protégé en vertu de la loi du droit d'auteur.

protégé en vertu de la loi du droit d'auteur.

Annexes

Annexe 1 les syndicats de journalistes

Syndicat National des Journalistes

« Le Journaliste »

« Affairisme et déontologie » -N°204 – 2ème trimestre 1987

Guy Lux inventant un jeu pour ***« Intervilles*** » ayant pour décor un gigantesque paquet de lessive (Omo), les lauréats des jeux de Pierre Bellemare récompensés par des prix offerts par des firmes dont le logo apparaît simultanément sur l'écran de *TF1*, la météo dissociée du journal de 20 heures pour pouvoir intercaler une page de publicité…il n'y aura bientôt plus que Mme Daisy de Galard, membre de la CNCL, pour s'en offusquer et qualifier cette pratique de ***« pollution de l'antenne*** ». La ***«pub*** » envahit un peu plus chaque jour la vie du citoyen consommateur et constitue un élément essentiel de la commercialisation des produits. Comment s'étonner que la télévision, miroir de notre société, puisse échapper longtemps encore à la tentation du profit que génère ce secteur d'activité. Jean-Claude

Dassier, chargé des relations publicité programmes à *TF1* déclarait récemment qu'il ***« refuse plus de contrats qu'il n'en accepte*** ». Tendance naturelle, sans aucun doute, mais qui a été très favorisée par la loi Léotard de 1986. La privatisation de *TF1*, ainsi que le lancement de deux chaînes généralistes –la 5 (groupe Hersant) et la 6 (Groupe *RTL*) – ont provoqué une flambée des tarifs et une ouverture des vannes publicitaires qui semblaient l'apanage des seuls américains. Le football, en particulier, a su tirer profit du jeu de l'offre et de la demande, affranchi du verrou du service public. *TF1* a signé avec les dirigeants français du ballon rond des contrats exorbitants : quatre matches à 6 millions chacun (trois pour l'équipe nationale, plus la finale de la Coupe de France), auxquels s'ajoutent quarante-cinq «***Télé-foot*** »dominicaux à 1 million de francs l'unité ! Pour sa part, Canal Plus s'est assuré la retransmission de vingt rencontres de championnat (avancées) sur la base de 2,5 à 3 millions par match. Mais gardons-nous de jouer les vierges effarouchées devant un phénomène commercial, qui allait devenir un phénomène de société né, il y a un siècle, sur l'initiative d'émile de Girardin. On se souvient de cet éditeur, soucieux d'amortir le coût de fabrication de son journal et de le mettre ainsi à la portée du plus grand nombre, eut l'idée d'introduire dans sa ***« feuille*** » des petites annonces payantes. La notion de média, support de publicité, était lancée. Mais certains élèves devaient rapidement dépasser le maître et faire de cette recette complémentaire la manne principale de la presse. A ce stade, on touche alors aux limites compatibles avec les règles du journalisme. Ainsi le dernier dimanche de juillet, *TF1* retransmettait le grand prix d'Allemagne de Formule 1 sponsorisé par Esso, ainsi que la rencontre de Coupe Davis, France –Suède (match décisif Leconte-Carlsson) sans oublier l'inévitable tiercé, ce fleuron du patrimoine national…Comme la course automobile n'offrait aucun suspense (c'est souvent le cas), le chargé de la coordination ***« bascula »*** sur Fréjus où Leconte disputait alors un set décisif. Las, c'était bientôt l'heure du Tiercé et le moment, pour *TF1*, de s'acquitter de ses obligations envers la puissante société d'encouragement durant un quart d'heure d'horloge. Pendant ce temps, à Fréjus, les derniers espoirs de l'équipe de France s'étaient évanouis avec la défaite de Leconte. Nul n'a su comment. Le tiercé d'abord. A la faveur de cet exemple –il y en aurait d'autres – on mesure les dangers du système. Visiblement ce dimanche là, le présentateur journaliste, qui disposait d'un écran de contrôle lui indiquant que l'événement sportif majeur se situait alors à Fréjus –et non sur-le-champ de course – n'avait pas la maîtrise de la hiérarchie des images : la tiercé ça paie, le tennis pas ! Dans cette même veine, on raconte cette anecdote récente relevée au cours d'un comité de rédaction dans une société de télévision commerciale. Un des principaux responsables suggère de réaliser un reportage sur ce sujet. La proposition tombe à plat. Il insiste, assez lourdement. Quelqu'un ***« Pourquoi choisir ce sujet apparemment hors actualité ?*** » -Réponse : ***«On nous offre de la sponsoriser*** ». Les journalistes que nous sommes, tant de la presse audiovisuelle que la presse écrite, constatons à bien des signes annonciateurs qu'un certain ***« climat d'affairisme*** » progresse à vive allure dans le secteur de l'information, dont la mise en œuvre de la loi Léotard a été le détonateur. Certes, la publi-information et autres rubriques ***« pratiques*** » de magazines féminins n'avaient pas attendu le 16 mars 1986 pour séduire les annonceurs publicitaires. Mais avec la privatisation de *TF1*, c'est un pan essentiel de la digue que constituait le service public de l'information de masse dans le système en vigueur depuis plus de quarante ans qui s'est effondré. Cela mérite réflexion et exige un

 Copyright PRODHOMME Magali et Université Lumière - Lyon 2 - 2003.Ce document est

débat de fond. La loi de 1986 précise que les chaînes publiques ne peuvent parrainer que ***« celles de leurs émissions qui correspondent à leur mission en matière éducative, culturelle et sociale*** ». Elle laisse à la CNCL le soin d'élaborer un code de déontologie. Pour les chaînes commerciales, un décret gouvernemental autorise l'apparition des marques à l'antenne, mais la CNCL pourrait affiner les règles du jeu. Voilà pour les programmes. En revanche, il ne saurait être question d'aménager selon les nouveaux critères commerciaux les émissions d'information. Du moins en théorie. Dans la pratique quotidienne, il incombera aux journalistes de veiller au respect des règles traditionnelles du journalisme. Ce ne sera pas toujours facile. C'est pourquoi le bureau national du SNJ a décidé d'en faire le thème principal du prochain congrès (du 1er au 3 octobre, à Chalon-sur-saône). Les principes inscrits dans la charte du journaliste, dès 1918, doivent continuer d'inspirer les professionnels que nous sommes. C'est l'honneur du SNJ que d'en être le dépositaire et le défenseur.

« Pour une charte du journaliste » - N°210 – 1er Trimestre 1989

La communication est, par excellence, le secteur d'activité qui dès 1993, si ce n'est avant, offrira un champ d'application à la mise en œuvre de l'Acte unique européen. Le lancement et la mise en orbite de plusieurs satellites de communication, dont TDF1, réduiront à néant les protectionnistes nationaux en matière de diffusion des nouvelles. Pour ce qui relève de l'information, les journalistes –spécialement ceux travaillant dans l'audiovisuel – vont être confrontés à des problèmes nouveaux, relevant à la fois de leur éthique particulière (indépendance plus difficile à exercer, poids des intérêts commerciaux…) et la diversité de leurs statuts sociaux et professionnels (recrutement, formation, droits d'auteur, droits syndicaux). La convention européenne des droits de l'Homme, premier traité international conclu au sein du Conseil de l'Europe en 1949 et assurant une protection effective des droits et des libertés fondamentales, ne porte cependant que sur les droits civils et politiques. Pour ce qui est des droits économiques et sociaux, c'est à la Charte sociale européenne –signée le 18 octobre 1961 et entrée en vigueur le 26 février 1965 après ratification par cinq états – qu'il convient de se référer (même si certains des 38 articles qui la composent n'ont qu'un lointain rapport avec l'exercice du métier de journaliste). D'où la nécessité d'une Charte du journaliste ***« européen*** » fondée sur trois observations : 1- le développement technologique des moyens de communication fait désormais de la Terre le grand village selon l'expression chère à Mac Luhan. Une avalanche d'informations, véhiculée par les satellites, risque donc de s'abattre sur les populations européennes. Mais cette surinformation peut rapidement, par effet de saturation, aboutir à une désinformation du public si elle n'est pas canalisée. Seul le savoir-faire sélectif du journaliste professionnel peut éviter ce dérapage. Or, il n'est pas sûr que tous leurs employeurs partagent ce point de vue, certains chantant au contraire les vertus d'une information brute, sous forme de flashes, sans ***« cadrage historique*** » et, a fortiori, sans commentaire. La crainte de ***« l'incident diplomatique »*** avec un pays voisin, ***« arrosé*** » par TDF1, ne fera qu'encourager cette politique de prudence…2- la concentration des moyens d'information sous la coupe de quelques grands groupes multimédias, seuls capables d'amortir les investissements importants exigés par le progrès technologique, porte en germe la menace d'un rétrécissement du pluralisme des sources d'information. Or, comme le soulignait de façon prémonitoire le

protégé en vertu de la loi du droit d'auteur.

Conseil de l'Europe dans une recommandation en janvier 1970 : ***« l'Organisation interne des moyens de communication de masse doit garantir la liberté d'expression des rédacteurs responsables dont l'indépendance doit être préservée »***. La préoccupation dominante de profit des groupes multimédias est-elle compatible avec cette garantie de véritable liberté d'expression ? Dès l'origine, l'entreprise de presse n'a jamais été indépendante du marché : même si théoriquement, son but principal n'est pas le profit, une publication ne peut échapper aux lois de la rentabilité. L'information a donc toujours été la résultante d'un équilibre subtil entre des exigences parfois contradictoires : informationnelles et économiques. Des crises ont ponctué, depuis cent ans, ce fragile arbitrage.

La normalisation

Mais le phénomène auquel on assiste aujourd'hui est d'une autre nature. De la crise, on passe à la normalisation. Le coût de la modernisation des entreprises de presse, la concurrence impitoyable entre les médias pour s'assurer la priorité des informations, les lourds investissements exigés pour le recours aux moyens de communication les plus sophistiqués (satellites) ont, peu à peu, immergé le secteur de l'information dans le système industrialo-financier (banques, groupes d'affaires) et consacré la prépondérance de la publicité comme mode indispensable de financement. La concentration est souvent l'expression ultime de ce souci de rentabilité. Le double mouvement économique (financier et publicitaire) d'intégration de l'entreprise d'information dans le système mercantile va rendre le ***« produit journalistique*** » encore plus vulnérable aux sollicitations, voire aux exigences des règles commerciales. Les arbitrages seront soumis à une double pression : d'abord interne, à travers les actionnaires (généralement guidés par le profit) ; ensuite externe, par l'entremise des publicitaires (qui protègent les intérêts de leurs agences et de leurs clients). L'entreprise d'information perd ainsi sa spécificité. Elle se banalise en devenant, lorsqu'un sujet est ***« sensible*** », un simple relais des stratégies d'acteurs économiques dont les préoccupations sont étrangères à l'information. Que reste-t-il alors de la liberté de la presse, exigence fondamentale de la démocratie, et de l'indépendance des journalistes, garants de cette exigence ?

Le statut du journaliste européen doit être renforcé à la mesure de cette menace potentielle contre le pluralisme. En effet, l'affirmation institutionnelle du droit à l'information dans les douze pays de la communauté européenne constituerait une garantie pour l'opinion publique et une exigence fondamentale susceptible d'être invoquée par les journalistes en cas de différend sur le traitement de l'information, notamment au sein des grands groupes multimédias. ***« Si ces garanties étaient assurées, le droit à information pourrait être satisfait même dans les situations de monopole qui tendent malheureusement à se généraliser dans la plupart des pays*** », écrivait le professeur André Paysant, de l'université de Caen, dès janvier 1973, dans une étude sur le ***« droit à l'information*** ». Dans le même esprit, la Déclaration de Munich (1), concluant les travaux d'une rencontre internationale de journaliste, affirmait : « Le droit à l'information, à la libre expression et à la critique est une des libertés fondamentales de tout être humain. De ce droit du public à connaître les faits et les opinions procède l'ensemble des devoirs et des droits des journalistes. ***« La responsabilité des journalistes vis-à-vis du public prime toute autre responsabilité, en particulier à***

protégé en vertu de la loi du droit d'auteur.

l'égard de leurs employeurs et des pouvoirs publics ». L'éthique professionnelle du journaliste serait également renforcée si la protection des sources d'information lui était officiellement reconnue, en cas de procédure judiciaire impliquant son témoignage. Il y va de la garantie d'anonymat que le journaliste doit à son réseau d'informateurs. La mise en œuvre de l'Acte unique pourrait être l'occasion de généraliser ce droit, déjà reconnu dans quelques pays européens.

« Journaliste, qui t'a fait juge ? » - N°216 – 3ème trimestre 1990

De Timisoara à Bagdad, d'exclusivités monnayées en ***« scoops*** » ***« bidons*** », l'année qui s'est écoulée, si puissant que fut le vent de liberté qui l'a traversée, aura été rude pour notre profession. Laquelle découvre (ou redécouvre) que toute liberté – y compris celle de la presse – a son revers ; Que la liberté des journalistes, exercée sans conscience, sans principes, sans règles peut attenter à la liberté des citoyens ; que rien ne se prête mieux à la manipulation que l'information ; Que la loi du marché n'est pas garante de qualité, mais seulement d'efficacité marchande ; Que la concurrence ne promeut pas nécessairement le pluralisme ; Que le développement des nouvelles technologies de l'information se fait plus au profit des marchands de communication que des acteurs de l'information ; Que la course à l'immédiateté se fait au détriment de la médiation ; Qu'en souscrivant les journalistes contribuent à la banalisation de leur profession par la transformation de l'univers des ***« mass media »*** en un simple supermarché de messages.

Une double solidarité

Dresser ce constat, ce n'est pas prétendre que de telles dérives datent d'hier ou d'avant-hier : les journalistes –français ou pas – ont de tous temps eu des problèmes déontologiques. Ils ont tenté d'y apporter des réponses adaptées à l'époque. La ***« Charte*** » (SNJ) de 1918 procédait de cette démarche généreuse, ambitieuse mais, avouons- le, pas très efficiente. Elle indiquait la voie : il aurait fallu, il faut aller plus loin. Ce constat n'est pas davantage résignation au pire. Les vieux réflexes corporatifs et conservateurs d'une profession proclamant son droit universel à la critique mais prétendant échapper à toute mise en question, au nom d'une sorte de sacerdoce autoproclamé, cette solidarité irréfléchie d'une famille avec ses membres les moins solidaires (par le statut, les rémunérations, les pratiques…) tout cela commence à se fissurer. Nous sommes en effet de plus en plus nombreux à refuser de sacrifier notre citoyenneté à notre profession, notre solidarité avec les hommes et les femmes de la Cité à notre solidarité professionnelle. Or lorsque je lis mon journal c'est le citoyen en moi qui s'intéresse, s'interroge et parfois s'indigne. S'indigne de la vie privée de ses concitoyens piétinée, saccagée, fouillée comme un terrain vague. De la présomption d'innocence délibérément ignorée (parce que le ***« présumé auteur d'un meurtre*** » c'est cent fois moins vendable qu'un ***« assassin*** » - forcément odieux). Des non-lieux ou des acquittements qui font des entrefilets discrets, alors que les arrestations ou les inculpations ont fait la une. Des informations assénées sans vérifications et des rectificatifs publiés avec réticence. De la souffrance d'autrui muée en marchandise et spectacle, servie toute chaude à l'heure où il faut doper l' »audimat » pour mieux vendre la publicité (combien a rapporté à nos télévisions l'agonie en directe de la petite colombienne prisonnière de la boue en novembre 1985 ?) A quoi l'on nous répond

Copyright PRODHOMME Magali et Université Lumière - Lyon 2 - 2003.Ce document est

habituellement que la «***bavure*** » ne condamne pas l'institution, et que quelques brebis galeuses ne représentent pas une profession. C'est oublier que, responsables de ces pratiques scandaleuses, les journalistes vedettes qui, en général, représentent aux yeux du public et des pouvoirs publics une profession dont ils sont si peu représentatifs, les assument et les justifient. Qu'ils s'appellent Michèle, Patrick, Guillaume ou Christine, c'est toujours la même antienne de la liberté indivisible face à un public responsable. Comme si être journaliste ce n'était pas à la fois être libre et responsable. Longtemps, convenons-en, nous avons pensé que, de même que la démocratie est ***« le plus mauvais des systèmes à l'exception de tous les autres*** », une liberté de la presse sans entraves était le moins mauvais, donc le meilleur des régimes possibles. Pour les journalistes, bien sûr, mais pour les citoyens également. Par référence à tous les régimes totalitaires passés et présents, dont aucun ne s'accommode d'une presse libre. Si rien n'est jamais acquis définitivement, admettons que nos sociétés occidentales (rejointes progressivement par les pays de l'Europe de l'Est) sont de solides démocraties et des états de droit. Est-il alors évident que la presse conserve le même rôle de contre-pouvoir ? Et en tout cas, ce pouvoir s'exerce-t-il effectivement au service du citoyen contre les abus du pouvoir ? La presse n'est-elle pas devenue, en fait une sorte de pouvoir supplémentaire s'exerçant, selon les cas, selon des fluctuations. Les journalistes ne sont pas les premiers responsables mais qui les impliquent totalement – soit en faveur des citoyens, soit contre eux ? ***« Contre-pouvoir*** » ou ***« quatrième pouvoir*** » reconnaissons que les médias dispose notamment par leur action de concert et de ***« reprise*** » immédiate de plus en plus fréquente, d'une information par cinq chaînes TV, dix radios, cent journaux…d'un pouvoir redoutable. Le pouvoir (politique et judiciaire) hésite à l'affronter ; quant au particulier il est toujours à armes terriblement inégales face aux médias. Et puis comment croire qu'un pouvoir sans limitations réelles, un pouvoir absolu échappe aux errements de tout absolutisme ? De l'investigation à l'inquisition. Comment suivre, les yeux fermés, ces confrères qui –par exemple – légitime la violation, par principe et de manière discrétionnaire, de la présomption d'innocence le secret d'instruction et de l'autorité de la chose jugée, au nom d'une mission supérieure qui serait de corriger les erreurs l'institution judiciaire, et plus généralement les ***« malfaçons*** » de notre société ? Comme si les insuffisances hélas évidentes de la justice pouvaient être corrigées par l'institutionnalisation d'un journalisme policier, d'un journalisme procureur, d'un journalisme procureur, d'un journalisme juge. Comme si, libre de bafouer quelques-uns des principes qui ont fondé la République, un tel journalisme ne basculerait pas – n'a pas déjà un peu basculé – de l'instigation dans l'inquisition. Quand même les journalistes ne prendraient pas spontanément conscience des risques d'une telle dérive, le pouvoir politique et le pouvoir judiciaire se chargerait d'y mettre obstacle, après une décennie de cécité complaisante pendant laquelle les tribunaux étaient peu enclins à sanctionner les délits de presse, et les hommes politiques – même les plus malmenés – célébraient les mérites du quatrième pouvoir avec l'espoir de se le concilier.

Retour à la répressivité

Ces derniers mois, les choses ont changé. Plusieurs hommes politiques (de Jack Lang à Jacques Chirac) se sont interrogés sur les moyens de mieux protéger les droits individuels face au pouvoir des organes de presse. Les avocats du SAF (dont le SNJ est proche) se sont ouvertement inquiétés lors de leur IXe colloque des atteintes des médias

 Copyright PRODHOMME Magali et Université Lumière - Lyon 2 - 2003.Ce document est

à la présomption d'innocence. Les juges ne restent pas à l'écart de ce mouvement, et il semble qu'on assiste relatif retour à la répressivité en matière de délits de presse. Plusieurs jugements récents dénotent, bien au-delà de l'application stricte du principe de réparation, la volonté de certains magistrats de juger également des ***« méthodes journalistiques*** » condamnables au moins autant au regard de la déontologie que de la loi : ainsi de l'interview piège (enregistrement fait à son insu) de Roger Garaudy par un mensuel spécialisé en ce domaine ou des photos surprises au téléobjectif de Simone Weber dans sa prison. Au besoin aussi les juges n'hésitent pas à appliquer extensivement la loi de 1881 : on l'a vu avec les récents ***« référés*** » (juridiquement discutables) obtenus par Bernard Kouchner contre *France-Soir* et *Le Parisien* ou Jean-Christophe Mitterrand contre *L' é vénement du jeudi*. Au-delà du débat de droit ces affaires doivent faire réfléchir sur le prévisible ***« retour de manivelle*** » : on peut passer très vite d'un laxisme judiciaire (qui n'assurait plus la protection élémentaire des citoyens) à des abus de procédures (qui risquent d'entraver effectivement la liberté d'informer). Et ne nous y trompons pas : derrière eux deux ou trois procédures discutables, où la presse peut dénoncer une raison ***« raison d'état*** » liberticide, ce sont cent, mille procès possibles qui se profilent, où de simples citoyens pourraient demain – pour peu que s'instaure en France une jurisprudence à l'anglo-saxonne –demander réparation effective et non seulement symbolique des atteintes portées quotidiennement à leur honneur, à leur réputation, à leur image, à leur vie privée, à leur présomption d'innocence. Quel état de droit, quel citoyen épris de liberté peut accepter de laisser sacrifier quotidiennement, sur l'autel de la liberté de la presse », ce que l'on a justement appelé, en titre d'une émission de télévision, ***« l'honneur perdu des innocents*** » - ces citoyens jugés avant tout procès, à la ***« une*** » de nos journaux, jamais vraiment réhabilités, et réduits à préférer encore ***«l'oubli à la réparation*** ». Cessons de ne voir que l'odieuse ***« raison d'état*** » brimant la ***« liberté de la presse*** » alors que ce sont les droits fondamentaux du citoyen qui sont, quotidiennement, sous le régime désuet de la loi 1881 et en l'absence de règles déontologiques objectives, menacés par l'usage effréné du « libéralisme économique de presse » : surenchères du sensationnel, faux scoops, guerre de l'audimat, bidonnage…ne sont pas seulement une dépravation du journalisme, ils s'exercent au péril des libertés fondamentales.

Une double logique

Une double logique à la fois commerciale et professionnelle va, dans les dix années, nous confronter de plus en plus durement, à des problèmes qui ont été ici évoqués, et qu'on pourrait ainsi résumer : ***« Qui t'a fait juge ?*** » A cette question du citoyen et des pouvoirs l'un et les autres lui demandant de plus en plus de rendre des comptes, le journaliste doit pouvoir répondre, avec une clarté qui lui est aujourd'hui encore interdite : 1- je ne suis pas juge, mais journaliste 2- Ce qui m'a fait journaliste c'est ma formation, une compétence, une expérience, voire une notoriété. 3- Journaliste, je reconnais comme tout citoyen le pouvoir du juge ; mais je rends d'abord des comptes à mes pairs, comme ils ont à m'en rendre 4- Journaliste, si j'ai porté tort à un citoyen, je m'engage à les reconnaître et m'oblige à les réparer.

Des vieux principes

Ces principes là sont vieux comme notre charte. Ils n'ont pas ***« fait leur temps*** », ils

protégé en vertu de la loi du droit d'auteur.

sont au contraire tout neufs, trop neufs – car nous nous sommes jamais donnés les moyens de les mettre en pratique. Il s'agit de donner à notre profession, dans les faits et dans le droit, une dimension déontologique ***(« déontologie = code moral des devoirs***) qui, formalisée, publique, reconnue par tous, fonderait sans contestation possible les libertés particulières de l'exercice du métier (lesquelles, pour l'instant, ne nous sont pas reconnues). Il y a à engager un énorme travail de réflexion, de proposition, d'action. Qui mieux que le SNJ, premier et principal syndicat de journalistes, qui dès sa fondation a ***« parlé déontologie*** », pourrait le faire ?

« Le colloque de la PQR : une déontologie défensive » - N°218 – 3ème trimestre 1991

Depuis que Georges Kiejman, d'abord comme avocat, puis comme ministre, a laissé entendre qu'une réforme de la loi de 81 s'imposait, les milieux patronaux bétonnent cette ligne de défense : la loi de 1881 est une loi de liberté, c'est le socle de notre système. Il ne faut pas y toucher. Le SPQR a fait sien ce leitmotiv, lors du colloque presse-justice, qu'il a tenu à la mi-juin, à Paris, un colloque qui ne manquait pas d'intérêt, au moins du fait de la présence de quelques invités –avocats, journalistes, enseignants en journalisme – dont le discours allait souvent à rebours de la ligne PQR. Une ligne qui peut ainsi se résumer : 1-Il y a trop de procès de presse ; il faut nous mettre à l'abri. D'où le fameux ***«Vademecum*** » diffusé fin 1998 dans les rédactions, document qui était essentiellement un rappel des règles de base de la législation, avec quelques conseils ***« préventifs*** » pour éviter les procédures. 2- Quand surviennent les ***« idées*** » de réforme législative et les événements générateurs d'une mise en accusation des médias (Timisoara, guerre du Golfe), la PQR décide d'élargir sa réflexion aux problèmes juridiques globaux (responsabilité pénale et civile) et déontologique. Mais là encore, il s'agit d'une démarche ***« fermée*** » puisque sous-tendue par deux a priori : on ne touchera pas à la loi de 1881 et l'on n'introduira rien (organisme arbitral, conseil de presse, conseils de rédaction, ***« ombudsman*** »…) qui ***« porte atteinte*** » à la ***« responsabilité morale du directeur de publication »***. Rendons justice au SPQR : il n'est pas seul, actuellement, à camper sur cette position où la déontologie n'est évoquée et invoquée, qu'à usage purement défensif.

« La déontologie à toutes les sauces » - N°219 – 4ème trimestre 1991

Voici quelques années, lorsque nous invoquions nos principes professionnels en conférence de rédaction, il n'était pas rare que cette intervention provoque des haussements d'épaules agacés ou des ricanements. Déontologie, éthique sonnaient comme autant d'académismes dépassés et ringards. Il faut rendre hommage aux quelques confrères qui, de la Roumanie à la guerre du Golfe en passant par l'affaire Grégory ou les Girondins de Bordeaux, ont allègrement piétiné les règles de notre charte. Grâce à eux, jamais on n'avait autant parlé de déontologie des journalistes. Colloques et livres consacrés au sujet se succèdent. Associations de journalistes, mais aussi patrons de presse, parlementaires et ministres y vont chacun de leurs propositions pour remédier aux excès constatés. Les solutions les plus souvent avancées sont de deux ordres : il faudrait rédiger une nouvelle Charte, la première étant dépassée, et un conseil supérieur de l'éthique, à l'autorité morale incontestable, serait chargé de veiller au respect de la

protégé en vertu de la loi du droit d'auteur.

déontologie par la profession. Le SNJ, qui est à l'origine de la Charte de 1918, a son mot à dire sur le sujet, sans prétendre pour autant être le gardien du temple.

Une étonnante modernité

A bien la relire, la charte des devoirs du journaliste, bien que rédigée en 1918 et révisée en 1938, est d'une étonnante modernité. Sans doute le mot ***« réclame*** » pourrait-il avantageusement être remplacé par celui de publicité, mais la prescience de ses rédacteurs est étourdissante : à croire qu'ils avaient en tête le comportement à venir des télévisions commerciales ! La charte européenne des journalistes, rédigée par l'ensemble des syndicats de journalistes européens en 1970, en est l'utile complément, il n'y a pas grand chose à y redire. Le problème est donc moins de remanier la charte que de veiller à son application. Car en admettant le principe d'une refonte de ce texte et que la nouvelle charte réponde à tous les cas de figure, le problème de base reste inchangé : veiller à ce que ce texte ne reste pas lettre morte. Parmi d'autres voies, il en est une qui nous paraît devoir être explorée : sur le modèle de l'avenant audiovisuel public à la convention collective, ne pourrait-on pas inclure la Charte du SNJ à l'article 5 ? Les patrons de presse, prompts à proposer un ***« code de conduite*** » peuvent ainsi faire la preuve de leur bonne volonté. Et ce n'est pas parce que lors de la renégociation de la CCNTJ, ils s'y sont refusés que nous devons renoncer à cet objectif.

Au singulier et au pluriel

L'inclusion de la charte dans la CCNTJ donnerait un fondement juridique qui, pour l'heure, est inexistant, à notre déontologie. Mais surtout, elle renforcerait la situation de nos confrères qui veulent ouvrir un débat en conférence de rédaction sur le traitement de l'information. Car la déontologie se conjugue à la fois au singulier (le journaliste) et au pluriel (sa rédaction). Enfin qui aurait l'ascendant nécessaire pour faire d'un nouveau texte un objet de consensus comme le demeure, malgré tout, la charte actuelle ? Et un texte non consensuel serait la négation de règles déontologiques. Il est également temps de tordre le coup aux vieux projets d'instituer un conseil de l'ordre de la presse, quelle que soit l'appellation dont on le dote. Refusée majoritairement par la profession, cette idée semble séduire les milieux politiques, et même quelques confrères. Il faut donc s'y arrêter. Première remarque : à une époque ou toutes les institutions sont frappées de discrédit, comment croire qu'un nouvel organisme pourrait représenter une autorité morale indiscutable dans la profession, quelle que soit par ailleurs la valeur de ses membres. Les rares incursions de la Haute autorité, de la CNCL ou du CSA dans ce domaine, ne sont d'ailleurs guère probantes. De plus conformément à notre charte, le journaliste et sa rédaction engagent leur honneur professionnel personnellement vis-à-vis du public. Loin d'être un garde-fou, cet organisme risquerait vite de servir de parapluie, commode alibi pour dispenser les journalistes de prendre leurs responsabilités. Enfin, on ne saurait écarter des dérives inquiétantes pour la liberté d'information.

A l'échelle européenne

Au total, il faut se réjouir du regain de discussion autour de la déontologie professionnelle : ce n'est pas quand le feu s'est déclaré qu'il faut lire les consignes à suivre en cas d'incendie. Mais les réponses proposées sont souvent irréfléchies, irréalistes, passéistes, voire carrément liberticides. Car si la réflexion actuelle doit être

Copyright PRODHOMME Magali et Université Lumière - Lyon 2 - 2003.Ce document est

encouragée et se poursuivre, il serait vain de vouloir trouver une solution dans le cadre étriqué de notre hexagone. C'est désormais à l'échelle européenne que ces questions doivent trouver leur réponse.

« Déontologie : une confrontation enrichissante » - N°220 – 1er trimestre 1992

Depuis que le SNJ existe, l'éthique du métier de journaliste a fait l'objet de nombreux débats et les résolutions n'ont pas manqué de réaffirmer les grands principes qui régissent notre profession et pour condamner l'affairisme croissant. Mais aujourd'hui plus que jamais, notre profession est interpellée. D'autant que la confusion des genres, due, par exemple, aux ***« ménages*** » effectués par certains confrères, aux shows médiatiques télévisuels ou encore à l'omniprésence du sponsoring ou de la publi-info contribuent largement à troubler les esprits et les repères pourtant si nécessaires entre information, communication, promotion et publicité. De récents sondages réalisés sur l'image de marque de notre profession sont d'ailleurs révélateurs d'une considération en baisse auprès de l'opinion. L'an dernier, tant au congrès que dans le Journaliste (N°216), Charles Guerrin avait présenté des textes de réflexion sur la déontologie professionnelle. L'objectif visé était d'élaborer, au sein d'une commission ad hoc, des propositions susceptibles de fonder un nouveau cadre professionnel, juridique et éthique permettant de mieux concilier liberté et responsabilité des journalistes dans la cité. Cette notion de responsabilité liée à la citoyenneté allait d'ailleurs être au centre du débat. Guerrin a loyalement dressé un constat d'échec du projet. Il y voit plusieurs causes, certaines d'ordre pratique : la difficulté d'animer depuis Nice une commission et l'insuffisance de la mobilisation autour de ce travail, un travail qu'il estime cependant utile. Mais il y voit aussi des raisons dues à des divergences d'analyse. Selon lui « le débat public qui s'est instauré autour de la responsabilité des médias et des journalistes nous commande de répondre sur le terrain des problèmes réels, des cas précis et, si possible, d'avancer des solutions concrètes et non de nous abriter derrière des déclarations de principes manifestement inopérantes, donc discréditées. Commentant ce préambule de Guerrin et comparant son analyse à la sienne, Olivier Da Lage estime qu'il n'y a pas de divergences sur le constat et sur les objectifs, mais davantage une différence d'appréciation sur les conclusions tirées des même faits. Il ne cache pas ses réticences à l'égard de nouvelles dispositions juridiques. Même s'il se dit ouvert à des idées novatrices, il semble douter de l'efficacité que pourraient avoir des décisions prises dans ce domaine par les pouvoirs publics. Au cours de la réunion de cette commission les différences d'analyses exprimées ont posé également la question de la méthodologie syndicale soulevée par Guerrin. Faut-il, en engageant cette réflexion, s'interdire d'entrée certains tabous comme la constitution d'un comité d'éthique ou d'un Conseil de l'Ordre ou bien faut-il, dans un premier temps, comme le suggère Guerrin, faire un ***« débroussaillage*** ».

Un pacte avec le public

Dans la première partie du débat, des divergences sensibles ont été suffisamment exprimées pour ne pas ressentir un certain scepticisme quant à une évolution consensuelle sur ce dossier. Pourtant à la faveur de plusieurs interventions et avec la contribution des avocats présents, des pistes de travail ont été lancées. D'abord sur la

Copyright PRODHOMME Magali et Université Lumière - Lyon 2 - 2003.Ce document est

notion d'équipe rédactionnelle. Guerrin plaide pour la reconnaissance institutionnelle de l'équipe rédactionnelle en tant qu'entité. Selon lui, « la déontologie » doit être l'affaire de la profession, elle ne se décrète pas. Maître Jean Martin, comme Claude Durieux, considère que de nouveaux textes ne pourront avoir de valeur que s'ils bénéficient de l'adhésion de l'ensemble des partenaires. Mais il estime que la profession de journaliste en peut laisser se développer le climat de discrédit actuel. Il soumet d'autre part l'idée d'un pacte passé avec le public sur la qualité et le sérieux de l'information. Cette idée de pacte semble avoir séduit les participants à cette réunion, notamment Maurice Padiou, qui appelle à une prise de conscience autour de cette idée d'une citoyenneté à réaffirmer, quand ce n'est pas reconquérir. A ce propos, plusieurs intervenants s'interrogent sur nos silences ou l'absence d'une réelle volonté de médiatiser. François Boissarie exprime son désaccord avec cette soi-disant carence de médiatisation, due surtout au fait que les communiqués syndicaux sont de moins en moins répercutés par la presse. Pour lui, ***« la seule reconnaissance valable des valeurs défendues par le syndicat est celle, qui en juin, lui a donné plus de 44 % des voix aux élections à la carte*** ». Arc-boutés sur la médiatisation ou le communiqué incantatoire, deux syndicats n'en ont guère perçu les dividendes lors de ce scrutin.

(encadré) : ***« Tous concernés*** »

En ces temps de surenchère médiatique, de course à l'audimat ou à la courbe des ventes, de goût du sensationnel où, dans l'esprit de bon nombre de nos employeurs, l'information est d'abord un produit de consommation, le SNJ dénonce de graves dérapages qui portent atteinte à la fois à l'image de marque de la presse et à la crédibilité des journalistes auprès de l'opinion. La vague de critiques qui déferle pousse certains censeurs à déclarer caduque la Charte du Journaliste et inopérante la loi de 1881. Depuis sa création, le SNJ a agi souvent seul pour que la profession de journaliste s'entoure de références éthiques. C'est lui qui est à l'origine des textes majeurs de la profession. Jusqu'à présent, les employeurs se sont constamment refusés à inclure la Charte dans la convention collective. Reste que, pour le SNJ, la voie paritaire n'a jamais été complètement fermée pour peu que les fédérations patronales fassent évoluer leurs mentalités et leurs discours. Les écoles de journalisme ont un rôle primordial à jouer dans la compréhension et la diffusion de nos principes professionnels. Mais c'est d'abord aux lecteurs et aux auditeurs que s'adresse le message du SNJ à l'issue de son congrès. Nous voulons engager avec eux une large réflexion sur le rôle essentiel d'une presse libre, responsable et pluraliste pour assurer l'expression démocratique.

« éthique : des textes à appliquer » - N°225 – 2ème trimestre 1993

« Foutaises de journalistes parisiens que votre déontologie, il y a d'autres priorités aujourd'hui ». ***« Il est largement temps que vous vous préoccupiez de déontologie les syndicats du Beefsteak ont vécu*** ». Ces deux réflexions d'adhérents, à peine caricaturale, ***« encadrent*** » la campagne lancée par notre syndicat. Elles accompagnent, en fait, notre quotidien depuis les deux ou trois derniers congrès où les préoccupations d'éthique ont largement tenu leur place dans nos débats.

Consanguinité

protégé en vertu de la loi du droit d'auteur.

C'est que l'actualité, de la Roumanie à la guerre du Golfe, a été impitoyable pour notre profession et que notre image en a pâti si l'on veut bien accorder foi à l'enquête annuelle de *La Croix*, *Télérama* et *Médiaspouvoirs*. A dire vrai, entre le SNJ et la déontologie, le lien tient de la consanguinité, la collection du Journaliste témoigne abondamment que c'est sur le terreau des devoirs professionnels que, dès 1918, les fondateurs du syndicat bâtissent, puis enracinent notre organisation. Devoirs et droits y sont inscrits dans cet ordre et non dans celui d'aujourd'hui qui a inversé les deux termes. La discipline qui figure au fronton de notre journal syndical et entraîne les réunions des instances vise directement, non le mauvais cotisant mais le plagieur, par exemple, lequel condamné, après enquête, est ***« éjecté*** » du syndicat. Vingt après, en 1938, la charte est légèrement retouchée. Au hasard de la guerre, entre collaboration ou résistance, la déontologie vivra des heures héroïques ou sombres. Quelques-unes de ces dernières seront sanctionnées, à la Libération, par la commission professionnelle d'épuration. Deux autres dates jalonnent la route de l'éthique des journalistes : 1954 où la Fédération internationale, tenant congrès à Bordeaux, à l'invitation de la section SNJ, élabore un code et 1971 où les syndicats européens, réunis, se mettent d'accord sur une charte. Un seul objectif pour le SNJ de 1993 : l'application de ces textes.

« PQR : une déontologie unilatérale » - N°238 – 2ème trimestre 1996

Le SPQR a publié ses ***« règles et usages*** » de la presse quotidienne régionale. Un document communiqué aux syndicats de journalistes 24 heures avant sa présentation publique. Foin le paritarisme : le syndicat patronal délivre sa ***« vérité*** » déontologique, le débat proposé in extremis aux journalistes n'étant qu'une formalité. Dont acte. Ce n'est pas la première fois que le SPQR s'exprime sur le sujet. Fin 1989, dans un contexte de ***« bavures médiatiques*** » ayant suscité un certain raidissement judiciaire et un appel à une plus stricte répression des infractions, le SPQR avait confié à Philippe Bilger la rédaction d'un ***« Vademecum Presse-Justice*** ». Un document technique rappelant les règles du droit de la presse. En juin 1991, le SPQR tenait colloque sur les rapports entre la presse et la justice fortement imprégné de quelques idées simples, voire simplistes :

La presse régionale est plus respectueuse que les autres de la déontologie et du droit des personnes ;

Nul besoin de légiférer, la loi de 1881 suffit largement ;

La vraie cause des ***« dérapages*** » (générateurs de procès) c'est l'insuffisante information et formation des journalistes.

En 1993, une nouvelle version du Vademecum tenant compte de la loi Vauzelle (respect de la présomption d'innocence) était éditée et, en principe, diffusé dans les rédactions de la PQR. En 1995, dans le droit fil du colloque de 1991, le SPQR publie ses ***« Règles et usages*** » dont le titre à lui seul pose problème. S'agit-il de règles à respecter par des journalistes, y compris dans un rapport de subordination ? Ou seulement d'usages constatés (mais qui alors ne s'imposeraient pas) ? La question est importante. Or s'il énonce souvent implicitement, des règles légales (loi de 1881 et autres) s'imposant aux journalistes et aux médias, le document formule également des principes de nature déontologique. Dans l'absolu, il n'y a guère à redire aux préceptes énoncés, qui

protégé en vertu de la loi du droit d'auteur.

recoupent largement nos textes déontologiques de référence (déclaration de 1918, charte de Munich) et certaines chartes d'entreprise. Le souci d'informer sans condamner » de donner la parole aux diverses parties et de ne divulguer les identités que si nécessaire ; le respect de la présomption d'innocence et de la vie privée ; l'appel à la prudence et l'équité dans l'expression et dans l'utilisation de l'image ; l'observance du ***« devoir de suite*** » (des mises en cause) et d'une pratique moins restrictive du droit de réponse…autant de principes éthiques de nature à restaurer la fonction même d'un journalisme trop souvent perverti par son concubinage judiciaro-policier. Mais peut-on prendre au sérieux de si ambitieux commandements qu'à quelques exceptions, la PQR se garde de mettre en pratique ? ***« Des règles et usages*** » que, dans certains journaux, on diffuse avec une réticence qui en dit long ? Et puis – ce qui est encore plus préoccupant – ce catalogue ne connaissant que la responsabilité des directeurs de publication, vise manifestement à édicter, à imposer aux journalistes leur déontologie. Certes non conventionnel, il n'a, sur ce plan, aucune portée réelle. On rappellera au passage l'opposition patronale à toute référence déontologique autre, dans la CCN, que le dernier alinéa de l'article 1-3, simple vœu pieux. S'ils doivent respecter leur éthique professionnelle, les journalistes de la PQR ne sont en revanche pas liés par les ***« règles et usages »*** du syndicat patronal, et doivent veiller à ce qu'aucune référence n'y soit faite ni dans leur contrat de travail, ni dans un accord d'entreprise. On peut en revanche se demander, si, à l'avenir, dans certains litiges, les journalistes ne pouvaient pas s'appuyer sur lui. Bien qu'unilatéral, ce document public engage les entreprises membres du syndicat patronal à respecter des ***« règles et usages »*** qui peuvent coïncider avec les principes évoqués par un journaliste en conflit avec sa hiérarchie. Ce serait un bon usage d'un document dont les intentions n'étaient peut-être pas tout à fait pures…

« Déontologie et liberté de la presse : Intégrer la Charte des devoirs dans la convention collective » - N°246 (supplément) - octobre 1997

Le SNJ affirme solennellement la nécessité plus que jamais actuelle, d'une déontologie professionnelle reconnue par tous, perçue et vécue comme garante du droit à l'information des citoyens et donc de l'exercice libre et responsable du métier de journaliste. Au-delà des dérapages et manipulations constatés lors de la couverture de la guerre du Golfe, des bouleversements à l'Est et de certaines affaires judiciaires en France, les questions déontologiques se posent pour tous au quotidien. Rappelons que le journalisme français n'a jamais connu d'âge d'or du point de vue de sa rigueur déontologique, on peut même repérer maints signes d'amélioration par rapport à la première moitié du XXe siècle. Pour le SNJ, tout principe déontologique est incompatible avec une pratique du journalisme assujettie aux seuls impératifs d'une concurrence centrée sur le profit. Cette pratique, même minoritaire, discrédite la profession dans son entier aux yeux des citoyens. A la précarisation des emplois, l'orientation mercantile accélérée des entreprises d'information ajoute une fragilisation de la pensée. Le respect des principes déontologiques dépend de la conscience de chacun, de son professionnalisme, de sa connaissance des dossiers. Une formation solide limite les risques d'erreur. Le SNJ est donc particulièrement attaché à la formation qui devrait intégrer un apport déontologique. C'est à ce titre que le SNJ accorde une attention spéciale aux écoles reconnues. La mission d'informer comporte nécessairement des

limites que les journalistes eux-mêmes s'imposent spontanément. Tel est l'objet de la Charte des devoirs, rédigée par le SNJ en 1918, révisée en 1938, et de la Déclaration de Munich (1971). Le SNJ exige depuis des années l'intégration de la Charte des devoirs dans la convention collective. Cette revendication se heurte malheureusement à l'opposition des patrons de presse, plus portés à édicter sans concertation des ***« codes de déontologie*** » maison, qui mélangent souvent règles éthiques et ligne éditoriale, voire objectifs économiques et leur permettent de sanctionner des confrères arbitrairement. L'autorité hiérarchique brime trop souvent le libre exercice des règles déontologiques définies par les journalistes. Le SNJ demande le respect intégral de la liberté d'expression du journaliste sans aucune restriction. Le choix des sujets et la hiérarchie de l'information ne doit pas dépendre que de la rédaction. La publicité doit être clairement identifiée. La mention publi-reportage doit être écartée, de même que toute autre présentation entretenant la confusion entre information et publicité. Aucune pression ne doit être exercée sur un journaliste pour la rédaction d'un article à caractère publicitaire ou « promotionnel ». De son côté, le journaliste ne doit pas user de son influence pour « aider » un annonceur ou soutenir une action de promotion en influençant ainsi directement le lecteur, l'auditeur ou le téléspectateur.

« Déontologie : quand le gouvernement s'en mêle » - N°253 – 3ème trimestre 1999

La déontologie des journalistes intéresse, aujourd'hui, beaucoup de monde : des colloques fleurissent où les organisations représentatives ne sont pas toujours conviées, des baromètres annuels qui ne manquent pas d'intérêt mesurent notre audimat, des hommes politiques s'en saisissent pour tenter de légiférer, des organisations patronales de la presse se l'approprient sans la moindre concertation ; Des chartes d'entreprises surgissent qui parfois se contredisent. La dernière en date des initiatives émane du ministère de la Culture et de la Communication qui a commandé un rapport à Jean-Marie Charon, ancien conseiller technique de Mme Trautman, rue de Valois à Paris. Le point de départ de ce rapport se situe en août 1997 à la suite du triple décès tragique de la princesse Diana, de son ami et de leur chauffeur, dans l'accident du tunnel du pont de l'Alma à Paris. Les dérives médiatiques auquel cet accident donna prise, devaient conduire la Ministre, après des mois de mise en sommeil, au réflexe pavlovien du rapport ministériel. Au sortir de plusieurs auditions avec des organisations syndicales et patronales, sans oublier la commission de la carte, Jean-Marie Charon a rédigé un rapport intermédiaire annonciateur du texte définitif remis le 8 juillet et sur lequel nous reviendrons en son temps. A retenir parmi les idées maîtresses du texte provisoire révélées par la Ministre, elle-même, le projet d'une formation systématique à la déontologie des jeunes journalistes non issus des écoles reconnues soit les trois quarts des nouvelles cartes annuelles. Une excellente suggestion qui pose aussi la question de la formation dispensée, actuellement, en la matière par les huit écoles reconnues comme d'ailleurs l'initiation au statut professionnel. Celle-ci a prêté longtemps à des carrefours annuels d'information avec les organisations syndicales, des initiatives qui tendent hélas à disparaître. On souhaite un autre avenir à la formation déontologique en se félicitant que le rapport provisoire tourne résolument le dos à toute structure contraignante dont notre

 Copyright PRODHOMME Magali et Université Lumière - Lyon 2 - 2003.Ce document est

organisation estime, depuis son origine, qu'elle n'est pas la bonne voie. (+encadré / A la source du SNJ)

« Le rapport Charon vise le long terme » - N°254 – 4ème trimestre 1999 -

Le rapport rendu cet été par Jean-Marie Charon à Catherine Trautman aurait pu n'être que le nième rapport du genre. Il coïncide dans le temps avec le texte adopté par le Conseil économique et social, qui, comme tant d'autres avant lui, accumule les lieux communs et n'est qu'un catalogue des dérives déontologiques et des recettes supposées y remédier sans pencher pour aucune. Si le rapport Charon parvient à éviter ce piège, c'est que son auteur se refuse à préconiser des solutions de portée globale censées résoudre la crise de crédibilité des médias. Au passage, bien que le rapport lui ait été commandé par le ministère de la Culture et de la Communication, il ne suggère pas non plus, contrairement à tant de parlementaires, l'intervention de l'état dans la déontologie journalistique. Face à tous ceux qui veulent l'institution d'une instance de régulation déontologique, sur le modèle du CSA, Jean-Marie Charon observe qu'il n'y aurait pas pire perversion que de voir s'instituer une attitude qui consisterait à voir les rédactions s'en remettre à la pure application des règles, qui ne sauraient prévoir toutes les situations, ainsi qu'aux avis et sanctions de cette forme d'autorité. L'auteur du rapport craint aussi les démarches ne misant que sur quelques condamnations que l'on voudrait spectaculaires qui risqueraient de ne s'attaquer qu'à quelques boucs émissaires, là où les véritables problèmes posés est celui de la dynamisation de la responsabilité de tous.

Un module de formation

Au total les recommandations de Jean-Marie Charon frappent par leur modestie, mais aussi par une approche des questions de déontologiques sur le long terme. C'est ainsi qu'il propose que tous les journalistes suivent un module de formation au droit et à la déontologie de l'information dans les deux premières années de leur vie professionnelle. Ce module, dispensé par les écoles reconnues, serait en grande partie financé par l'état.

Le rapport propose que la commission de la carte soit chargée de constater que cet enseignement de quelques jours a bien été suivi avant la remise de la carte de titulaire. J.M Charon propose également une coordination accrue entre les médiateurs de l'information, mais surtout, l'institution d'entretiens de l'information qui seraient à la presse ce que les entretiens de Bichat sont à la médecine. Le ministère de la Culture prendrait l'initiative d'une concertation permettant l'organisation de ces entretiens. Un regret et un satisfecit pour terminer : Le regret que les organisations consultées n'aient pas reçu le rapport ; le satisfecit : qu'il soit accessible sur le web.

L'union syndicale des journalistes CFDT

« Journalistes CFDT »

« Conditions de travail et déontologie du métier » - N°261 – Spécial Europe supplément

protégé en vertu de la loi du droit d'auteur.

(…) Ma deuxième réflexion me conduit à demander qu'est-ce que l'espace européen peut provoquer positivement et négativement, dans les professions relatives au journalisme, à l'information et à la communication. Certains peuvent raisonner en disant : ***« le pire est devant nous »***, d'autres peuvent raisonner naïvement. Je crois qu'il faut un regard équilibré quant aux conséquences de l'unification de l'Europe sur l'ensemble des différents secteurs, celui de la communication en particulier. Pour ma part, je ne crois pas qu'en ce qui concerne le secteur communication, information, journalisme, le pire soit devant nous. Si on regarde ce qui peut se passer en matière d'information générale, le mélange entre la culture anglo-saxonne dans le journalisme et la culture latine par exemple, pourquoi ceci ne pourrait-il pas provoquer un saut qualitatif des différents modes d'approche et de traitement de l'information ? Le croisement entre une presse plus informative d'un côté, une presse de commentaires de l'autre, peut aboutir à un mélange des cultures et à une amélioration de la nature et du développement général de l'information dans tout l'espace européen. (…)

« Déontologie : les pratiques professionnelles » - N°276 – février 1994

Dans l'état actuel de notre réflexion sur la déontologie et après la publication de différentes textes sur ce thème dans les derniers numéros de ce journal, nous vous soumettons dans les pages suivantes un questionnaire. Dans une profession où la tendance à s'ériger en juges est une pratique courante – le procès de Jean-Marie Villemin est là pour nous le rappeler – la charte italienne insiste sur les responsabilités particulières du journaliste, dont une prévaut sur toutes les autres : la responsabilité vis-à-vis du citoyen.

(suite : présentation de la Charte italienne)

Le SNJ publie un Livre Blanc

Le SNJ vient de publier un ***« Livre Blanc de la déontologie des journalistes ou de la pratique du métier au quotidien*** » fondé sur l'exemple. Et les exemples ne manquent pas, qu'il s'agisse du ***« marketing rédactionnel*** » dans la presse régionale, des dérives de l'audiovisuel, des pressions des milieux économiques, des drôles de mœurs de la presse sportive, etc. (…) Nous applaudissons des deux mains à cette initiative qui rejoint les préoccupations que nous exprimons depuis des années, comme l'atteste ce numéro de ***« Journalistes CFDT*** ». Nous pensons aussi qu'il faut inclure dans la convention collective des textes sur la déontologie, en particulier la Charte de Munich (1971) de la FIJ et de l'OIJ. L'Union nationale des syndicats de journalistes (UNSJ, regroupant le SNJ, la CFDT, la CGT et FO) avait alors demandé, en vain, aux patrons de presse de placer ce texte en préambule de la convention collective. L'USJF-CFDT est prête à mener, avec les autres syndicats, une nouvelle démarche dans ce sens.

« Spécial » élection : « Aussi défendre des règles de déontologie » - N°277 – avril 1994

La déontologie professionnelle n'est pas, pour les journalistes CFDT, une mode ou une préoccupation devenue soudain d'actualité, que les médias traitent comme un autre sujet, en prenant bien soin de ne pas s'y impliquer et de très vite l'oublier. La déontologie et les

protégé en vertu de la loi du droit d'auteur.

pratiques professionnelles sont, pour l'USJF-CFDT, un souci permanent que nous n'avons cessé d'exprimer, particulièrement ces derniers mois en proposant une large réflexion basée sur la comparaison des systèmes existants dans les autres pays et sur les expériences et les textes les plus actuels. Nous sommes très en retard, en France, dans ce domaine qui reste tabou malgré la multiplication des débats d'autosatisfaction. Pour bien des journalistes, aucun texte qui fixerait des bornes n'est nécessaire, chacun n'ayant qu'à respecter sa conscience. Mais celle-ci est parfois élastique. On élude, on tourne autour du pot finalement on ferme les yeux sur les dérives inadmissibles que l'audiovisuel n'a fait que cristalliser. Or, la France est pratiquement le seul pays d'Europe occidentale à ne pas s'être doté d'une charte ou d'un code déontologique pour les journalistes, textes dont on connaît les limites et les difficultés d'application mais dont la seule existence constitue en elle-même une garantie. Et ces codes ou chartes existent et sont appliqués chez nos voisins. En Grande-Bretagne, le Press Council (composé à parts égales de représentants de la profession et de personnalités extérieures) remonte à 1953 et s'appuie sur un code en cours de refonte. Depuis 1988, compte tenu de sa spécificité, l'audiovisuel dispose de sa propre instance de régulation, le broadcasting standards Council. En Allemagne, le Conseil de la presse a été créé en 1956. Cet organisme d'autocontrôle, comme la commission de la carte professionnelle en France, est paritaire : dix journalistes, dix éditeurs. Il s'appuie sur un code adopté en 1973. Les Pays-Bas, la Belgique, la Suisse et le Portugal (qui vient de terminer son deuxième code) suivent les mêmes exemples, mais le plus parlant est sans doute celui de l'Italie dont les journalistes (regroupés dans la Federazione nazionale de la Stampa italiana) ont adopté en juillet 1993 une ***« charte des devoirs et des journalistes »*** qui en fait un des textes les plus complets en la matière et sans doute une des meilleures garanties vis-à-vis des pressions des groupes politico-socio-économiques. Un texte qui engage tous les journalistes et qui peut aller jusqu'à interdire provisoirement ou définitivement l'exercice de la profession. En France, l'application d'une telle charte exclurait du jour au lendemain un certain nombre de ***« confrères*** » qui ont un peu trop tendance à confondre leurs intérêts personnels avec des intérêts privés ou qui n'hésitent pas à mettre leur image ou leur savoir-faire au service d'intérêts qui n'ont rien à voir avec ceux du public. Pourtant ce souci de clarté a été légitimement exprimé par les journalistes français dès le début du siècle puisqu'une Charte a été proposée en 1918 par l'unique syndicat de journalistes d'alors, le SNJ. Depuis on dirait que la déontologie a fait long feu. Conscient de l'acuité du problème, le SNJ vient de publier un Livre Blanc qui, malheureusement, ne débouche que sur des suggestions. Il s'agit d'un constat, mais personne aujourd'hui n'oserait nier que le problème se pose. Depuis plusieurs années, la CFDT veut aller plus loin, comme elle vient de le montrer en diffusant un questionnaire-sondage sur les pratiques professionnelles. En attendant la rediscussion d'une Charte nationale, l'USJF-CFDT réclame l'annexion à la convention collective de la Charte de Munich (1971) adoptée alors par les deux organisations internationales de journalistes, la FIJ et l'OIJ. Ce texte, comme cela avait été réclamé, en vain, en 1971, aux patrons de presse, doit figurer en préambule de la convention collective. Nous en avons fait une de nos priorités. Nous proposons de lancer une réflexion, la plus large possible, autour d'un projet de Charte des devoirs des journalistes français dont nous avons déjà jeté les bases. Parallèlement, il faut réfléchir à un organisme garantissant que cette charte ne restera pas un vœu pieux. Pour nous, cet

Copyright PRODHOMME Magali et Université Lumière - Lyon 2 - 2003.Ce document est

organisme doit être géré par les seuls journalistes, mais en y associant les ***« utilisateurs*** » de la presse. Enfin conformément à la préoccupation exprimée en Europe par la Fédération internationale des journalistes (FIJ) dont l'USJF-CFDT est un des membres fondateurs, nous soutenons le droit, pour chaque rédaction, d'élire un conseil de rédaction associé à la définition de la politique rédactionnelle, ayant la capacité de s'opposer à la nomination du rédacteur en chef et garantissant le droit de refuser un travail contraire à l'éthique professionnelle. Ces conseils de rédaction, qui fonctionnent sur la base d'un code de conduite propre à chaque entreprise, constituent ***« un des moyens de garantir l'indépendance des journalistes, leur autonomie et leur responsabilité particulière dans l'information du public*** ».

Résolution générale : La déontologie

Les journalistes n'ont pas bonne presse. Les fréquents dérapages de l'information spectacle et les douteux amalgames avec la sphère de la communication sont portés au débit de l'ensemble de la profession par le public. Cette situation est exploitée par certains qui rêvent d'imposer un code de bonne manière aux journalistes. Pour les journalistes CFDT, il est urgent que la profession se donne, elle-même, les moyens d'éviter ces dérives. Pour ce faire ils proposent : l'annexion de la Charte de Munich signée en 1971 par les syndicats de journalistes européens, à la convention collective nationale ; la redéfinition légale du métier de journaliste. La profession que nous exerçons est mal définie par un article du code du travail qui date de 1935. Elle a depuis considérablement évolué avec l'apparition de fonctions et de qualifications nouvelles. Pour nous, le journaliste est un salarié, membre d'une équipe rédactionnelle, dont le travail est d'informer le public. Ce rôle d'information du public est une notion fondamentale, mais pourtant radicalement nouvelle dans la définition de notre profession. Jusqu'à présent, en effet, le journaliste n'est légalement définie qu'en sa qualité de collaborateur d'un organe de presse ; L'extension des compétences de la commission de la carte d'identité des journalistes professionnels au champ déontologique. Elle ne doit plus se contenter de dire qui est journaliste et qui ne l'est pas. Organisme Paritaire reconnu de l'ensemble de la profession, elle doit désormais être en mesure de formuler, de droit, des avis sur les dérives éventuelles des pratiques professionnelles ; la prise en charge par les sections d'entreprise de ces problèmes. Là où cela est possible, les journalistes favoriseront la création de conseils de rédaction et la mise en forme de chartes rédactionnelles à l'image de ce qui existe, d'ores et déjà, dans certains organes de la presse régionale et nationale. En tout état de cause, l'USJF-CFDT proposera à l'ensemble des organisations syndicales de journaliste d'organiser, dans le cadre du 60ème anniversaire de la CCIJP, une rencontre nationale sur l'éthique professionnelle. Mais le combat syndical pour une pratique déontologique ne saurait être séparé des revendications en terme de conditions d'emploi, de travail et de rémunérations !

« Convalescence : déontologie et précarité » - N°279 – mars 1995

Toutes les générations de journalistes représentées, avec une présence significative de jeunes. Un nombre de participants encore un peu faible par rapport au degré de participation que l'on a pu observer dans les années 70 ou 80. Un certain équilibre entre l'écrit et l'audiovisuel. Mais des absences remarquées comme celles des grands

 Copyright PRODHOMME Magali et Université Lumière - Lyon 2 - 2003.Ce document est

quotidiens de l'Est, de l'Ouest ou du Sud que la sur-représentation du Nord ou de *RadioFrance* ne saurait faire oublier. L'union syndicale des journalistes français CFDT est aujourd'hui en convalescence. Les résultats des élections à la commission de la carte l'ont montré. La dégringolade est arrêtée, ce qui somme toute, n'est déjà pas si mal compte tenu de ces dix années de crise que nous venons de vivre et qui ont amené nombre de nos adhérents à quitter un navire qui ressemblait plus à un bateau ivre qu'à une organisation dynamique et efficace. Et pour en arriver à ce désastre, nous n'avions même pas eu besoin de conflits de personnes. Les querelles et les imbroglios structurels avaient suffi à ce laminage. (…) Ayant désormais la garantie de moyens financiers stables calculés sur la base du nombre de journalistes syndiqués à la CFDT, l'USJF pourra mener, en concertation avec les autres composantes de la CFDT oeuvrant dans le champ de l'information, la politique votée par l'A.G de Villefranche-sur-Saône, qui a défini comme priorités d'actions la lutte contre la précarisation de la profession et contre les dérives déontologiques.

Déontologie et précarité

Les dérapages déontologiques sont en effet de plus en plus fréquents du fait de l'évolution vertigineuse des moyens et des techniques de communication, du fait aussi de la confusion grandissante entre l'information et le spectacle, entre l'information et la communication. Ce sont des dérapages qui font que les journalistes aujourd'hui, et c'est là un paradoxe, n'ont pas bonne presse. Dans ce contexte, il apparaît plus que jamais nécessaire que la profession se donne les moyens de lutter contre les dérives éventuelles des pratiques professionnelles avant que d'autres ne profitent des circonstances pour nous imposer un ordre professionnel. Organisme paritaire reconnu par l'ensemble de la profession, la commission de la carte d'identité professionnelle des journalistes ne doit plus se contenter de dire qui est journaliste et qui ne l'est pas, elle doit aussi provoquer des débats dans la profession en formulant des avis sur les éventuelles dérives des pratiques professionnelles, dont elle peut être amenée à avoir connaissance. C'est dans ce but que l'USJF-CFDT va organiser en mai prochain deux grandes journées de réflexion consacrées à ces problèmes déontologiques. Ce combat ne saurait laisser indifférents les journalistes CFDT qui doivent se saisir de ces problèmes déontologiques partout où ils se posent avec les outils dont ils disposent (délégation du personnel ou conseils de rédaction, là où il en existe) car ce combat est étroitement lié à ce lui pour une amélioration des conditions de travail des journalistes. La déontologie n'est pas seulement affaire de conscience professionnelle, de morale, de conviction ou d'éthique personnelle. Elle est en effet étroitement dépendante des conditions de travail dans lesquelles le journaliste exerce quotidiennement sa profession. La multiplication des journalistes précaires (pigistes dans la presse magazine et dans les radios locales privées, faux correspondants et journalistes sous contrats à durée déterminée dans les quotidiens régionaux et nationaux) rend notre profession plus vulnérable aux pressions éventuelles de nos employeurs ou aux sollicitations insistantes de nos interlocuteurs. Parce qu'ils sont plus vulnérables, les salariés précaires ont le droit de pouvoir compter sur nous. Il y a là une obligation morale autant qu'une impérieuse nécessité. Il ne faut pas s'y tromper : la défense de leur droit est un contrat qui concerne tous les journalistes car les employeurs des ***« précaires*** » sont aussi ceux des ***« titulaires*** ». Jamais en effet nous

protégé en vertu de la loi du droit d'auteur.

n'avons été aussi près de ce fameux journal sans journalistes auquel rêvent certains patrons de presse d'autant que les techniques le permettent, ne serait-ce que par le développement du télétravail. Malgré l'action constante de la CFDT sur ce terrain, ce phénomène de précarisation galopante de la profession se constate aujourd'hui dans toutes les formes de presse même s'il est de beaucoup plus grande ampleur dans les magazines ou les radios locales privées que dans les grands médias écrits ou audiovisuels. Sur ce point aussi il y a urgence et la réaction doit être à la hauteur du problème posé. C'est de la survie de notre profession, qu'il s'agit…

« Notre déontologie n'est pas à vendre » - N°280 – juillet 1995

Alors que la loi Brachard, qui fonde le statut des journalistes, a aujourd'hui soixante ans, jamais ce statut, jamais la liberté de la presse n'ont été autant menacés. Et les menaces qui pèsent sur ces deux éléments essentiels de la démocratie sont d'autant plus inquiétantes qu'elles sont insidieuses, sournoises. Parce qu'elle a permis au journaliste de n'être pas tout à fait salarié comme un autre, la loi Brachard (qui fût en 1975 complétée par l'amendement Cressard qui a fixé le statut du ***« pigiste*** », ce journaliste franc-tireur qui ne travaille pas en permanence pour le même journal ou pour le même média audiovisuel) lui a donné des moyens de résister aux pressions, internes ou externes, qu'il peut être amené à subir dans le cadre de l'exercice de son métier. Un métier qu'il doit pratiquer en ayant le souci de l'honnêteté intellectuelle et de la vérité des faits. Soixante ans plus tard, force est de constater que ce statut est aujourd'hui bien mal en point. Nombreux sont en effet les patrons de presse ou de l'audiovisuel qui tendent à le remettre en cause. Les statistiques de la commission de la carte d'identité professionnelle des journalistes montrent que le nombre de pigistes a quasiment doublé durant la dernière décennie. Encore convient-il de préciser que ces statistiques ne rendent que très imparfaitement compte de la situation puisqu'elles n'intègrent évidemment pas tous ceux, et ils sont nombreux dans les radios locales privées ou la presse spécialisée, à qui l'on refuse le statut de journaliste. Cette évolution se produit à un moment où l'on assiste à une véritable OPA sur la presse avec l'arrivée massive de groupes industriels ou financiers dans le secteur de la communication. La conjonction de ces deux phénomènes (précarisation croissante des journalistes et concentrations des médias entre les mains de quelques groupes industriels et financiers qui sont bien souvent intéressés aux marchés publics) n'est évidemment pas sans conséquence sur la production de l'information. Tout ceci s'organise à un moment où la profession de journaliste est confrontée à des évolutions sans précédent (développement de nouveaux médias, informatisation des rédactions, transmission des images par satellite, culte de l'audimat…) qui font que le journaliste est amené à travailler de plus en plus vite, au nom d'une lutte contre la concurrence de plus en plus exacerbée. L'histoire récente ne manque pas de ces exemples retentissants de dérapages journalistiques qui ont sérieusement altéré la crédibilité des journalistes, qui ont bien souvent aussi mauvaise presse que les hommes politiques. A l'heure où tous les partis politiques sont concernés par des problèmes de corruption, cette question prend évidemment une singulière résonance, que l'on ne saurait limiter aux affaires Botton-PPDA ou Carrignon-Dauphiné News. Car on sait bien que la Une, depuis qu'elle est passée sous le contrôle du groupe Bouygues, est d'une singulière discrétion à l'égard de tous les régimes dictatoriaux avec lesquels le ***« roi du***

protégé en vertu de la loi du droit d'auteur.

béton » entretient des relations d'affaires. Et qui peut dire, aujourd'hui, que la présence dans le capital de nombreux médias (nationaux ou régionaux, écrits et audiovisuels) d'industriels intéressés par les marchés publics ne sera pas sans conséquence sur la façon dont seront traitées les informations relatives aux collectivités locales avec lesquelles ces groupes sont en relation d'affaires ? Si l'on y prend garde, les journalistes pourraient bien, un jour, subir le même effet boomerang que celui que les hommes politiques connaissent actuellement du fait du télescopage entre les phénomènes de corruption et la loi de décentralisation. Pour l'USJF-CFDT, il est urgent que les journalistes se saisissent de ces problèmes de déontologie avant que d'autres ne le fassent dans des conditions qui, sous couvert de protéger la présomption d'innocence, risquent de mettre sérieusement en péril la liberté de la presse.

« Les sécateurs à l'œuvre »

La mission d'information de la commission des lois du Sénat a émis 23 propositions qui sont, à ce jour et mis à part l'amendement Marsaud d'illustre mémoire, l'expression la plus nette d'une intention précise : Celle d'accréditer l'idée que toute personne à laquelle s'intéresse un juge d'instruction doit être considérée comme innocente, et ce, alors même qu'elle fait l'objet de ce qu'on appelait jusque récemment une inculpation et qui est désormais dénommé avec plus de tact ***« mise en examen*** ». On se gardera d'interpréter l'appellation du groupe parlementaire qui s'est voué à ces travaux : ***« mission*** », cela vous a un son particulier ; mais on supposera qu'il ne faut y entendra aucune similitude entre le dessein de ces missionnaires et le projet de convertir et civiliser la peuplade primitive et cannibale que seraient les journalistes. Grande est cependant la tentation de replacer l'œuvre dont nous avons connaissance dans un contexte douteux, caractérisé par le choix des médias comme boucs émissaires de bien des malheurs. Suivant le vieil adage : plutôt la faute que le scandale, ce ne serait pas les faits, mais leur relation qui empoisonnerait la vie publique. Haro sur la presse ! Or, sur les 23 propositions censées confronter la présomption d'innocence, en même temps que le secret de l'instruction, force est de constater que 6 seulement concernent l'administration judiciaire et 17 visent la presse. Les propositions 21, 22 et 23, si elles étaient adoptées, achèveraient, nous semble-t-il, la transformation du système accusatoire français en une procédure plus proche de la pratique anglo-saxonne. Comment ne pas accueillir avec ferveur une réforme réclamée par les juristes les plus éclairés et notamment par le président de la Ligue des droits de l'Homme ? De même les propositions 6 et 7, tendant à éviter les mises en examen prématurées ou à les rendre susceptibles d'appel, paraissent excellentes. Quant à la proposition 18, devant rendre patentes les consignes du ministre (mais pourquoi lui seul ?) on ne saurait que l'approuver. Maintenant jetons un coup d'œil sur les précautions imaginées pour mettre la presse hors d'état de porter atteinte à la présomption d'innocence. Dans l'ensemble, il y a de quoi demeurer perplexe. Pourquoi avancer que chaque organe de presse se dotera d'une déontologie explicite ? La bonne règle devrait-elle n'être pas la même pour tous ? Essaye-t-on d'escamoter la Déclaration de Munich ? D'exonérer le patronat de sa fuite devant notre déontologie ? Ou bien de créer une réserve, comprenant le Canard Enchaîné et la Corrèze républicaine où serait relégué le franc parleur ? A bien y regarder, 7 autres propositions présentent un intérêt mineur. On change les noms. Ou bien on pousse à l'absurde un souci légitime : selon les propositions n°1 et 2 Zola aurait dû écrire son ***« J'accuse*** » en ajoutant qu'il le faisait

« dans la présomption d'innocence » ! Le comble de l'hypocrisie est atteint lorsqu'il est proposé de sanctionner la publication de l'image d'une personne portant les menottes ou des entraves. Diable ! Comment se défendre de l'idée que c'est l'image qu'on veut interdire et non des pratiques réellement barbares, lorsqu'elles s'exercent à l'encontre de ***« présumés innocents*** », de manière arbitraire. Ce qui laisse rêveur, c'est la proposition 18, qui vise, on ne sait comment, à remplacer la confidentialité et la réserve par un secret absolu. Voilà qui n'a pas de sens, à moins qu'on puisse désormais arrêter quelqu'un sans que personne en soit informé. Huis clos pour l'instruction : tel est le régime qui résulterait des interdictions méthodiquement dressées devant tout commentaire au droit de réponse ; la moindre parole de magistrat, d'un greffier ou d'un huissier ou, évidemment d'un avocat, lequel est même tenu responsable des actes de son client. Dans son exposé des motifs, la mission va jusqu'à écrire : ***« la situation de l'avocat serait clarifiée*** ». Interdiction de publier toute pièce du dossier. Mais le juge lui, pourrait demander (par écrit) la publication de telle information qu'il jugera opportune. Même le procureur doit rester muet, sauf communiqué ***« écrit*** » (c'est une manie) Tout suspect, tous exposés à des intimidations, telle serait la règle pour protéger la présomption d'innocence. Il n'est plus question de terroriser les terroristes mais également, avec la presse, la machine judiciaire toute entière. En conclusion de cet examen peu réjouissant, il nous faut réserver une mention particulière à la recommandation n°2, qui voudrait que des sanctions disciplinaires s'appliquent au non-respect du secret de l'enquête et qu'en la matière, les ordres professionnels jouent leur rôle. Qu'est-ce que ce pluriel ? Il n'existe qu'en France q'un ordre ayant rapport avec la justice : celui des avocats ; ceux des médecins et des pharmaciens n'ayant manifestement rien à voir là-dedans. Alors ! Présume-t-on déjà qu'au terme de la recommandation, qui recommande aux journalistes une ***« réflexion*** » sur leur déontologie, il sera possible de leur imposer un ordre ?

« Observation sur le texte de Claude Chambonnaud » – Séance du 17 mars 1999

(…) Le rapporteur met en exergue des textes produits par le SNJ, qui n'est qu'une des organisations syndicales de la profession, alors même qu'au-delà du contexte majoritaire, c'est la CFDT qui depuis près de trente ans pose la question des pratiques professionnelles. C'est d'ailleurs elle qui, depuis 1983, demande la mise en place d'un observatoire des médias. C'est elle encore qui réclame aujourd'hui un comité d'éthique national. Ce sont bien souvent ses militants qui sont à l'origine des médiateurs, qui sont parfois des adhérents ou proches d'elle (La Vie, RFI…) Enfin concernant la capacité des citoyens d'exercer leurs droits face à la presse ou à la société de limiter les dérives, la sanction vis-à-vis des journalistes n'est pas pertinente et ne peut être retenue. D'une part, les citoyens disposent de moyens que vont renforcer des lois en préparation (droit de réponse, diffamation, protection de l'enfance…) D'autre part, les pratiques journalistiques sont la plupart du temps la résultante des logiques d'entreprise. Il faut rappeler que ce sont les directions d'entreprise et leurs hiérarchies qui effectuent le plus souvent le choix que mettent en œuvre ensuite les journalistes. C'est dans cette optique que la CFDT entend susciter la création d'un observatoire des médias et des pratiques professionnelles et un comité d'éthique national. Institutions qui mettraient en lumière les tendances lourdes qui génèrent les dérives que l'on constate journellement (course à l'audience,

 Copyright PRODHOMME Magali et Université Lumière - Lyon 2 - 2003.Ce document est

mélange communication, publicité, information…). La CFDT en appelle aussi à la reconnaissance de l'entité juridique des équipes rédactionnelles qui permettent collectivement aux praticiens quotidiens de l'info, que sont les journalistes, de réfléchir, se prononcer, voire s'opposer aux logiques développées par les éditeurs. Cette disposition, obtenue par la loi sous le premier gouvernement Mauroy a été ensuite annulée par François Léotard. La CFDT demande encore l'intégration de la déclaration de Munich (1971) au sein de la convention collective de travail des journalistes. Des dispositions de contrôle, voire des outils de régulation quant à la détention des médias écrits et audiovisuels sont aussi indispensables et à imaginer autrement qu'en termes de seuils de propriété à ne pas dépasser. D'autant plus que les grands groupes de presse français sont, en général, tous liés à des marchés publics.

Le syndicat général des journalistes F.O

« La Morasse »

« Les pressions et atteintes aux libertés » N°834 – septembre 1990

Les pouvoirs politiques, judiciaires étatiques ont multiplié ces derniers mois les tentatives d'atteintes à la presse s'attaquant une nouvelle fois aux journalistes pris comme boucs émissaires. A l'occasion de la présentation, par le PCF, d'un projet de loi sur la répression des actes xénophobes et racistes, lors de la session de printemps de l'Assemblée Nationale, diverses propositions ont été votées en première lecture qui ont suscité la réprobation de tous les professionnels et démocrates avertis. Il apparaît que des reculs ont été négociés mais il reste qu'une nouvelle fois le danger existe et que le coup est passé près. Une disposition demeure que nous réprouvons formellement : le directeur de la publication ne serait pas systématiquement coresponsable des délits de presse commis dans son journal. Or, le journaliste, sur qui pèserait seul, au plan civil et pénal, la responsabilité, reste bien évidemment subordonné, de par son contrat de travail, au propriétaire du journal, au responsable de la publication écrite ou audiovisuelle. Il serait, si on continuait dans la voie actuelle, doublement victime des ordres de son patron, de sa hiérarchie auxquels il ne peut se dérober, puis éventuellement puni de les avoir suivis. Le principe de cette coresponsabilité a été posé par la loi de 1881 sur la presse, première et seule loi démocratique en ce domaine. Notons d'ailleurs à ce sujet que depuis le début du siècle, les dispositions, complétant ou annulant cette loi, ont, toutes, été répressives : Suppression du jury en matière de presse, mesures restrictives prises sous couverts de ***« protection de la jeunesse*** », etc. Venant à la suite de cette affaire, les événements du Golfe (par ailleurs et quel que soit le jugement que l'on peut porter sur le fond diplomatico-politique, prétextes à une nouvelle offensive contre les salariés) ont été l'occasion de déclaration et prises de position contre les journalistes et qui mettent en cause la liberté d'information. Tout en approuvant parfois le contenu, les organes de presse ont été cependant unanimes à condamner les déclarations du Premier ministre, du 20 août, qui appelait les journalistes à ***« s'interroger sur leur rôle et de ne pas servir l'intérêt d'une puissance étrangère*** ». Ce que tout le monde a été amené à condamner,

protégé en vertu de la loi du droit d'auteur.

c'est le principe même de l'intervention de pouvoir politique. Pour notre part, nous ne pouvons en outre que déplorer le procès d'intention ainsi fait ***: « servir les intérêts d'une puissance étrangère*** ». Alors même qu'aux USA, par exemple, la liberté d'information (et de commentaire) de la presse écrite et audiovisuelle n'a jamais été ainsi contestée, y compris ces derniers jours. Quant à l'intervention, le 31 août, du CSA, elle est à la fois illégitime et scandaleuse. Le CSA s'adresse ***« aux rédactions*** ». De quel droit ? Alors que la tutelle de l'information ne lui est, légalement, aucunement reconnue. D'ailleurs aucune ***« tutelle*** » n'est acceptable sur l'information. Le CSA dit que ***« la liberté de l'information s'exerce dans le respect des principes*** » fixées par la loi ajoute ***« au nombre desquels figurent le respect du pluralisme, la sauvegarde de l'ordre public et les besoins de la défense nationale*** », ce que nous contestons formellement. La liberté ne s'exerce pas dans le cadre de principes abstraits, dont l'interprétation est toujours discutable, mais dans celui des dispositions concrètes des lois écrites (Etat de droit). La liberté d'information n'est subordonnable à rien, et surtout aux besoins de ***« l'ordre public*** » ou de la ***« défense nationale*** ». Une telle subordination n'existe que dans les régions de dictature déclarée ou lors d'état dit ***« d'exception*** », quand les libertés fondamentales sont suspendues. Elle est, en tout été de cause, contradictoire avec les principes les plus élémentaires de la démocratie. Il nous faudra réagir à ces dérives et ces empiètements des pouvoirs sur la liberté, d'autant qu'ils prennent les journalistes, en général, et parfois même *intuitu personae*, pour cible directe.

« Une profession unique » - N°836- avril- mai- juin 1991

Les prochaines élections des représentants journalistes à la commission de la carte d'identité des journalistes professionnels viennent opportunément rappeler à tous, l'unité de la profession. C'est la même carte qui est attribuée au collaborateur d'une modeste publication locale et à la vedette de l'audiovisuel. D'abord cette unité a été voulue par la loi et par les syndicats. Le code du travail ne distingue pas entre les formes de presse, les syndicats non plus. Ils se sont toujours opposés –et notre syndicat était au premier rang- à ce que les confrères de l'audiovisuel ne soient pas considérés comme des fonctionnaires livrés, pour leurs conditions de travail, à des gouvernements successifs. Nous avons ainsi opposé le 1er juillet 1983 la signature par l'association des employeurs de l'audiovisuel du secteur public un avenant complétant pour cette branche de la convention collective nationale, base commune à tous. Cette disposition est conforme à l'article 93 de la loi du 29 juillet 1982 qui précise que les journalistes de l'audiovisuel sont bien partis intégrante de la profession définie par la loi du 29 mars 1935. Cette loi est devenue l'article L761 et suivants du code du travail. Dans le même esprit d'unité de la profession, la convention collective révisée en octobre 1987 a fait l'objet d'un arrêté d'extension qui rend cette convention applicable à tous les journalistes quelle que soit l'entreprise qui les emploie. Nous pouvons ainsi tous nous prévaloir de la clause de conscience, des même droits aux congés, aux dispositions fiscales et d'une même carte professionnelle, quelles que soient les techniques de diffusion ou d'impression que nous utilisons, quels que soient nos employeurs publics ou privés. Cette unité, c'est aussi notre intérêt. Se fonder sur l'originalité de nos entreprises pour se considérer comme journalistes ***« à part*** » aboutirait à ne plus avoir de journalistes à part entière, susceptibles de passer d'une forme de presse à l'autre en fonction de leurs compétences. Nous avons,

protégé en vertu de la loi du droit d'auteur.

tous, une base commune de culture générale et de comportement devant l'information quelle que soit la technique employée pour diffuser cette information ou la taille de l'entreprise qui nous emploie. Cultiver, au point de les exacerber nos ***« spécificités*** » aboutirait, sur le plan syndical, à la prolifération de ***« syndicats maison*** » avec toutes les concessions que cela suppose. Et des concessions, les puissances d'argent et les pouvoirs politiques en attendent au nom du ***« modernisme*** » pour pouvoir traiter de ***« ringards*** » ceux qui refusent ce modernisme. C'est par exemple dans l'audiovisuel un généreux service minimum pour que la grève passe inaperçue, c'est aussi dans l'écrit, comme dans l'audiovisuel, l'abandon des classifications professionnelles pour permettre des salaires maison flexible et ***« au mérite*** ». Ce sont encore des technologies de pointe de plus en plus complexes et astreignantes pour que les compressions d'effectif ne réduisent pas la production. Face à la montée de telles innovations techniques et sociales, la profession a besoin plus que jamais d'un syndicalisme fort pour endiguer les conditions de travail de plus en plus contraignantes pour les journalistes et, de plus en plus rentables pour les entreprises. Ces exigences nouvelles déferlent au moment où de soi-disant experts ou ***« observateurs avertis*** » se complaisent à prédire la fin du syndicalisme emporté à leur avis par la poussée généralisée d'un individualisme débridé, par la perte du sens civique et de la solidarité. Cette offensive psychologique de la part de personnes extérieures au mouvement syndical, vise à désarmer un syndicalisme, bouclier de l'indépendance d'une profession que les puissances d'argent et les pouvoirs publics rêvent de mettre au pas. Nous manquons peut être de souplesse, mais est-il nécessaire de rappeler que nous ne sommes pas faits pour être manipulés ? Notre indépendance est même la garantie d'une véritable démocratie. Les élections à la commission de la carte fournissent à chacun des confrères la possibilité, en votant pour la liste présentée par le SGJ-FO, de marquer son refus de cette mise sous tutelle.

Démocratie

La guerre du Golfe est officiellement terminée mais la paix n'est pas instaurée pour autant dans cette région du monde et notamment en Irak où la population kurde subit la pire des répressions. Les droits de l'Homme sont bafoués et le droit international au nom duquel les démocraties occidentales sont intervenues pour libérer le Koweit est mis entre parenthèses. Les journalistes accusés de tous les maux, pendant les événements du Golfe, font ce qu'ils peuvent pour réveiller les consciences et informer l'opinion publique sur le calvaire des populations civiles. Mais pourront-ils faire plus ? Je crains que les accusateurs d'hier ne se placent encore une fois en donneurs de leçons dont les journalistes feront les frais…J'entends dire que la Guerre du Golfe a coûté cher aux chaînes de télévision et voilà que l'une d'entre elles cherche à pénaliser les journalistes. Pour nous, syndicat général des journalistes FO, ceci est inacceptable. Comme il est inacceptable d'entendre certains, qui n'ont rien à voir avec notre profession, parler de règles déontologiques. Il est vrai que nous sommes en démocratie et chacun peut s'exprimer à son gré. Mais la défense de la profession nous incombe à l'audiovisuel comme dans la presse écrite. A propos de l'audiovisuel, une poignée de camarades s'est forgée dans l'idée que leurs intérêts étaient spécifiques. Je ne sais s'il s'agit d'une dérive de la guerre du Golfe ? Ce dont je suis sûre en revanche, c'est que le morcellement de la représentation des journalistes F.O, discrédite notre syndicat et porte atteinte à notre action. Les représentants patronaux se frottent les mains devant l'aubaine d'un tel

Copyright PRODHOMME Magali et Université Lumière - Lyon 2 - 2003.Ce document est

éparpillement. Et la tentation serait forte de revenir sur les acquis de la convention collective applicable à tous. Je sais d'ores et déjà que la Confédération tout entière ne peut accepter un tel précédent de morcellement et de division. Je sais également qu'au-delà des rodomontades, les journalistes de l'audiovisuel restent fidèles à l'unité de la profession, au SGJ-FO. Je sais enfin que tout cela n'est possible que parce que dans notre syndicat, depuis 1947, nous respectons les droits de chacun, ce qui ne va pas sans l'accomplissement par tous des devoirs qui incombent doublement à un journaliste parce que c'est un professionnel syndiqué. Cela porte un mot tout simple : la démocratie.

« Les anciens et les nouveaux » - N°840- Juillet- Août- Septembre 1992

Pour le début de cet automne, M.Jean Schwoebel, fondateur de la société des rédacteurs du journal ***« Le Monde*** », a prévu la tenue d'une assemblée générale des sociétés des journalistes afin de relancer une formule tombée en léthargie ces dernières années. Son ambition est de ***« démocratiser les médias*** » par la définition de ce que devrait être ***« l'information pour demain*** » et ***« la participation des journalistes aux prises de décision touchant la mission actuelle de la presse. Il entend apporter***« une vision éthique et mondialiste des problèmes et une vision écologique ou plus exactement cosmique de l'information qui, dit-il, ***« manque désespérément*** ». Il envisage même la reprise de *La Cinq* par les journaux dont les équipes rédactionnelles ne seront pas légalement reconnues dans les entreprises d'information, la presse sera soumise au règne du veau d'or ». Autrement dit, l'arsenal légal et réglementaire de la profession est, d'après lui, notoirement insuffisant. Le fait qu'il soit inopérants ne veut pas dire qu'il est inexistant. Nous avons des lois anti-monopole qui ne sont pas appliquées. Nous avons des lois sur la liberté syndicale qui ne le sont pas non plus. Notre syndicat avait déjà demandé que le bénéfice des aides de l'état soit retiré aux entreprises qui ne respectent ni le code du travail ni la loi, notamment en reconnaissant pas les droits des pigistes à la sécurité sociale, en négociant exclusivement avec l'organisation de leur choix, que ce soit le Livre CGT, des sociétés de rédacteurs, voire le seul SNJ ou encore en ignorant le rôle du comité d'entreprise, etc. M.Schwoebel n'a qu'une réponse à toutes ces questions, dans la mesure où il se les pose : La création des sociétés de rédacteurs. Sa pensée paraît procéder de cette appréciation sommaire selon laquelle les syndicats feraient uniquement du quantitatif, bornant leur action aux revendications de salaires, et qu'il revient à d'autres de faire du qualitatif, comme si cette opposition artificielle n'était pas totalement dépassée par le fait que lorsque les syndicats interviennent à propos des retraites, de la formation, des nouvelles technologies, de l'organisation du travail et de la marche de l'entreprise, ils ne faisaient pas autant de l'un que de l'autre. Est-il nécessaire de mettre sur pied des structures nouvelles de conception corporatiste inspirées de l'association Capital / travail pour apporter aux journalistes les garanties nécessaires au sain exercice de leur profession ? Les belles formules élaborés à la Libération, et qui allaient beaucoup plus loin que les sociétés de journalistes, n'ont pas résisté aux pressions économiques du capital. Même si des formules dites ***« modernes*** » pour instaurer un succédané de syndicalisme peuvent séduire certains confrères, le réalisme consiste à rappeler –ce que nous n'avons cessé de faire depuis l'apparition de cette formule – que ce n'est pas l'entrée de quelques confrères dans les conseils

 Copyright PRODHOMME Magali et Université Lumière - Lyon 2 - 2003.Ce document est

d'administration, voire dans le capital même moral, des entreprises qui suffira à faire appliquer des mesures qui déplaisent à nos employeurs. Le plus urgent et le plus efficace consiste à revigorer les syndicats de journalistes. La liberté syndicale est aussi vitale que la liberté de la presse pour asseoir la vie démocratique d'un pays jusque dans ses médias. Les deux sont inséparables. La réponse aux élucubrations de M. Schwoebel est entre les mains des journalistes syndicalistes.

« La déontologie en question » - N°844 – juin- juillet- août 1993

Un congrès triennal constitue toujours une étape importante dans la vie d'un syndicat, et le nôtre n'a pas échappé à cette règle démocratique dans le respect de ses statuts. Et si quelques nuages sont venus assombrir la dernière journée, elles ont été dissipées après quelques heures de discussions salvatrices, qui ont permis d'ailleurs de remettre les pendules à l'heure et le train sur de bons rails. Ainsi notre syndicat, fidèle à la tradition de la CGT Force ouvrière, est plus que jamais attaché à la défense des intérêts matériels et moraux de ses mandants. Ce qui signifie pour nous, Syndicat Général des journalistes F.O, la défense de la liberté d'expression et des conditions dans lesquelles nous exerçons notre profession. Or l'une et l'autre sont mises à rudes épreuves, et il nous incombe à nous, journalistes, de ne pas baisser les bras et de défendre sans cesse ce à quoi nous sommes tous attachés, à savoir la liberté d'expression, dans le respect de notre déontologie. La presse, dans une démocratie, a le droit et le devoir d'informer et si la liberté d'informer et d'être informé a été mise en cause ces derniers mois, il nous faut reconnaître que les principes déontologiques de notre profession ont été quelquefois bafoués par des opérations médiatiques conduites par ce qu'il est convenu d'appeler des journalistes vedettes. Il nous faut reconnaître que l'accumulation de ces manquements aux principes déontologiques ne plaident pas en faveur des journalistes…Mais doit-on accepter pour autant de placer notre profession sous tutelle à cause de quelques brebis galeuses ? Il faut dire que les patrons s'en accommodent fort bien quand ils ne poussent pas eux-mêmes à ces comportements. Quoiqu'il en soit nous nous opposons, comme nous l'avons toujours affirmé, à la constitution de toute forme d'ordre des journalistes ou de conseil supérieur ou conseil de rédaction pour veiller sur la déontologie. Notre profession, faut-il le rappeler, s'est dotée dès 1918 d'un code de bonne conduite et dispose d'une convention collective incluant les règles professionnelles. Ces règles doivent être respectées par tous, journalistes et employeurs.

Extrait de la résolution générale du congrès du Syndicat général des journalistes FO (10.11.12 juin 1993) - « Ordre des journalistes » :

Le congrès rejette toute constitution au niveau national, régional ou des entreprises de ce qui pourrait être un ***« conseil de l'ordre des journalistes*** » ou un ***« haut comité de l'information*** » ou un conseil de presse. Ce type d'institution aboutirait obligatoirement à la mise en cause de la liberté d'expression. Face aux dérives constatées, la convention collective et la charte des journalistes de 1918 sont les meilleurs garants de l'honnêteté et de l'indépendance des journalistes.

« Appel aux journalistes » - N°851 – mai- juin- juillet 1996

protégé en vertu de la loi du droit d'auteur.

Au lendemain de son 18è Congrès, le Syndicat général des journalistes FO s'adresse à l'ensemble des confrères pour que, ensemble, nous renforcions le combat commun pour la défense de la profession.

Défendre la profession, c'est d'abord défendre notre convention collective face aux tentatives patronales visant à la remettre sans cesse en cause, dans tous les secteurs, et avec elle les droits et garanties collectives qui assurent à chaque salarié la reconnaissance de sa qualification, à laquelle correspond un salaire. Nous refusons notamment tout ***« statut unique de l'écrit*** » préconisé par les dirigeants de la FILPAC-CGT. Un tel ***« melting pot*** », englobant toutes les catégories professionnelles, n'aurait pour seul résultat que la déqualification pour toutes les catégories, de nouveaux licenciements, la flexibilité généralisée. Défendre la profession, c'est défendre le droit à un vrai emploi, à un vrai salaire. A la diminution régulière du pouvoir d'achat, à la CSG, au RDS, y compris pour les retraités et les chômeurs, s'ajoute la pression sur les salaires par le recours massif à des précaires (pigistes, CDD) voire au travail gratuit en utilisant stagiaires employés dans le cadre de l'alternance école entreprise. Sans compter les tentatives pour supprimer les primes, le 13è mois, mettre en place le salaire au mérite ou supprimer l'abattement de 30%. Le SGJ FO exige le retour à de véritables négociations en vue d'aboutir à une revalorisation des salaires, permettant le rattrapage du pouvoir d'achat. Face au recours abusif à des journalistes à emploi précaire, il appelle à engager l'action pour la titularisation immédiate des CDD et pigistes, en fonction de l'ancienneté de leur collaboration, et pour faire applique la loi Cressard, garantissant aux pigistes des contrats réputés contrats de travail. Il exige l'application d'un barème minimum de piges dans tous les médias. Défendre la profession, c'est exiger dans l'audiovisuel le maintien d'un secteur public fort, actif et compétent, avec des journalistes professionnels efficaces et responsables, face aux dérives souhaitées par certains dirigeants. C'est obtenir, par exemple à RFO, les moyens budgétaires permettant d'assurer les missions de service public dévolues à ces sociétés. C'est faire respecter dans l'audiovisuel privé les lois morales essentielles qui sous tendent notre métier, et qui sont autant de garanties face aux puissances de l'argent. Défendre la profession, c'est défendre le droit à la formation, dont les fonds doivent aller uniquement aux centres et aux actions de formation restant dans le champ des qualifications reconnues par la convention collective, et non à ces officines qui, dans leur catalogue, suggèrent aux employeurs l'organisation de formation polyvalente comme rédacteur-secrétaire de rédaction-correcteur-monteur, infographe-photograveur ». C'est défendre le CPJ et le CFJ, menacés dans leur existence, notamment par la décision des administrateurs SNJ, CGT et CFDT d'imposer au personnel du CFPJ une baisse de 10 % de son salaire. Défendre la profession, c'est renforcer le syndicalisme libre et indépendant, c'est-à-dire le syndicat qui, en toutes circonstances, se détermine exclusivement en fonction des revendications et des intérêts particuliers de ses mandants et non d'un prétendu ***« intérêt général*** », qui n'est en fait que la traduction des volontés patronales ou gouvernementales. C'est opter pour le syndicalisme confédéré, qui, parce qu'il défend l'ensemble des salariés est le plus à même d'agir efficacement pour chacune des catégories.

« Liberté de la presse : non aux journalistes boucs émissaires » - N°857- octobre- novembre- décembre 1997

protégé en vertu de la loi du droit d'auteur.

Le 30 août durant la nuit, la princesse de Galles, son compagnon, un chauffeur et un garde du corps ont été victimes d'un accident de la circulation dans Paris. Des journalistes photographes, un motard de presse qui s'étaient rendus sur place quelques minutes après l'accident ont effectué leur travail en prenant des photos. Immédiatement, à la demande du parquet (qui est sous la responsabilité du ministère de la Justice, c'est-à-dire du gouvernement), sept photographes et un motard de presse ont été placés en garde à vue, puis mis en examen. Leurs cartes de presse, leurs papiers, leurs matériels ont été saisis. Le juge d'instruction est allé jusqu'à leur imposer une interdiction professionnelle, ce qui ne s'est jamais produit depuis Pétain. Quant au chef de mise en examen, il est particulièrement scandaleux : ***« homicide involontaire*** », comme si les photographes étaient présumés assassins. Deux autres photographes ont été, par la suite, mis en examen. Notre syndicat a protesté contre le traitement infligé à ces professionnels pris comme boucs émissaires dans une affaire qui n'est pas finie, et dont les ***« informations*** » n'ont été distillées que par les forces de police, dans un contexte diplomatique, politique et judiciaire étrange. Des journalistes photographes, malgré le harcèlement médiatique que la profession a subi, se sont immédiatement mobilisés et ont initié une pétition, qui a recueilli plus de 2000 signatures à ce jour. Ils ont constitué un comité regroupant des confrères de l'*AFP*, de *Gamma*, *Sygma*, *Sipa*, France-Soir et indépendants, et ont appelé tous les syndicats de journalistes à les soutenir dans leur démarche. Seuls les syndicats FO et CGT des journalistes les ont appuyés. Ils se sont rendus en délégation au ministère de la Communication et ont été reçus par le ministre. Pour marquer leur détermination, ils ont organisé une manifestation à la sortie du Conseil des ministres. Près de 150 photographes de presse se sont aligné devant le gouvernement leur carte de presse et appareils photo posés sur le sol, les bras croisés. La photo (une seule photo publiée ci-dessous a fait le tour du monde ! Dans cette affaire, comme l'expliquent les photographes, il s'agit de liberté de la presse. Les professionnels ne sont rémunérés pour leur travail que parce que les patrons y trouvent leur profit. Ce sont les patrons qui sont responsables ! Et le gouvernement devrait faire bien attention, la vengeance des ministres et les premiers ministres) envers la presse est toujours un signe de faiblesse. En tout état de cause, le SGJ FO fera tout pour que la liberté de la presse, condition de la démocratie, soit respectée.

« Manifeste : à ceux qui disent aimer la liberté de la presse »

Alors ils veulent qu'on leur parle de la liberté de la presse ! Pourquoi ? Messieurs les ministres, les sénateurs, les députés, les préfets et les militaires, les directeurs de la publication, les magistrats, les juges et les policiers. Pourquoi ? Vous ne la connaissez pas la liberté de la presse ? Truche, Lang, Kiejman, Gaudin, Léotard ou Carrignon, Papon et le Pape, vous êtes tous pour, absolument pour sans aucune réserve, pour la liberté de la presse comme Hersant, Lagardère, Bouygues, Fillioud, Peyrefitte, Soustelle, Bourges, Joël le Theul et Pasqua, tous pour sans aucun doute. Mais la liberté des journalistes vous la connaissez ? Oui, bien sûr, mais sous un autre nom. Vous parlez d'éthique et de conduite professionnelle, de déontologie, d'honneur et d'ordre moral. Vous en parlez pour la restreindre, la délimiter, la cacher, l'organiser, dites-vous. Non c'est pour la diminuer, jamais pour l'étendre ou en faciliter l'application. Alors quand vous nous appelez à discuter de la liberté de la presse, c'est pour essayer de nous faire peur. Comprenez que

Copyright PRODHOMME Magali et Université Lumière - Lyon 2 - 2003.Ce document est

nous sortions nos stylos, nos caméras, nos magnétophones, nos appareils photo. Car pour vous, il n'y aurait presque plus de journaliste, et pour vous c'est tant mieux parce que c'est moins cher et plus obéissant. Il n'y aurait plus que des paparazzi. Serions-nous donc tous des paparazzi ? et de quelle nature, s'il vous plaît ? Puisqu'un ancien ministre qui veut sans doute s'illustrer comme Réaumur avec le thermomètre, Richter et les séismes, Beaufort et la tempête, vient même d'inventer une graduation chez les paparazzi : celle du ***« paparazzi du second ordre*** ». ce n'est pas le ***« second*** » qui nous préoccupe c'est ***« l'ordre*** ». Ce qui sous-tend en permanence le souci que les grands feignent pour la liberté de la presse, c'est d'établir un ***« ordre*** » de cette ***« liberté*** », un ordre des journalistes pour rétablir l'ordre et affirmer le maintien de l'ordre. Pour eux, toute organisation de la liberté de la presse est d'abord une diminution de la liberté des journalistes. A commencer par la diminution de leur revenu (les 30 % d'abattement fiscal). Sous le prétexte de faire disparaître une niche fiscale, les parlementaires, qui, dans le même temps, se préoccupaient de se garantir pour eux-mêmes ***« un chenil fiscal*** », ne voulaient-ils pas, en fait mettre en fourrière cette meute de journalistes qu'ils se devaient bien de rendre à eux-mêmes, c'est-à-dire de ***« jeter aux chiens*** ». A continuer par le devoir de décence, de respect de la vie privée. Qui pourrait être hostile à cette notion de bon sens ? Personne bien sûr ! Seulement, où commence la vie privée ? Che Guevara en leçon d'anatomie ambiguë et gisant de la Higuera au double visage ? François Mitterrand sur son lit de mort, calme et, alors, sans mystère ? La photo du premier était voulue par ses bourreaux, celle du président interdite par sa famille ! Oublions, si l'on peut, un moment la Princesse de Galles, Lady Diana Spencer, et pensons au Prince de Galles, pas Charles l'actuel, mais son grand oncle, le roi Edouard, futur Duc de Windsor, sa liaison avec Mme Simpson, deux fois divorcée était bien du domaine privé, alors la presse anglaise n'en parla plus pendant des années. Très bien. Et puis l'abdication d'un monarque britannique, le même prince, duc, roi germanophile, à la veille de Munich ne pouvant plus être considéré comme un secret d'alcôve, il fallut bien en parler. Toute la presse anglaise devint elle, à son honneur, ***« paparazzi*** » ? Où finit la vie privée ? A suivre par le secret de l'instruction. On nous chipote en France notre droit au secret professionnel (droit que nous reconnaît la cour européenne de justice) mais surtout on nous fait devoir de chercher, de dire, de transmettre les faits, rapidement, clairement, complètement. S'il y a dérapage, messieurs les éditeurs de journaux, ne poussez pas les voitures dans le mur de la presse ***« poubelle-people*** » pour le profit du béton, de l'adduction d'eau ou de l'augmentation des marchés d'état et des commandes d'armement. Sauf à devenir vous-mêmes chef paparazzo. N'y aurait-il pas plus d'indécence professionnelle à taire les conclusions des cours des comptes qu'à dire les amours d'un rock star ? Si l'on veut remettre en cause les libertés chèrement acquises, comme le fit hier le tribunal de Nice condamnant à une peine de prison avec sursis un journaliste qui avait osé dire qu'un maire de Nice avait un passé de droite. Si l'on ne peut pas dire que Papon est Papon et Jean Moulin un résistant, on risque de passer pour un paparazzo de l'histoire. Il faut alors que le CSA (et supérieur et de l'audiovisuel) ne se contente plus de recenser les emplois du subjonctif à la télé mais s'occupe peut être de l'obligation faite à des journalistes de faire à visage découvert la promotion de la ***« pub*** » sur leur antenne, ce qui n'est plus vocation alimentaire, mais la participation par la contrainte au dévoiement d'une profession. Qu'on le dise en rap ou sur Internet, les

 Copyright PRODHOMME Magali et Université Lumière - Lyon 2 - 2003.Ce document est

journalistes ont leurs lois, leurs règles, leur convention, ils en ont bien assez. Ils ont aussi leurs libertés, bien menacées.

« Rapport sur la formation des journalistes : des propositions inacceptables » - N°858 – mai- juin- juillet 1998

A la demande de Catherine Trautman, ministre de la communication, un rapport sur la formation des journalistes a été rédigé par M. Claude Sales, ancien président de *Télérama*. Notre syndicat, qui avait participé à une première table ronde organisée sur la question au ministère de la communication et dont les représentants avaient été entendus par M. Claude Sales dans le cadre de sa mission, a immédiatement réagi à la publication de ce document, qui ne saurait constituer pour les journalistes FO une base sérieuse de discussion. Au-delà de l'aspect superficiel de l'étude menée par M. Claude Sales, plusieurs propositions du rapport et sa logique même paraissent en effet de nature à remettre en cause de façon inacceptable la convention collective et le statut des journalistes, en encourageant une précarisation encore plus grande dans la profession. Ainsi la suggestion visant à ***« inventer*** » deux cartes professionnelles –une pour les journalistes et une ***« carte de presse*** » pour tous ceux qui travaillent pour et proches des rédactions est irrecevable. Ce serait la mise en place d'un journalisme à deux vitesses niant les qualifications et les métiers, donc la remise en cause du code du travail, de la convention collective et du statut de journaliste, mais aussi la fin de l'unité de la profession. Ce serait en outre un formidable encouragement aux pratiques patronales qui visent à précariser chaque jour davantage la profession en multipliant les personnels hors statut. Le faux débat sur les ***« vrais*** » et les ***« faux*** » journaliste, alimenté par les patrons et que M. Sales reprend à son compte, n'est que le prétexte à cette offensive. Ce rapport apparaît d'ailleurs comme uniquement tourné vers la satisfaction des besoins patronaux en matière de formation. Leur objectif est de pouvoir disposer de plus en plus de journalistes directement utilisables pour leurs besoins spécifiques. Ils n'ont que faire des formations généralistes, voire même de formations tout court, préférant former ***« sur le tas*** » et à bas prix de préférence leurs propres journalistes. Tout en estimant que la profession doit rester ouverte, le SGJ FO rejette cette vision ***« utilitariste*** » de la formation des journalistes. Il reste pour sa part attaché à une formation généraliste de qualité, comprenant un tronc commun et des spécialisations adaptées aux évolutions techniques de la profession. Le SGJ FO se prononce en outre contre toute remise en cause de la reconnaissance des formations dans le cadre de la convention collective (art.10) que semble suggérer le rapport de M. Sales. Les journalistes FO considèrent que l'agrément et le contrôle paritaire des formations, tout comme la gestion paritaire des écoles, sont le gage d'une formation de qualité dans le respect des principes professionnels. Attachés au paritarisme, les journalistes FO se prononcent contre la création d'un ***« observatoire des médias*** » qui viendrait en concurrence avec la commission paritaire de l'emploi des journalistes prévue par l'article 18 de la convention collective. Il dénonce à cet égard l'attitude d'une partie du patronat qui a choisi de déserter cet organisme, montrant par là son refus de plus en plus évident du paritarisme. Enfin le SGJ-FO s'oppose au regroupement des écoles existantes en deux ou trois pôles, également préconisé par le rapport qui ne pourrait que favoriser le désengagement du patronat du financement des formations. L'exemple du CFPJ montre qu'une telle réforme

protégé en vertu de la loi du droit d'auteur.

pourrait avoir des conséquences désastreuses.

« Résolution générale du 19è congrès du SGJ-FO : déontologie » - N°861 – mai- juin- juillet 1999

Encore une fois, et comme à chaque présentation ou modification d'une loi sur la presse ou l'audiovisuel, c'est-à-dire tous les ans depuis trente ans, resurgit le projet désuet du code de déontologie des journalistes. Le SGJ FO en congrès ne peut que répéter ses prises de position constantes. La Charte professionnelle de 1918 révisée en 1938 et la Charte internationale de Munich adoptée en 1971 constituent, elles seules, un parfait code moral, et si tout le monde en était d'accord, ces textes pourraient devenir un code légal amplement suffisant et répondant à toutes les questions que peut se poser la profession. Pour le reste, que l'on ne mélange pas la déontologie générale des journalistes et la déontologie particulière des directeurs de journaux. Que l'on sache que les journalistes acceptent et –mieux- revendiquent leur responsabilité et seulement la leur ; Que l'on ne compte pas sur eux pour s'adonner à quelque auto-flagellation que ce soit car il n'y en a aucune nécessité. Les récents débats issus de faits divers célèbres ou de remise en cause du secret de l'instruction ont surtout ridiculisé les détracteurs de la profession. La création de médiateurs dans les journaux ou la publication de courrier du ***« lecteur*** », souvent trop opportuns pour être honnêtes, devraient faire on ne sait quel contre poids au pouvoir jugé excessif des journalistes d'information. ***« Médiateur*** » et ***« courrier*** » ne sont que des masques inventés par des directeurs en peine de vaine démocratie, de fausse objectivité et le moyen d'étendre leurs vrais pouvoirs. Contrairement à ce qu'affirme un récent rapport, il n'y a dans notre métier ni ***« base*** » ni ***« encadrement*** », mais des journalistes et des directions. Nous refusons la soumission des journalistes à un observatoire des médias dont la composition et l'autorité sont tellement floues qu'on craint d'y voir l'ébauche d'un ordre de la presse dont personne de sérieux ne peut envisager l'existence en France. C'est pourquoi ce congrès revendique pour des journalistes dignes de ce nom une meilleure formation et plus de liberté et de responsabilité dans le cadre des lois existantes.

« Défendre en toute circonstance l'indépendance et la liberté du journaliste » - N°864 – février- mars 2000

Fidèles aux principes de la CGT Force Ouvrière, nous rejetons toute pression politique, économique ou religieuse sur les journalistes. Les Journalistes Force Ouvrière s'opposent ainsi aux vrais projets visant à imposer des restrictions juridiques à l'exercice de la profession. Comme ils l'ont fait à plusieurs reprises aux cours des dernières années, notamment auprès des pouvoirs publics, ils rappellent que les lois françaises sur la presse sont parmi les plus contraignantes. Ils s'opposent donc à ce qu'on restreigne encore l'exercice libre de la profession comme se propose de le faire la loi Guigou. Les journalistes professionnels français disposent, avec notamment les principes de la charte de 1938 et la charte internationale de Munich de 1971, de principes professionnels constituant un parfait code moral, respecté d'ailleurs par l'immense majorité de la profession. Pour les journalistes FO les ***« dérives*** » qui ont pu être dénoncées au cours des dernières années sont avant tout à mettre au compte de la volonté des employeurs,

protégé en vertu de la loi du droit d'auteur.

au nom de leurs seuls intérêts financiers, à privilégier l'information spectacle, notamment dans l'audiovisuel. Nous refusons que le journaliste s'efface derrière l'animateur ou le publicitaire, comme nous refusons la confusion entre communication et information. De la même manière, nous combattons contre les conséquences des politiques de fusion-restructuration à l'œuvre dans les entreprises de presse, notamment dans la presse de province, qui se traduisent toujours par un recul du pluralisme, de la liberté d'expression et de l'emploi. Cela passe par la défense, pied à pied, de la clause de cession et de la clause de conscience. Le combat victorieux mené par les journalistes de l'AFP, au premier rang desquels les adhérents de FO, contre le plan de privatisation de la seule agence mondiale francophone, est un succès considérable non seulement pour les journalistes français du monde entier, mais aussi pour l'indépendance de la presse et de la démocratie. Ce succès ne peut que nous conforter dans notre action pour mettre en échec les tenants de l'information livrée aux seuls critères du marché mondialisé, notamment dans la défense du service public de l'audiovisuel.

« Attention au respect des principes professionnels avec le Web » - N°867- septembre- octobre 2000

Le développement des sites Web nous fait craindre des dérives quant à la confusion entre information et publicité et, de ce fait, des risques pour les principes professionnels des journalistes embarqués dans ces opérations. Un incident survenu fin août dans un groupe de presse appartenant à Vivendi Havas nous a montré que nos craintes sont justifiées : un responsable du service en ligne de ce groupe a demandé aux journalistes qui y travaillent d'être présents sur le stand d'une manifestation publique afin de présenter le site et ainsi d'en faire la promotion. A un des journalistes motivant son refus par le fait qu'il ne veut pas être un homme sandwich, le responsable de service a tenté de le convaincre avec des arguments du type : ***« nous sommes une petite équipe, il faut que chacun y mette du sien »***. En clair, l'esprit ***« Start-up*** » ! Ceci n'a pas eu d'effet sur l'intéressé qui a refusé. Alerté par ce problème, le délégué syndical du SGJ FO est intervenu auprès de la direction pour lui demander d'informer ce responsable que les journalistes disposent toujours d'une convention collective avec des principes professionnels qui doivent être respectés, que ce soit sur des supports papier ou électroniques. La direction a alors accepté de faire cette démarche afin d'éviter que les journalistes soient en droit d'invoquer la clause de conscience et que nous soyons conduits à nous adresser à la commission de la carte pour faire respecter ces principes. Ce petit incident montre qu'il faut rester vigilant, car dans nombre de groupes de presse ou de start-up, les responsables sont prêts à bafouer le statut des journalistes.

Le syndicat national des journalistes CGT

«Témoins »

« éloge du journalisme » N°28 - juin 1995

Combien de grands reporters, de localiers, de secrétaires de rédaction, de reporters-photographes ou de reporters d'images se sentent mal à l'aise, aujourd'hui dans leurs rédactions ! Combien avait épousé cette profession avec cet enthousiasme débordant, qui faisait écrire à Françoise Giroud à propos de Roger Vaillant : ***« à partir du moment où moi, journaliste, je m'intéresse à quelque chose, je dois être capable en deux, trois, quatre, six jours ou quelques heures, selon l'actualité du sujet, d'assimiler toutes les informations sur ce sujet, de les situer, de les comprendre et de les resituer »*** ! Ce rappel au souvenir de Roger Vailland n'est pas fortuit ; celui qui fut un très grand journaliste, qui a fait honneur à sa profession, a connu, lui aussi, ce sentiment de malaise. A l'époque, c'est à *Paris-Midi* ou à *Paris-Soir* qu'il étouffait. Parce qu'il se faisait une très haute idée de ce sacré métier, comme il l'avait baptisé. Sa perte de confiance envers ses employeurs l'avait amené à rompre avec le journalisme pour s'adonner à l'écriture de romans. Hélas, il n'y eut qu'un Roger Vailland et, aujourd'hui, le ***« romancier-par-abandon-du-journalisme*** » trouverait les mêmes hommes à la tête des maisons d'édition ! Ceux qui, comme l'auteur de la Loi ou La Truite, se font une haute idée de ce sacré métier n'ont d'autre alternative que de se battre dans leur rédaction pour retrouver leur idéal, pour avoir le temps de comprendre toutes les informations, les situer et les resituer. De *France 2* au *Petit Bleu d'Agen*, de *TF1* à la *Voix du Nord*, de la *Cinquième* à *France-Soir*, de *Canal +* à *Paris-Match*, *d'Europe 1* à *Impact médecin*, bref, dans toutes les rédactions, il est urgent de débattre pour redéfinir les conceptions de l'exercice d'une profession en perdition, pratiquée par des hommes et des femmes qui ont du vague à l'âme et qui ont perdu beaucoup de leurs repères. Les nouveaux outils mis à la disposition des entreprises d'information ont trop souvent compliqué la tâche de ceux qui avaient espéré pouvoir informer mieux et plus vite les citoyens désarmés dans un monde en ébullition, au lieu de les aider. Les journalistes d'aujourd'hui parlent volontiers du ***« mépris*** » de leurs employeurs pour leur travail. Jamais le fossé entre eux et leurs patrons (ou leur hiérarchie) n'a paru aussi profond et le divorce paraît vraiment consommé. Pour le plus grand malheur de l'information et du lecteur, de l'auditeur ou du téléspectateur ! Le journaliste qui, dans l'exercice de son métier, ne doit faire aucune concession à la facilité et dont la principale qualité est la vigilance, a-t-il d'autre choix que celui de la lutte pour reconquérir l'information et la rendre au citoyen. ?

« Journalistes menacés, information en danger » - N°30 - avril 1996

« La condition capitale pour qu'une presse soit honnête et indépendante ne réside pas uniquement dans l'honnêteté et l'indépendance de qui la dirige, mais aussi dans la conscience du rédacteur », écrivait Georges Bourdon dans Le Journaliste de mai 1931 ; Celui-ci est donc, parmi les salariés, ***« un salarié d'espèce particulière, auquel il convient d'assurer une existence digne et libre (…). Que la carrière du journaliste soit mise à l'abri du caprice, de la fantaisie, de l'arbitraire, qu'il soit protégé contre le besoin matériel, assuré d'une existence digne, que la clause de conscience lui donne à tout instant, même si elle ne doit pas être invoquée, le sentiment de sa liberté morale (…) »***. Henri Guernut déclarait, lui, à la tribune de l'Assemblée nationale le 28 mars 1933 : ***« Le rôle du journaliste (…) est primordial dans la société contemporaine. Son action intellectuelle et morale, son influence***

 Copyright PRODHOMME Magali et Université Lumière - Lyon 2 - 2003.Ce document est

sur l'opinion et, par la même, sur le développement des événements, sur l'évolution des mœurs, présentent une importance que nul ne conteste ». Ces brillantes plaidoiries, auxquelles nous n'avons rien à retirer aujourd'hui, avaient permis d'aboutir au vote d'un statut professionnel des journalistes, la loi de 1935. Soixante ans plus tard, alors que les concentrations s'accélèrent et que la marchandisation de l'information s'étend, les journalistes ont besoin de faire un statut qui, seul, peut leur permettre de lutter contre les dérives unanimement dénoncées. Au lieu de cela, que constate-t-on ? Des attaques frontales et brutales contre le statut du journaliste, sous prétexte qu'il est ***« exorbitant du droit commun*** » ; le patronat de la presse s'en prend aussi bien aux garanties morales qu'aux garanties économiques, à savoir : la clause de conscience et la clause de cession sont considérées par lui comme désuète. La commission arbitrale (qui fixe le montant des indemnités de licenciement des journalistes ayant plus de quinze ans d'ancienneté ou qui a le pouvoir de rétablir un journaliste licencié pour faute grave dans ses droits à des indemnités) est accusée de trop nombreux dysfonctionnements ; L'abattement fiscal supplémentaire de 30 % pour frais professionnels est remis en question par le gouvernement ; La prime d'ancienneté est présentée comme ***« un frein à l'embauche »*** ! ; Les grilles conventionnelles de salaires sont bafouées et déconnectées de la réalité ; la précarité fragilise un nombre, chaque année plus élevé, de journalistes ; Les nouveaux contrats exigent (illégalement) l'abandon des droits d'auteur des journalistes ; Les codes des droits et usages ici ou les chartes rédactionnelles, là, tendent à mieux encadrer l'information, etc. Quand la pratique quotidienne de la profession est malmenée, c'est l'information qui est en danger. Et, pour reconquérir l'information, pour défendre ses droits et l'usage d'une liberté responsable, nous ne connaissons qu'une réponse, collective, le syndicat. Défendre l'abattement de 30 %, c'est aussi défendre une certaine conception de l'information qui ne coïncide pas nécessairement avec celle des patrons de presse. Alors confrères, vous voyez ce qu'il vous reste à faire.

Lutter contre le racisme et la xénophobie – 15 mars 1997

(…) Il est clair qu'il est de plus en plus indispensable de trouver l'équilibre fragile au sein du couple information/public. C'est là qu'intervient la conscience professionnelle des journalistes. L'existence et le respect des normes éthiques réglant le travail des journalistes est nécessaire à la satisfaction du droit du public à l'information. Les journalistes sont des citoyens soumis aux lois qui répriment la diffamation, le chantage, la provocation au meurtre, etc. Ces interdictions contenues dans les lois en vigueur dans le pays ne gênent nullement les journalistes honnêtes qui refusent eux-mêmes de tels agissements. L'autodiscipline de la profession, l'adoption librement décidée de règles éthiques, que nous appelons principes professionnels, et leur constante observation, sont le meilleur rempart des journalistes contre la promulgation éventuelle de nouveaux textes réglementaires ou législatifs les concernant, et dont l'application, aussi respectable que puisse être leur inspiration initiale, pourrait être dangereusement élargie, au point de devenir liberticide. Ces normes éthiques ou principes professionnels sont la condition du prestige de la profession et la seule légitimation de la place à laquelle elle prétend dans la société.

« Un cri de colère » - N°34 - mai 1997

protégé en vertu de la loi du droit d'auteur.

Avec un bulletin de vote, on peut tout dire. Et, dans la France d'aujourd'hui, les journalistes ont beaucoup de choses à dire. A crier, plutôt. Leur cri de colère dénoncera l'information souvent malmenée et conformiste, comme la souhaitent des patrons de presse qui ne parlent plus que de produits, de marketing ou d'Audimat. Leur cri sera le signe du refus de la précarisation d'une profession qui a besoin de plus de liberté et de meilleures conditions de travail pour partir à la reconquête des lecteurs, des auditeurs ou des téléspectateurs qui les fuient chaque année davantage en mettant en cause leur crédibilité. Ils sont les victimes des politiques patronales qui exigent chaque jour davantage de rédactions de plus en plus ***« saturées*** » et précarisées, soumises aux pressions de la technique et de la rapidité. Le cri de colère des journalistes sera aussi le cri de ceux qui ne peuvent plus rester muets et qui, en luttant pour leur dignité et leur liberté de conscience, veulent refuser le prêt-à-informer imposé par des patrons plus soucieux de leurs profits et des rentrées publicitaires que des lecteurs, auditeurs et téléspectateurs. Aujourd'hui, les journalistes ne peuvent plus se satisfaire des atermoiements ou des accommodements ; il est temps de prendre fait et cause. Et de se révolter. Voter pour les candidats présentés par le SNJ CGT, c'est assurément militer contre une information de plus en plus stéréotypée, pour de meilleures conditions de travail (en particulier pour la réduction du temps de travail à 32 heures sans diminution de salaire) et des salaires revalorisés, mais aussi pour le renforcement d'un statut qui garantisse vraiment leur liberté. Par leur vote, ils signifieront au patronat leur refus d'une presse ***« politiquement correcte*** » réalisée par des journalistes ***« politiquement corrects*** », soumis, sans âme et sans illusions. Parce que leur métier est le plus beau du monde, ils doivent quitter les ornières d'une vie professionnelle qui désapprend à se soucier de ceux auxquels ils s'adressent. Avec un bulletin de vote, on peut tout dire. Ceux qui refusent le nivellement des consciences et la dégradation des conditions de travail auront la possibilité de tout dire en choisissant le bulletin SNJ-CGT. En votant pour le SNJ-CGT, les cris des journalistes deviendront si assourdissant qu'il ne sera plus possible de ne pas en tenir compte. Ils diront aussi aux syndicats qui prétendent avoir tout fait, tout réglé, tout obtenu, qu'il n'est plus question de faire semblant. Ils leur signifieront qu'ils veulent s'engager vers une autre conception de l'information et des relations sociales. Ce numéro de Témoins est particulier. Il se veut un reflet des cris des journalistes d'aujourd'hui. Candidats du SNJ-CGT à la commission supérieure, à la commission de la carte d'identité professionnelle, ils vous font partager leurs interrogations, leurs doutes, leurs colères, mais aussi leur engagement dans le combat collectif et leurs luttes au quotidien. Ils sont l'image du SNJ-CGT, c'est-à-dire différents, indépendants, mais déterminés à faire bouger les choses, pour aller vers un monde où l'on prendra encore le temps de réfléchir. Les journalistes ont aujourd'hui le devoir de tout dire, de se défendre face aux agressions multiples qui surgissent de toute part, du pouvoir politique comme des milieux patronaux. Aujourd'hui ils ont encore les moyens de dire ***« Halte*** » en choisissant le syndicat le plus radical, le SNJ-CGT, dont on sait qu'il est honnête, compétent, le plus déterminé, attentif aux opinions de tous et à la recherche de l'indispensable unité. Aujourd'hui, dans un monde où on tente de brouiller les repères, il faut être radical, car la radicalité, c'est pur. Au-delà de leurs différences, c'est ce qui unit les candidats du SNJ-CGT.

protégé en vertu de la loi du droit d'auteur.

« Principes professionnels : ne nous laissons pas encoder »- N°38 - septembre 1998

Inventaire à la Prévert des tourments des journalistes à l'automne 1998

(…) E comme éthique : de toutes parts, sous couvert de respect de la présomption d'innocence, montent les menaces à la liberté d'informer. On n'a jamais autant parlé de chartes de codes pour mieux nous bâillonner.

· **« Ce que nous croyons »**

Les journalistes sont contestés, et pas seulement en France ; nos pratiques professionnelles sont régulièrement mises en cause. Le procès qui nous est fait est alimenté par quelques dérapages tonitruants (Timisoara, fausse interview de Fidel Castro, photo truquées, etc.). Certains en profitent pour faire des amalgames et remettre en cause notre travail dans le traitement des affaires. Il est incontestable que la profession doit réfléchir en permanence sur ses pratiques, surtout dans un environnement en plein bouleversement technique et économique. Mais ce n'est pas parce que certains journaux (écrits ou audiovisuels), en mal d'audience, ne respectent pas leurs devoirs qu'il faut supprimer le droit à l'information. Déontologie, éthique, principes professionnels ? Chaque mot a un sens. Au sein du SNJ-CGT, le débat est au moins aussi vif sur ces questions que dans d'autres milieux ; nous nous interrogeons en permanence sur l'éthique journalistique, c'est-à-dire ce qui fonde notre morale individuelle et collective dans un monde qui bouge. En revanche, si chacun se fonde sa propre déontologie, nous nous méfions des codes, qui renvoient à une sorte de dogme, contraignant et figé, impossible à transgresser sous peine de sanctions (pensons aux sanctions infligées par l'Ordre des médecins). Le respect de la déontologie est difficilement concevable sans un Conseil de l'ordre. (La Liberté de la presse peut-elle se concevoir avec des directeurs de conscience. Désignés par qui ? Faisant respecter des textes élaborés par qui ?) C'est pourquoi, au SNJ-CGT, nous préférons nous référer à des principes professionnels forts, s'appuyant sur des engagements démocratiques non moins forts ; comme le respect du public, une information honnête, vérifiée et sincère (même si elle doit nous porter préjudice). Nous préférons l'autodiscipline –librement consentie, respectueuses d'un certain nombre de règles déontologiques – aux chartes qui, souvent, sous prétexte de fixer des règles de traitement de l'information, ne sont que des corsets rigides. Les Chartes ont enfin, pour nous, un inconvénient majeur : elles évitent d'aborder les problèmes de conditions de travail, de rémunérations assurant une réelle indépendance (économique et de conscience) de facilité d'accès aux sources d'information, etc. Bref, tout ce qui fait la raison d'être d'une organisation syndicale en charge de la défense des intérêts professionnels et sociaux des journalistes. Pour nous, le journalisme n'est pas, ne doit pas être une profession comme les autres, où on se contente de produire ce qu'on vous commande. Le journalisme est une fonction sociale parmi les plus élevées. Nous avons confiance dans la raison humaine ; nous restons persuadés que tout homme (toute femme), exactement informé, est capable de voir où est son intérêt, où est l'intérêt de la civilisation.

Copyright PRODHOMME Magali et Université Lumière - Lyon 2 - 2003.Ce document est

- **« La « morale unique » va-t-elle tuer les journaux ? »**

L'uniformisation des contenus et la déresponsabilisation des journalistes procèdent d'une politique suicidaire pour la presse quotidienne régionale. Nous avons tous les mêmes valeurs. Les patrons de la PQR prennent le contre-pied des propagandistes de la cochonnaille tourangelle ou mancelle ; l'adhésion consensuelle à une éthique prétendument commune serait, selon eux, une évidence. Comme il y a la pensée unique, il y aurait la morale unique. C'est sur ce postulat contestable qu'est fondée l'élaboration –réalisée en dehors de toute concertation avec les journalistes – des chartes rédactionnelles qui fleurissent, depuis quelques années, dans les journaux et du fascicule ***« Règles et usages de la presse quotidienne régionale »*** que le syndicat patronal de cette forme de presse a édité en décembre 1995 ; son souci majeur était alors de répondre aux exigences politiques et autres décideurs ***« rattrapés par les affaires*** »… Sous le couvert d'un rappel du droit de la presse et au prétexte de leçon de déontologie – qui, détachée de toute contingence, serait le bien commun de tous les ***« acteurs*** » de l'information -, apparaît clairement, dans ce type de démarche, la volonté d'encadrer la liberté d'expression des journalistes. Il s'agit à la fois de les déposséder de toute responsabilité et de jeter les bases de journaux sans couleur, sans odeur et sans saveur, sinon celles de l'idéologie dominante et du conformisme ambiant. ***« professionnalisme*** » est, dans ces documents, exact synonyme de ***« prudence et modération*** », règles fondamentales maintes fois répétées : Surtout, bannir tout élément polémique, surtout, se garder de prendre des initiatives audacieuses, surtout, ne pas faire de vagues ; surtout ne pas déranger l'ordre établi. ***« Positiver*** », comme on dit dans les grandes surfaces : l'hypermarché de l'information mise sur la ***« bienveillance*** » et l'uniformité atone pour conserver (la conquérir semble hors d'atteinte aux patrons…) sa clientèle. Pari risqué. Sans évidemment remettre en cause la nécessité de respecter les principes professionnels et les règles juridiques en vigueur, il convient de ne pas se laisser piéger par l'apparente insignifiance de ces ***« chartes*** ». Il y va à la fois du respect de l'identité professionnelle des journalistes et de la prise en considération des besoins des lecteurs. Le rappel incessant de la responsabilité du journal et de la nécessité de se rapprocher des lecteurs aboutit en fait à une déresponsabilisation des journalistes et à la lassitude du lectorat. La spécificité du métier de journaliste induit une quotidienne prise de responsabilité individuelle incompatible avec la soumission aveugle à une ligne directrice imposée par une hiérarchie omniprésente et avec la formalisation codifiée de l'autocensure que sont les chartes rédactionnelles. La réduction du traitement de l'information à tout ce qui s'inscrit dans un ordre supposé immuable (Ah ! Pouvoir ne rendre compte que des feux de broussailles, des remises de médailles du travail, des concours de belote du club du troisième âge et de l'élection de la Reine des pompiers…) répondant à ce que les directions et certaines hiérarchies rédactionnelles estiment être les attentes premières des lecteurs (qu'elles ne connaissent, au mieux, que de façon très imprécise), l'homogénéisation de la forme et du fond (quand on s'adresse par nature à un lectorat hétérogène) ne peuvent que conduire à un appauvrissement du contenu. Proximité ne signifie pas populisme. Privilégier le futile sur l'utile, parce qu'il est à la fois moins dérangeant et plus séduisant ; instiller, par la hiérarchisation imposée aux informations, des choix partisans qui ne disent pas leur nom ; vider les informations de

 Copyright PRODHOMME Magali et Université Lumière - Lyon 2 - 2003.Ce document est

leur teneur contradictoire et /ou de leurs éléments susceptibles de causer quelque trouble ne nous semble pas correspondre à la volonté, affirmée par les membres du SPQR, de rendre leurs journaux ***« indispensables*** ». Ne serait-ce pas au contraire en développant –de façon ***« engagée*** » mais impartiale, autant que faire se peut – son rôle d'animateur du débat politique, économique, social, ne mettant en avant ce qui est véritablement important pour les lecteurs citoyens, pour leur vie quotidienne, au lieu de satisfaire leur voyeurisme latent, de conforter une indolence supposée, qu'un journal pourrait répondre à cette mission ? Emprise abusive de la hiérarchie, prudence poltronne, révérence excessive, information et écriture aseptisée…Ni le journaliste (doit-il se couler dans un moule comme il coule ses textes dans un module ?), ni le lecteur ***(« l'ennui naquit un jour***), n'ont quoi que ce soit à gagner à cette politique suicidaire. Le ***« journalisme de révérence*** » ou de ***« connivence*** » (autocastration des journalistes) est incompatible avec le devoir d'informer les lecteurs sur ce qui les intéresse vraiment, donc, à terme, avec le développement, la survie même, de la presse.

- **« Les journalistes seraient-ils au centre des affaires ? »**

Doit-on instaurer le secret absolu de l'instruction dans les affaires pénales ? Peut-on limiter le droit à l'information ? Les journalistes sont-ils responsables des atteintes à la présomption d'innocence ?

Les journalistes français ne sont pas présomptueux au point d'oser se prétendre au-dessus de tout soupçon. Mais notre profession a su démontrer, en de multiples occasions, qu'elle savait se taire quand les informations ne mettaient pas en jeu la chose publique. Par exemple, l'existence de Mazarine était connue de longue date dans les rédactions ; contrairement à ce qu'on a vu récemment aux USA avec le Monicagate, les journalistes français ont su retenir leurs plumes. Aujourd'hui en revanche, on n'a jamais autant entendu parler du respect de la présomption d'innocence. Amendement Marsaud, rapport Rassat, rapport Truche ont tenté de nous imposer le respect absolu de l'instruction. Les politiques ne se sont jamais émus quand de simples citoyens étaient accusés puis innocentés ; leur indignation s'est exprimée avec plus de force à chaque fois que leurs amis (ou eux-mêmes) étaient mis en cause dans des affaires touchant à la vie publique. Me Henri Leclerc, avocat et président de la Ligue des Droits de l'Homme, a toujours combattu le secret absolu de l'instruction. A l'époque de l'amendement Marsaud, il s'était exprimé dans Info Matin. Nous avons repris les passages les plus significatifs de son interview, parce qu'ils n'ont pas pris une ride : ***« Tout ce qui relève de l'interdiction de dénoncer un certain nombre de faits porte atteinte à la liberté d'opinion – un droit reconnu dans la Déclaration des droits de l'homme. C'est scandaleux ! Il faut évidemment conjuguer les intérêts contradictoires : protection des individus et liberté de la presse. Le droit à l'information est un des fondements de la démocratie. Cela fait vingt ans que je le répète : le maintien absolu du secret de l'instruction est impossible. J'ai proposé que l'on organise des débats contradictoires lors de la procédure d'instruction*** ». Dans le cas de la mise en examen et de l'incarcération du maire de Grenoble, Alain Carrignon, nous n'aurions même pas su où il était passé. On nous aurait dit que le maire avait disparu, point à la ligne (…) Or le fait d'expliquer pourquoi un homme est mis en examen ne remet pas en

protégé en vertu de la loi du droit d'auteur.

cause la présomption d'innocence. Le secret de l'instruction ne peut plus être maintenu dans ses formes actuelles. Il faut réformer l'ensemble de la procédure pénale… » Il faut que des personnages publics soient mis en cause pour que l'on brandisse haut et fort le secret de l'instruction. C'est un scandale que les journalistes ne peuvent pas supporter. Ce n'est quand même pas à nous qui sommes au centre des affaires ! En nous montrant du doigt, n'est-ce pas pour détourner l'attention et pour limiter notre droit à l'information ?

« Ne nous laissons pas encoder (suite) » - N°39- janvier 1999

Les accusations fusent de toutes parts, notamment à propos de la façon dont les médias ***« couvrent*** » les violences urbaines. Rapportant les propos d'un géographe, Luc Gwiazdainski, *Le Monde* peut écrire : ***« les incendies dans les quartiers périphériques de la ville relèvent désormais du marronnier*** ». Le SNJ-CGT réfléchit en permanence au problème du traitement de l'information ; à l'occasion, il dénonce les pratiques délictueuses. Mais surtout, il fait appel au sens de la responsabilité de la profession. Le 2 décembre 1987, il avait organisé un colloque à l'UNESCO sur le thème ***« Parler des banlieues et de l'immigration*** ». En juillet 1998, il avait obtenu une entrevue au ministère de l'Intérieur pour protester contre le traitement infligé par les policiers aux journalistes (notamment les reporters photographes) couvrant les expulsions des sans-papiers. La délégation avait des propositions de concertation ***« presse-police-justice*** » pour aboutir à des conditions de travail permettant le respect du droit à l'information. Enfin, le 3 novembre dernier, il avait obtenu un rendez-vous au ministère de la Justice (qu'il avait ouvert aux autres syndicats) au cours duquel il a pu exposer à Mme Guigou ses réserves sur le texte du projet de loi renforçant la présomption d'innocence (nous y reviendrons). Le libre exercice de la profession est menacé. Ils sont nombreux, ceux qui souhaitent encadrer l'information sous prétexte de mieux protéger les citoyens des excès des journalistes. Les 7 et 8 octobre 1998, le Conseil de l'Europe organisait un séminaire sur ***« l'autorégulation des médias*** » à Strasbourg. Les voix du SNJ-CGT étaient bien seules pour s'opposer à la création de conseils de presse, de codes éthiques, etc. Et pour demander une plus grande liberté dans l'entreprise de presse permettant une plus grande responsabilité des équipes rédactionnelles. De son côté, Catherine Trautmann, ministre de tutelle, a confié à Jean-Marie Charon une mission sur les textes de régulations. Bref les grandes manœuvres sont engagées, comme si les journalistes, gens irresponsables, ne se posaient pas de questions sur leurs pratiques. Comment Mme Trautmann, ex-maire de Strasbourg, peut-elle ignorer ce qui s'est passé à *RadioFrance* Alsace, dès le 10 décembre. Ce jour là, les neuf journalistes de la station ont fait parvenir une note aux directions de *France-Inter* et de *France-Info*. Cette note commençait par ces mots : ***« rendre compte : OUI. Contribuer à faire monter la pression : NON*** ». Ils avertissaient les directions des rédactions qu'ils ne communiqueraient ni le bilan des voitures brûlées les années précédentes, ni les forces déployées et, écrivaient-ils, ***« toute allusion du genre : la nuit promet d'être agitée, les forces de l'ordre sont mobilisées, etc.»***. Si l'on en croit *Le Monde*, ***« Patrice Bertin, chef des informations à France-Inter, en convient : cette initiative a suscité un « malaise » à la rédaction parisienne »***. Entre la déontologie et l'autocensure, il y a une marge, estime le journaliste, constatant qu'il y avait des états d'âmes, louables sur la forme, mais difficilement gérables au quotidien pour une station qui fait de l'information 24

protégé en vertu de la loi du droit d'auteur.

h/24. Le problème de la déontologie, c'est que ça ne peut pas se développer en vase clos, poursuit Patrice Bertin, un journaliste doit d'abord faire son travail. » Qui met de l'huile sur le feu ? Les journalistes de terrain ou les hiérarchies ? Alors que Mme Trautman rappelle les directions à l'ordre et qu'elle prenne l'initiative de nous ***« libérer*** » ! L'information y gagnera sans doute…

Commentaires du SNJ-CGT sur le rapport intermédiaire de Monsieur Charon -

Mai 1999

Ce rapport intermédiaire nous a surpris : il nous semble qu'il exagère sérieusement la baisse de qualité de l'information, d'une part, et les manquements aux principes professionnels, d'autre part. Nous croyons déceler dans l'architecture du rapport une volonté de schématisation destinée à justifier un certain nombre de propositions pré-établis. Les journalistes d'aujourd'hui sont mieux formés que leurs aînés : alors pourquoi assisterait-on à une ***« forme de dérive dans la pratique journalistique ainsi que dans la maîtrise éditoriale des principaux médias*** » ? Le rapport reste muet sur deux éléments qui sont, selon le SNJ-CGT, essentiels dans l'approche d'un sujet aussi sensible : la détérioration du statut social du journaliste et la marchandisation de l'information. Il ne s'agit pas d'exonérer les journalistes de toute responsabilité mais de comprendre les mécanismes nouveaux de fabrication de l'information. A ce sujet, nous vous renvoyons à un certain nombre d'ouvrages tels que ***« La Tyrannie de la communication*** » d'Ignacio Ramonet ou ***« Les nouveaux chiens de garde*** » de Serge Halimi. Le rapport reste muet sur la responsabilité des ***« donneurs d'ordre*** », les patrons. Nous avons dénoncé les pratiques de Patrick Poivre d'Arvor, mais qui les a ***« couvertes*** », sinon la direction de *TF1* et du groupe Bouygues. Une seule organisation syndicale s'est opposée à la création d'un fil ***« people*** » à l'AFP, le SNJ-CGT. Quand les JRI de *France 2* protestent contre l'utilisation de certaines images et contre leur déresposanbilisation, ils le font à l'appel de la SNJ-CGT. Quand les reporters-photographes d'agences dénoncent des dérives vers le ***« people*** », ils le font avec le SNJ-CGT. Nous sommes étonnés de ne pas voir un seul de ces éléments repris dans le rapport. (…) Nous sommes opposés soit à une charte ***« octroyée*** » par le gouvernement, le Parlement ou le patronat. Les intérêts des journalistes sont aujourd'hui, fondamentalement opposés à ceux de leurs patrons, pour qui, de plus en plus, l'information est un produit comme les autres. Nous sommes favorables à des principes forts, librement acceptés et mis en œuvre.(…) être journaliste, aujourd'hui, est très difficile. Le secteur de l'information est soumis aux mêmes effets néfastes du néolibéralisme que les autres secteurs d'activités. Notamment, avec la tendance lourde à confondre information et communication. Mais aussi avec la volonté évidente de dénoncer tous les statuts et, en particulier celui des journalistes, présenté comme exorbitant. Il nous apparaît nécessaire de lutter en premier lieu contre la marchandisation de l'information (pour en faire un produit vendable), contre sa spectacularisation, plutôt que de museler les journalistes. Le SNJ-CGT entend ***« protéger*** » les journalistes qui refusent l'information non vérifiée, le bidonnage, etc.

« La nécessaire protection morale du journaliste » - N°3 (nouvelle série) – avril 2000

Face aux appétits grandissants des industriels des médias et de la communication, il est absolument nécessaire d'offrir des garanties sociales et morales aux journalistes. Dans une société démocratique, seul l'état peut préserver le fragile équilibre évoqué ci-dessus. Quand les patrons obtiennent des aides à la presse, les journalistes, eux, obtiennent les protections qui garantissent le libre exercice de leur profession ! Le premier acte de tous régimes autoritaires consiste à suspendre les lois sur la presse et à encadrer l'information (en instituant un ordre des journalistes comme l'avait fait Mussolini en Italie, par exemple). Dans la société française d'aujourd'hui, où souffle un fort vent de libéralisme, le profession se paupérise ; le phénomène provoque la fragilisation des journalistes vis-à-vis de leurs employeurs, avec la montée de la précarité (un journaliste sur cinq est précaire). Or l'affaiblissement du statut du journaliste et de son niveau de protection sociale et morale provoque un grave déséquilibre qui ouvre la voie à une information ***« mutilée*** ». En effet, quand les journalistes sont dépendants et affaiblis socialement, c'est tout le processus de création qui est mis en péril ! Avec leurs syndicats, les journalistes ont le devoir de préserver leurs acquis sociaux et leurs droits moraux. Dans leur cas, il ne s'agit pas de défendre des privilèges, mais du souci bien partagé d'assurer la liberté pleine et entière d'informer le citoyen dans un état démocratique. Mais comme on la dit plus haut, leur petit nombre ne permettra jamais de constituer un rapport de forces suffisant pour s'opposer aux visées des industriels des médias. C'est pourquoi ils devront chercher en permanence l'appui de toutes les forces démocratiques ayant intérêt à défendre une liberté fondamentale. L'état a aussi l'impérieux devoir de veiller en permanence sur la validité des protections sociales et morales des journalistes. Ces protections trouvent leur origine dans le code du travail, la convention collective et le code de la propriété intellectuelle définissant le droit d'auteur. Le droit d'auteur, c'est d'abord le droit (bassement financier) d'être rémunéré pour toute nouvelle utilisation de son œuvre, mais c'est surtout un droit moral. Quand ils rapportent une information les journalistes engagent leur responsabilité. En permanence. La signature de l'œuvre est de la plus haute importance : elle est la preuve de notre engagement vis-à-vis des lecteurs, auditeurs et téléspectateurs de leur délivrer une information fiable et vérifiée. La crédibilité de notre mission sociale est le corollaire de notre signature. Le concept de droit moral est défini dans le code de la propriété intellectuelle. C'est lui qui permet que nos œuvres soient signées qu'on ne les trahisse pas en les ***« caviardant*** » qu'on ne les utilise pas dans n'importe quelles conditions et sur n'importe quel support ou pour des buts indignes, qu'on ne les confonde pas avec la publicité ou la communication. Imagine-t-on ce qui pourrait advenir de nos articles, photographies et reportages audiovisuels sans le contrôle permanent et codifié des journalistes soumis à des principes professionnels ? N'a-t-on pas suffisamment d'exemples d'articles tronqués, de photographies truquées ou d'images détournées, malgré les textes protecteurs ? On ne peut concevoir de véritable liberté d'informer sans la protection formelle du droit moral et de sa traduction sociale, le droit patrimonial. Une réforme du droit d'auteur allant dans le sens de son affaiblissement (que ce soit le droit patrimonial ou le droit moral ou les deux à la fois) entraînerait l'obsolescence de la clause de conscience, pierre angulaire de notre statut. En effet, cette clause est la garantie morale absolue que nous pourrons travailler en accord avec notre conscience ; elle trouve son fondement dans notre qualité d'auteur et, notamment, de nos droits moraux. L'avenir d'une information libre, honnête, vérifiée et ne pouvant être

 Copyright PRODHOMME Magali et Université Lumière - Lyon 2 - 2003.Ce document est

confondu avec la communication, passe par le respect du droit d'auteur des journalistes.

« Pour un journalisme de dignité » - Les documents du SNJ-CGT – avril 2000

Les médias sont au centre de la révolution numérique. Les grands groupes tentent de les concentrer entre leurs mains pour alimenter ce qu'ils appellent la ***« nouvelle économie*** ». Ils transforment l'information en produit d'appel pour vendre d'autres produits. Les journalistes ont une autre conception de leur métier et de leur mission sociale. Cependant une frange de cette profession, celle qui, souvent, détient le pouvoir dans les rédactions, a prouvé une docilité coupable ; elle a largement contribué à accentuer la perte de crédibilité de tous les journalistes et à renforcer la médiocrité de l'information par ses dérapages et ses bidonnages, bref par ses dérives. Parallèlement, les employeurs précarisent la profession pour la fragiliser. Au nom de la prétendue nécessité de lutter à armes égales avec les groupes étrangers, dans une économie mondialisée. Dans une telle situation, il ne suffit plus de dénoncer les ***« brebis galeuses*** », il faut s'attaquer aux vraies racines du mal et remettre en cause les règles de fonctionnement de tous les médias. Les journalistes n'ont d'autre alternative que de résister en assumant leur responsabilité, individuelle et collective, et en revendiquant leur dignité. Résister suppose de ne pas se dissimuler derrière une phraséologie déontologique lénifiante, les codes de déontologie ne servant souvent que d'alibi à toutes les démissions, comme le prouve l'exemple de Jean-Marie Messier, patron de Vivendi, qui a embauché des magistrats pour élaborer de telles chartes. Résister suppose lutter au quotidien avec les organisations syndicales, et notamment avec la plus radicale d'entre elles, le SNJ-CGT, pour s'opposer aux politiques patronales multiformes. Celles qui précarisent, qui attentent à notre dignité et à nos conditions de travail, à notre statut, à nos droits d'auteur, etc. Ce recueil n'entend pas apporter des réponses à toutes les questions, ni de recettes toutes faites. Il rassemble des textes visant à susciter le débat dans une profession sinistrée et à élever son niveau d'exigence, à encourager la révolte lucide et collective pour reconquérir des conditions de travail enfin dignes de ce nom au service d'une information libérée des puissances d'argent et répondant aux attentes des citoyens.

« L'aurore d'un nouveau journalisme » - Nouvelle série N°7 – juillet 2001

C'est la crise ! Dans de nombreuses entreprises de presse écrite ou audiovisuelle, on tente d'accréditer l'idée que, décidément, rien ne va plus. Ici, c'est le prix du papier qui augmente ; là, c'est la publicité qui baisse et, au bout du compte, ce sont les salariés qui trinquent. On ne compte plus les entreprises qui annoncent des suppressions d'emplois (terme plus présentable que plan de licenciement) : *Canal* + et ses filiales canalnumédia, Multithématiques, *France-Soir*, le portail Vivalaville (filiale de quelques titres de la presse régionale sous la direction du *Télégramme de Brest*) chez Ediexcel (filiale du groupe Excelsior qui décide d'arrêter M Magazine) dans le pôle Rhône-Alpes du groupe Hersant (*Le Progrès*), etc. Mais on ne s'arrête pas là : *Libération* annonce des mesures d'économie et réduit les piges (merci pour les pigistes déjà sous payés) Et comble de la muflerie, le très médiatique Jean-Marie Messier brade son pôle de presse professionnelle au mépris de toutes les règles sociales pour payer le colossal investissement dans l'éditeur scolaire américain Hougthon Mufflin (et peut-être son loft de luxe à New-York !)

protégé en vertu de la loi du droit d'auteur.

Pour ne pas être en reste, Hachette vend Week-End à Chaisemartin et commet des fautes de gestion qui mettent en jeu l'avenir de la prestigieuse agence photographique *Gamma*. Bref, on continue la litanie (qui a quelque chose de déprimant) ou on lutte ? Le SNJ-CGT dénonce ces nouveaux patrons pour qui l'information n'est qu'une marchandise. Il appelle les journalistes à le rejoindre dans la nécessaire bataille contre leur politique socialement désastreuse pour leur salariés, mais aussi pour le contenu de l'information. La crise n'est pas fatale si les salariés des entreprises d'information, dans l'unité, imitent, avec leurs spécificités, les salariés de Danone, d'AOM Air-Liberté ou de Bata. La presse est aussi touchée par ce qu'on a appelé les licenciements boursiers. Or les citoyens condamnent de telles pratiques. Un mouvement d'ampleur rencontrerait à coup sûr la sympathie du plus grand nombre. La profession de journaliste est placée devant une alternative : ou elle se lève et rejoint le mouvement antilibéral qui ne cesse de grandir, avec les autres catégories et dans l'unité la plus large ou elle est appelée à sombrer dans l'indifférence générale. Au fond avons-nous vraiment le choix ? Le SNJ-CGT, pleinement CGT, est ambitieux. Face aux marchands d'infos, il appelle les journalistes à lutter pour conquérir de nouveaux droits protégeant la profession contre les dérives marchandes et contre l'information spectacle.

Annexe 2 Les organisations patronales

« La fédération nationale de la presse française »

François Devevey : Directeur de la Fédération Nationale de la Presse Française (FNPF)

Entretien du mardi 17 juillet à 10 h30

Préalable posé par F.D :

La FNPF est la plus mal placée pour parler de problèmes de déontologie car elle n'est pas au contact permanent de la réalité de l'entreprise et des difficultés des rédactions. Je veux dire que ce contact là, il se trouve dans les organisations professionnelles sectorielles qui sont les adhérents de la Fédération. La Fédération regroupe des familles de presse qui ont leurs propres organisations professionnelles qui s'appellent Syndicat national de la presse quotidienne régionale, de la presse parisienne, etc. Ces dix organisations regroupent en effet des éditeurs qui, en leur qualité d'éditeurs, sont au contact des difficultés rencontrées. Et donc, l'observation quotidienne des problèmes rencontrés et des décisions qu'ils appellent sont pris dans les entreprises éventuellement en coordination avec les organisations professionnelles de premier rang. L'information ne remonte pas nécessairement à la Fédération et de ce point de vue là, la Fédération est mal placée pour vous répondre à des questions de cette nature, comme sur toutes les questions qui se posent habituellement aux entreprises de presse. La

protégé en vertu de la loi du droit d'auteur.

Fédération regroupe des syndicats qui, eux, sont au contact alors que nous, nous le sommes qu'a travers eux.

La deuxième chose : en même temps la Fédération est la mieux placée parce qu'elle se trouve dans cette situation d'avoir le recul suffisant pour apprécier ces problèmes avec ce geste qui sied à un organisme fédéral et un organisme fédéral qui, de plus, est tenu de prendre des positions consensuelles c'est-à-dire qu'elle ne peut pas se permettre de prendre une position qui aille contre la volonté ou les vœux de l'un de ses adhérents. Et donc, l'action continue et permanente de la Fédération va viser à trouver l'accord entre des familles de presse qui n'ont pas toujours des intérêts convergents, il faut bien le dire tout simplement parce qu'elles ne s'adressent pas au même public, parce qu'elles n'ont pas les mêmes modes d'élaboration, parce qu'elles ne font pas appel aux même processus industriels et parce qu'elles ne font pas appel aux même personnels.

Donc ça, c'était un préambule nécessaire qui vous expliquera que, sur certaines questions, je serais obligé de sortir un joker en disant « je ne peux pas ».

- D'accord.

· Question n°1 : Quelles sont les occasions qui permettent l'évocation, au sein de la FNPF, de déontologie ou d'éthique professionnelle en dehors des dérapages médiatiques ? Je pense notamment au développement de l'édition électronique et des dérives possibles qu'il implique ou bien à l'évolution de la jurisprudence

Oui, on s'en préoccupe ne serait-ce parce qu'il y a…On s'en préoccupe lorsqu'il y a dérapage ponctuel qui va s'appeler photo du président de la république sur son lit de mort ou qui va s'appeler photo de certaines personnes politiques ou personnalité de premier plan dont on dévoile la vie privée. Ces questions là sont toujours l'occasion d'un débat. Mais de façon plus générale, il me semble que quelques questions de société suscitent en effet au sein de la profession des réflexions de fond. Par exemple, comment avons-nous parlé des crises alimentaires, on peut penser notamment à la vache folle. Il y aura cet été à Hourtin, un séminaire animé par Jean-Marie Charon sur cette question là. Cette initiative de Jean-Marie est une bonne initiative, certainement. Mais, quand vous voyez que, dans un climat complètement dépassionné, une question de société se pose de façon telle qu'elle conduise éditeurs et journalistes à s'interroger sur la façon dont elle a été traitée. C'est-à-dire qu'il y a quand même, au sein de la profession, une interrogation permanente sur le rôle du journaliste : instituteur des temps modernes, créateur de lien social, quel que soit le rôle qu'on lui assigne en reprenant des formules qui sont connues, il y a une interrogation par rapport à l'évolution de la société sur ce que peut être la fonction du journaliste dans la société de l'information.

· **Question n°2 : Qu'est-ce qui a motivé la réalisation d'une enquête, en 1998, intitulée « Contentieux et déontologie » ?** [919]

L'ignorance totale dans laquelle on se trouvait de la réalité des contentieux. C'est-à-dire que l'on ne raisonnait que par rapport à des « on dit », que par rapport à des rumeurs et je souhaitais que nous avons une base incontestable pour apprécier la réalité de ces problèmes. Et c'est comme cela, par exemple, que l'on a vu que le droit de réponse ne

[919] **Voir à ce propos le compte-rendu de cette enquête dans « Déontologie des médias », in Revue *Mediaspouvoirs*, n°4, nouvelle série, troisième trimestre 1998, pp. 116-125**

suscitent qu'exceptionnellement des actions en justice. Le droit de réponse est complètement entrée dans la pratique journalistique. Il est rarissime qu'il y ait un contentieux. Et quand il y a un contentieux, c'est parce que vraiment il y a eu une appréciation divergente sur la réalité de la mise en cause. C'était important que nous ayons ces quelques repères de nature statistique. Ca décrit la réalité d'une façon très résumée, très raccourcie. Mais ça décrit quand même la réalité avec forcément la perte de substance que l'on a quand on modélise un schéma de cette finesse, de cette difficulté.

· Question n°3 : Le résultat de l'enquête a-t-il suscité des commentaires ? Si oui, de quelle nature ?

Je crois que ça a dérouté tout le monde. Je crois que du côté du personnel politique qui est habitué à voir la presse comme un trouble fait et qui à ce titre doit être généralement condamnée…les hommes politiques ont été très étonnés. Je me rappelle de certains d'entre eux qui participaient à notre réunion finale.

-Vous pensez à qui notamment ?

Je pense à Patrick Devedjian, qui est un juriste de formation, avocat, qui est porte-parole de son parti. En parlant avec lui, j'ai constaté qu'il était un peu dérouté de voir que finalement nous avions des résultats qui faisaient des poursuites engagées contre la presse, des événements quasi anecdotiques. Il n'y avait pas une description conforme à l'idée qu'il se faisait de la presse. Le problème est évidemment que l'on ne voit la presse qu'à travers les scandales qui la touchent. Pour faire court, disons que *Voici* ou *Gala* sont plus visibles que les 3498 autres journaux et publications qui paraissent en France.

- Ce n'est pas l'arroseur arrosé car finalement la presse s'attache, elle aussi, aux trains qui arrivent en retard. C'est ce que l'on dit communément. Il me semble que la presse réagit par rapport à son public. ça c'est clair. Il appartient aux éditeurs de savoir dans quel cadre ils se situent, dans quel cadre moral ils se situent. Moi, je n'ai pas à condamner Voici ou à condamner Gala ni qui que ce soit. Je constate simplement que certains titres utilisent l'information selon des règles qui ne sont pas partagées par l'ensemble de la profession.

- Et donc, outre les politiques, quelle a été la réaction des syndicats que vous représentez face à cette enquête ?

Les syndicats que nous représentons étaient assez sereins par rapport à ces problèmes là d'autant plus que cette démarche venait après la parution du Livre Blanc de la PQR [920] qui a fixé un cadre déontologique très apprécié au sein de la profession et ça avait été l'occasion justement, au sein de la PQR, de débats extrêmement nombreux dont François-Xavier Alix vous a certainement parlé et qui avaient abouti à des consensus tout à fait remarquables au sein de la profession. J'avais été frappé, lorsque j'avais vu l'élaboration de ce Livre Blanc, de voir combien les positions des journalistes et des éditeurs étaient conformes et convergentes.

[920] Règles et Usages de la PQR (1995)

 Copyright PRODHOMME Magali et Université Lumière - Lyon 2 - 2003.Ce document est

- Je suis heureuse de l'apprendre.

Vous n'avez pas eu ce sentiment là ?

- On aura l'occasion de l'évoquer ce problème à travers les prochaines questions.

· Question n°4 : Y a-t-il eu, depuis cette enquête, une évolution en matière de déontologie commune ?

Non, rien n'a été fait.

· **Question n°5 : La FNPF va-t-elle mettre en place un « observatoire des médias », comme le préconisait le rapport de l'enquête ?**

Elle aimerait bien. Elle aimerait bien. Ce qu'est en train de réaliser Jean-Marie Charon constitue les prémices de cet observatoire. On va voir comment ça se passe.

- A quoi faites-vous allusion ?

Vous connaissez le projet de Jean-Marie ?

- Il en a tellement…

« Les entretiens de l'information » qui sont typiquement le lieu de débat que l'on pourrait souhaiter où éditeurs et journalistes…et participants contributeurs des médias vont se retrouver à froid pour discuter sur les problèmes qui sont rencontrés.

· **Question n°6 : Avez-vous déjà envisagé, comme l'appelle de ses vœux le SNJ, une concertation avec les organisations syndicales ? Si non, pourquoi ?**

Au niveau fédéral ça n'a pas été évoqué. Là, la Fédération est mal placée parce qu'elle n'est pas impliquée dans la relation habituelle avec les partenaires sociaux qui se fait systématiquement au niveau des syndicats constitutifs de la Fédération… Cela dit pourquoi pas. Personnellement, je pense que ça ne serait pas une mauvaise chose que nous ayons, avec les syndicats de journalistes, sur ce type de sujet, des relations complètement dépassionnées qui permettent de faire avancer les réflexions sur la déontologie. Ca, j'y crois beaucoup.

· **Question n°7 : Pensez-vous, comme l'écrit Philippe Meyer, que « *la déontologie est un pouvoir qui n'est pas prêt d'être partagé* », notamment entre les syndicats de journalistes et les organisations patronales ? (le discours éthique en tant que mode d'arbitrage des jeux de pouvoirs)**

Je ne comprends pas très bien pourquoi la déontologie serait un pouvoir. Pour moi, c'est une conviction affichée. C'est une conviction affichée, c'est une adhésion, une adhésion à un corpus de règles qu'on se définit en commun. La déontologie c'est quand même très largement une position morale. Pourquoi est-ce que ça deviendrait un pouvoir ? Ca m'échappe un peu. La pensée de Philippe Meyer est un peu trop subtile pour moi.

- Cette remarque de Philippe Meyer me paraît pourtant extrêmement intéressante. Elle pose le problème de la façon dont deux communautés se saisissent de l'éthique, notamment dans leur discours, et comment le discours éthique arbitre des jeux de

protégé en vertu de la loi du droit d'auteur.

pouvoir.

ça rejoint la question précédente. Est-ce que le sentiment d'appartenance peut se passer de l'adhésion déontologique ? Et, est-ce que ce sentiment d'appartenance va en effet déterminer une zone d'intervention, un espace de rayonnement, un champ d'action, une capacité de pouvoir ? C'est la profession dans le sentiment qu'elle a d'elle-même. C'est ça ? Alors j'avais peut-être une vision un peu angélique. Cela dit, il faut bien reconnaître que dans la démarche que nous sommes en train de conduire concernant la visibilité des sites d'information sur le net, nous avons appelé cette démarche, une démarche de labellisation. Une démarche de labellisation, ça n'est rien d'autre qu'une certification par rapport à une charte d'adhésion. L'éditeur remplit un certain nombre de positions définies par cette charte, se reconnaît dans les obligations qu'elle lui impose et accepte la sanction lorsqu'il ne coïncide plus avec la Charte en question. Bien sûr, cette labellisation est conçue en direction de nos publics et là, elle a pour objet de leur permettre d'aller en confiance vers les médiateurs que nous sommes. Elle a un autre objet qui est de délimiter un champ de responsabilités, de définir cette responsabilité que nous revendiquons et de dire « ceux qui sont en dehors de ce champ ne sont pas fiables puisqu'il ne revendique pas cette responsabilité ». On se retrouve bien sûr dans une situation de concurrence et, en ce sens, la démarche de labellisation va forcément être une démarche d'exclusion. Alors, la question que je me pose est de savoir si une démarche de labellisation est une démarche déontologique ? Je n'ai pas de réponse.

- Alain Boulonne parlait, à l'occasion de son discours de clôture du Congrès de la FNPF à Lille, de « *formalisation déontologique à l'égard des internautes* ».

· Question n°8 : Quelle est, selon vous la tendance actuelle des éditeurs de presse à l'égard des questions de déontologie ?

Je ne suis pas capable de répondre. Je ne vous donnerai qu'un sentiment partiel. Je ressens beaucoup, aujourd'hui, une démarche de revendication de responsabilités. Mais c'est vraiment un sentiment très personnel. J'ai vraiment le sentiment, qu'aujourd'hui, il y a à la fois la recherche d'une meilleure adéquation au besoin du public, une meilleure relation avec le lecteur et en même temps la volonté d'assurer de l'appartenance à une communauté. On va vers la labellisation de plus en plus et on sent bien qu'une démarche vers la labellisation, que cette démarche de constitution de communauté ne se fera pas sans une certaine vision éthique du rôle de cette communauté. Alors, c'est un peu flou mais j'ai eu deux congrès ces derniers temps où cette question était en filigrane et ça m'a beaucoup intéressé de voir que les éditeurs se reconnaissaient dans une démarche de délimitation. Quel rôle ils vont jouer là dedans ? L'éditeur, créateur de lien social, animateur d'une communauté ? Il ne peut pas le faire sans avoir une vision politique de ce que sera son rôle dans cette communauté. Voilà, sentiment très personnel que vous prenez pour tel.

· **Question n°9 : Que pensez-vous de l'élaboration de « chartes maison » au sein des différents éditeurs de presse ?**

Rien. C'est très bien. C'est très bien.

protégé en vertu de la loi du droit d'auteur.

- Question n°10 : Quels sont, selon vous, leurs objectifs ? Qu'est-ce qui les distingue ?

(Rires) Bon. C'est une nécessité. (Silence) ça n'engage que moi. La Charte Maison, elle est généralement là pour s'assurer que le journaliste entrant adhère effectivement à un cahier des charges.

-Pourquoi alors ne pas l'appeler « Cahier des charges » ?

Voilà. (Silence). La réflexion au niveau de l'entreprise va toujours buter sur une relation d'employeur à employé. (Silence) Mais, là aussi c'est une opinion extrêmement personnelle qui me serait reprochée. La démarche professionnelle est intéressante parce qu'elle définit un cadre qui se situe au-delà de la relation employeur / employé. Toute l'ambiguïté du travail de journaliste heu…, de la démarche du journaliste, a été d'obtenir, pendant des années, qu'il soit mis fin à leur précarité. Ils l'ont obtenu en devenant des salariés. Aujourd'hui ils sont dans une démarche inverse. Ils veulent se faire reconnaître comme auteur. Le statut d'auteur et celui de salarié sont difficilement compatibles. Je ne sais pas ce qui va advenir de tout ça. Je veux dire que le statut de salarié va définir un certain type de relations sociales. Le journaliste acceptant de se plier dans son œuvre de création, n'exagérons rien l'œuvre de création chez les journalistes est quand même (silence) très limitée, je ne dis pas dans les sens, mais je dis dans le nombre. Le nombre de journalistes qui font justement acte de création n'est pas considérable. Mais le journaliste accepte, en entrant dans une relation de salarié, que son œuvre de création soit censurée, soit acceptée ou refusée, qu'elle soit publiée ou non-publiée. Ce rapport là est un rapport de hiérarchie. Il tient à un lien de subordination. Je veux bien que l'on me parle de l'adhésion à un certain état d'esprit d'entreprise, je veux bien que l'on me parle d'esprit maison, je veux bien que l'on me parle d'historique, de tout ce qui fait la culture d'entreprise. J'ai un peu de mal à entrer dans l'idée que c'est au niveau de l'entreprise que l'on va définir une déontologie qui va faire table rase de ce lien de subordination. C'est impensable. Je crois que la déontologie et son élaboration ne peuvent venir que d'une structure plus large où le lien s'est effacé derrière une volonté commune. C'est pour cela, et c'est ce que je disais tout à l'heure, que je suis tout à fait favorable à des discussions apaisées entre syndicats de journalistes et représentants d'entreprises. Parce que le cadre dans lequel une déontologie est susceptible de se fixer est forcément un cadre professionnel. La branche me semble être le lieu de cette élaboration. Mais une fois encore c'est une opinion tout à fait personnelle. Je ne suis pas sûr qu'elle aille dans le sens que vous souhaitez.

Je ne souhaite rien. J'observe ! (sourires)

- Question n°11 : Pourquoi, dans la plupart des cas, les journalistes ne sont pas invités à réfléchir à l'élaboration de ces chartes d'entreprise ? (Selon l'enquête de la FNPF)

Je ne sais pas. Non mais ça rejoint ma réflexion précédente. Je veux dire que l'on est exactement dans le même ordre d'idées.

- **Question n°12 : Comment expliquez-vous le refus des organisations patronales d'introduire la *Charte du SNJ* , par exemple, dans la convention collective ?**

Je suis incapable de vous dire. Je n'ai pas connaissance que cette question ait été posée autrement que par provocation par le représentant du SNJ, dans une réunion où j'étais. Donc je ne vais pas répondre là-dessus. Et honnêtement, la question n'a jamais été posée devant moi, depuis cinq ans que je suis là.

- Moi, je vous la pose !

(Rires) ça supposerait que je reprenne la Charte de 18.

- Vous la connaissez ?

Un peu.

- On peut parler de celle de Munich si vous préférez !

Attendez ne m'entraînez pas…Pas de réponse par méconnaissance et par réflexion insuffisante. J'avoue.

- **Question n°13 : Pensez-vous qu'une référence commune en matière d'éthique soit nécessaire ? Si non, pourquoi ?(J'ajoute à la question, à laquelle F. Devevey avait déjà plus ou moins répondu, les propos d'Alain Boulonne concernant la « *formalisation déontologique de notre engagement à l'égard des internautes* » en soulignant que la société Vivendi avait, elle aussi, créé une charte à l'égard des internautes)**

(Rires) puis silence.

- **Question n°14 : Qu'est-ce qui selon vous différencie la position des syndicats de journalistes en matière d'éthique professionnelle de celle des organisations patronales ? (j'ajoute à la question initiale, en ironisant : « y aurait-il une charte des salariés et une charte des patrons ?)**

(Rires) J'ai peur, qu'en effet, les uns et les autres ne soient pas totalement autonomes par rapport aux réalités classiques. Non je n'ai pas de réponse. Je ne sais pas. Je pense que les sensibilités sont différentes parce que la confrontation, la vie de l'entreprise n'est pas tout à fait la même. Tout cela est difficile à gérer. Je veux dire qu'à partir du moment où j'introduis une dimension économique dans ce type de réflexion, je remets en cause le principe de la démarche éthique préalable. Il est extrêmement difficile, et pour les uns et pour les autres, de s'abstraire de cet environnement quotidien de l'entreprise. Il est extrêmement difficile de s'abstraire des nécessités du compte de résultat. Il est extrêmement difficile de s'abstraire des nécessités de la carrière, du risque de chômage. Tout ça pour dire qu'au-delà de la réflexion éthérée que nous pouvons avoir, un certain nombre de réalités ne manquent pas de se manifester jour après jour dans la vie du journaliste comme dans la vie de l'éditeur.

- Pardonnez-moi, mais je ne vois pas en quoi la prise en compte d'une dimension éthique de la profession viendrait influer sur le compte de résultat ?

Non la question était : « comment se fait-il que l'on ait des démarches parallèles ? » Moi, je vous dis, on a des démarches parallèles parce qu'il y a des environnements parallèles. En disant cela, j'ai parfaitement conscience du fait qu'on nie, en reconnaissant

 Copyright PRODHOMME Magali et Université Lumière - Lyon 2 - 2003.Ce document est

l'incidence de ces environnements, on nie la démarche déontologique qui devrait tendre à s'en abstraire.

- Question n° 15 : Avez-vous déjà eu à prendre position à l'égard des questions d'éthique notamment à l'occasion d'une réflexion sur le statut de journaliste ?

Non. ça ne me dit rien. Je n'ai pas connaissance que l'on ait eue à le faire à propos du statut.

- Je fais le lien avec la question n°26 que je pose à F. Devevey : En juin 1999, dans le cadre de l'examen du projet de loi sur la présomption d'innocence, Jacques Larché, alors président de la commission des lois du Sénat disait ceci : « *On peut justifier l'amendement dans la mesure où la profession de journaliste n'est pas organisée. Nous lui avons demandé de se doter d'une déontologie. Elle s'y refuse. C'est extrêmement fâcheux. Il y a quelque chose d'extraordinaire à ce que ce pouvoir de la presse, qui s'exerce d'une manière qui bien souvent nous scandalise, soit livré à lui-même* ». Qu'auriez-vous à répondre ?

(Sur un ton agacé) Je me pose une question : comment peut-on dire qu'il y a un pouvoir livré à lui-même ? C'est-à-dire qu'il y a un pouvoir sans contrôle. ça veut dire qu'il y a un pouvoir qui s'exerce au mépris des lois et des règlements. ça veut dire que…

- Jacques Larché ne parle pas de loi mais de déontologie

Non. Vous voulez reprendre la phrase : « c'est un pouvoir… »

- « Il y a quelque chose d'extraordinaire à ce que ce pouvoir de la presse qui s'exerce d'une manière qui bien souvent nous scandalise soit livré à lui-même »

Un pouvoir livré à lui-même, ça veut dire quoi ? Est-ce que c'est un reproche en direction des éditeurs d'exercer une fonction d'information ? Est-ce que c'est un reproche des éditeurs d'exercer à travers cette fonction de l'information le pouvoir qu'exerce celui qui transmet des idées ? Le pouvoir du médiateur. J'ai trouvé cette réflexion extrêmement inquiétante.

- C'est une atteinte à la liberté de la presse ? !

écoutez, pas trop de grands mots mais c'est quand même, de la part du sénateur en question, une vraie interrogation sur la nécessité de limiter ce pouvoir. Ce n'est pas le problème des menottes qui est posé. C'est le sentiment que, si on laisse faire l'information, le pouvoir échappe à ceux qui sont chargés de l'exercer.

- Vous ne croyez pas que Jacques Larché dit en filigrane « puisque la profession n'est pas capable, en son sein, de s'organiser en matière de déontologie, nous on va le faire à sa place ».

(énervé) Vous avez vu l'importance du débat qui s'est développé autour de ces questions là. Vous avez vu les arguments contradictoires qui ont été échangés…

- Nous sommes en démocratie.

Ouais. Tout à fait. Et est-ce que vous avez véritablement le sentiment qu'il y a des dérapages graves. Je veux dire que ce qui caractérise la presse française c'est qu'elle

protégé en vertu de la loi du droit d'auteur.

sait rester, que ce soit codifié ou non, dans un certain sentier de vertu. C'est complètement évident. Nous ne sommes pas dans une presse attentatoire aux libertés d'autrui. On n'est pas dans un système d'exercice excessif du pouvoir d'informer. On n'est pas dans un système dont on puisse dire qu'il modifie les équilibres en utilisant des arguments fallacieux. Enfin il me semble que l'on est quand même dans un système de vérité et d'honnêteté. Le fait qu'un sénateur dise cela m'inquiète beaucoup. Cela prouve que l'image que nous donnons de nous… ou bien je dis « on donne une mauvaise image, on ne sait pas communiquer sur ce que l'on fait » ou… » le mal est plus profond que je ne le pense et je n'ai pas su percevoir la réalité de l'inquiétude ». (silence)

Je dois vous quitter j'ai un rendez-vous avec un député. J'ai rendez-vous au Palais Bourbon dans une demi-heure. Je sais ce qu'il va me dire : « vous ne rendez pas compte de nos réalisations. Vous ne rendez compte que des joutes qui peuvent exister au sein d'une circonscription politique quelle qu'elle soit, commune, arrondissement, département, etc. que par le petit bout de la lorgnette. Ce discours là, je l'ai entendu à chaque fois, chaque fois, chaque fois que j'ai rencontré un parlementaire, notamment au Sénat. C'est peut être bon signe finalement.

- Il me semble que Jacques Larché évoque la possibilité de donner une lisibilité à une démarche commune en matière de déontologie de la profession de journaliste.

Vous avez vu l'histoire de l'image de la femme dans la publicité. Le BVP va sortir de nouvelles revendications. Si la profession n'est pas capable de prendre ses responsabilités, nous allons légiférer. Légiférer en disant quoi ? (Silence) La publicité doit donner de la femme une image positive. C'est absurde ça ne relève pas de la loi, ça relève d'une attitude commune que l'on peut avoir. Je veux dire traiter le problème de la femme dans la publicité sans traiter le problème des minorités, sans traiter le problème des enfants…

- En matière de publicité je crois que les enfants sont bien protégés. D'autre part, ça n'empêche pas de pouvoir commencer par les femmes…

On peut commencer… Je veux dire que le problème n'est pas celui là. Vous imaginez vraiment une loi disant « il faut donner une image positive de la femme…. ». On parle de pouvoir non contrôlé. C'est à mon avis éminemment subjectif.

(Fin du premier entretien –reprise d'un rendez-vous)

Vendredi 20 juillet 2001 à 10 h 30

Préalable de F. Devevey

La réflexion que vous m'avez rapportée de P. Meyer, je l'ai trouvée très intéressante. A bien y réfléchir, je crois qu'il a raison.

- **Question n°17 et n°18 : Dans son Livre Blanc de la déontologie des journalistes, le SNJ se fixait notamment pour objectif de « montrer comment un patronat plus préoccupé du profit immédiat que d'information est devenu le principal acteur des dérives déontologiques ». Ce Livre Blanc visait par ailleurs à « convaincre, sinon contraindre, les employeurs d'inclure dans la convention**

protégé en vertu de la loi du droit d'auteur.

collective nationale de travail des journalistes les textes revendiqués de longue date par la profession ». Qu'en pensez-vous ?

(Silence) Y'a quand même une question mais ce n'est qu'une question. Je n'ai pas de réponse. Y'a quand même une question à poser sur la vision qu'ont les journalistes de leur propre rôle et de leur travail au sein de l'entreprise. Je crois qu'il est malhonnête de dire, d'un côté, que le patronat est le seul responsable des dérives déontologiques et de l'autre de dire ***« nous exigeons le maintien de l'ensemble des clauses qui préservent notre conscience »*** qui vont s'appeler clause de cession, clause de conscience, etc. et qui ont pour seul objectif, en effet, de donner aux journalistes la possibilité de ne pas travailler contre sa conscience. Dire : ***« le patronat est seul responsable*** » c'est, par avance, se reconnaître dans une situation de dépendance telle que ni conscience ni cœur ne sont appelés à la rescousse dans le déroulement quotidien du travail de journaliste. Donc dire cela, à mon avis, relève d'une certaine vision contradictoire. Ce n'est pas, à mon sens, et là c'est une opinion personnelle, une situation exceptionnelle pour les journalistes. Je constate que dans les occasions importantes, le journaliste hésite entre la revendication de leur statut, avec toutes les conséquences que ça peut avoir notamment en terme de sécurité d'emploi, et une approche plus intellectuelle et plus satisfaisante qui ferait d'eux des auteurs indépendants. Le statut du journaliste est le résultat d'une certaine conquête sociale. Le journaliste, aujourd'hui, a un statut parfaitement clair qui est celui d'auteur/salarié. Remettre en cause, à l'occasion de la mise en ligne de certains contenus, à l'occasion de la création d'une presse numérisée, à l'occasion de l'émergence de nouveaux modes de diffusion quels qu'ils soient. Les journalistes exigent la reconnaissance d'un droit d'auteur. Je ne parle pas d'un droit moral, je parle d'un versement de droit d'auteur. C'est-à-dire qu'ils abandonnent le statut spécifique qui est le leur d'auteur/salarié de contributeur salarié. Lorsque les journalistes disent : ***» nous souhaitons bénéficier d'une rémunération proportionnelle au chiffre d'affaires »***, ça été quand même la première demande et c'est celle qui figure dans un certain nombre d'accords de branche et d'accords d'entreprise. Lorsque les journalistes disent ***« nous souhaitons une rémunération proportionnelle »*** ça veut dire qu'ils abandonnent l'acquis social qui est le leur pour accepter l'incertitude. Je cite cela pour montrer que l'on est quand même très souvent, dans le discours des journalistes, confrontés à des remises en cause. L'exemple que vous venez de me donner, déclaration un peu agressive du Libre Blanc, me semble relever de cette même incertitude par rapport aux éditeurs.

- Jacques Morandat, directeur de la FFAP, précisait qu'il avait soumis aux syndicats de journalistes la possibilité d'assimiler le non-respect de la Charte à une faute. Ce qui impliquerait la possibilité de licencier sans indemnités. Qu'en pensez-vous ?

Je pense que Jacques a raison. C'est une petit peu de la fiction. Si on essaie de raisonner par rapport aux attitudes habituelles, je pense, qu'en effet, ils refuseront absolument que la Charte puisse valoir engagement et le défaut étant sanctionné.

· Question n°19 : Ne pensez-vous pas que la multiplication de chartes déontologiques d'entreprise porte atteinte à l'unicité de la profession ?

Je vous ai dit, la dernière fois que l'on s'était vu, ma conviction. La multiplication des

Copyright PRODHOMME Magali et Université Lumière - Lyon 2 - 2003.Ce document est

Chartes, c'est autant de tentatives, autant d'essais, d'approcher une certaine honnêteté. Jamais je ne critiquerai ces démarches. Chaque entreprise a sa personnalité propre. Je pense au contraire que cette démarche, c'est le signe du mouvement d'une longue marche vers la qualité. C'est le constat que la presse est extrêmement diverse, etc.

- Je m'interroge toutefois sur la réalité d'une « profession » qui certes se reconnaît dans la carte de presse mais n'arrive pas sinon à s'unir du moins à s'entendre sur une éthique qui lui serait commune.

Vous êtes en train de tomber dans les tautologies que l'on connaît bien sur la définition de l'entreprise d'information, de la société de presse. Elle est inévitable, personne n'a réussi à résoudre ce problème. Est-ce que la loi définit la société de presse ? Est-ce que la loi définit l'information ? Elle s'y est efforcée. Et vous ne trouverez jamais de réponse autre que tautologique. Une entreprise ***« d'information*** », ce terme n'existe nul part. Un journaliste est celui qui travaille et qui tire l'essentiel de ses revenus de son activité de journaliste. On est vraiment dans la tautologie tout à fait remarquable. Personne, aujourd'hui, n'est arrivé à définir celui qui travaille dans l'entreprise de presse, l'entreprise par rapport à son objectif, à définir l'objectif par rapport à l'entreprise et donc à définir le contenu par rapport à l'activité. Il serait évidemment beaucoup plus simple de dire ***« est journaliste celui qui s'aligne à tel type d'activité »***. Et cette activité va se définir par rapport à un contenu. Mais comment allez-vous apprécier ? Vous arrivez à une vision totalement subjective. Vous allez dire : « n'est information que ce qui est utile. N'est information que ce qui est consommée. N'est information que ce qui apporte une satisfaction à une personne déterminée. A quel public ? Comment voulez-vous le définir ? On n'a jamais été assez loin pour aboutir à une définition de ce qu'est l'information. Donc on en est réduit à des approches, à des approximations, à des sous-entendus. Tout cela se traduisant par des espoirs, par des conceptions qui sont moins ambitieuses. Mais il est de fait que le contributeur *Gala*, le contributeur *Esprit*, le contributeur *France-Soir*, *La Provence*, ont le même statut. Je ne suis pas sûr qu'ils font exactement le même métier. Ils sont publicitaires car ils rendent public.

Est-ce que l'on peut envisager une démarche déontologique qui ne ferait pas de l'activité de journaliste la réunion d'un certain nombre de composantes ? Je crois que si l'on s'en tient à des fonctions : collecte traitement et diffusion on va vite s'apercevoir que la profession de journaliste est conçue comme l'ensemble des personnes qu'effectue l'ensemble des tâches que l'on a reconnu être celles du journaliste. En revanche si l'on reconnaît aux journalistes l'obligation morale je pense que l'on se retrouve dans une vision cohérente de la place du journaliste dans une échelle d'information.

- **Question n°20 : Qu'est-ce que vous inspire les propos tenus lors du colloque intitulé « Justice et presse » organisé par l'Ordre des avocats de la Cour de Paris en 1993 : « En posant comme principe de base que la Liberté d'expression fait partie intégrante de la notion de démocratie, chacun s'est accordé à reconnaître qu'il appartient principalement au juge d'apporter sa contribution à une déontologie générale » ?**

Il est probable que les magistrats en avaient l'ambition. Il y a dans la phrase que vous citez, un intermédiaire qu'est la déontologie entre la liberté et la responsabilité. La

Copyright PRODHOMME Magali et Université Lumière - Lyon 2 - 2003.Ce document est

question qu'a posée la Fédération, depuis très longtemps, et c'était le thème d'un congrès que l'on avait fait en 1991, est : ***« Existe-t-il une liberté qui n'est pas censurée par la responsabilité ?*** ». Notre déontologie primaire est de dire : ***« nous revendiquons une liberté que nous associons à une responsabilité*** ». La responsabilité, elle relève du droit aussi. Jacques a raison lorsqu'il dit ***« on fait une charte, on l'a fait signer et on l'affiche »***. C'est un moyen pratique de dire : ***« vous voyez, je ne suis peut être pas très blanc mais je n'avais pas d'autre ambition que de l'être*** ».

- **Question n°21 : Qu'avez-vous envie de répondre lorsque l'on vous dit : « Les patrons de presse sont opposés, dans leur majorité, à la démarche déontologique, celle-ci étant facteur d'indépendance de leur personnel » ?**

C'est une totale absurdité. Une démarche déontologique c'est une démarche de convergence. Donc ne pas avoir envie d'une démarche déontologique que l'on ne met pas en œuvre…si l'on ne la met pas en œuvre, le problème de délimitation du pouvoir reste un problème de rapport de force dans l'entreprise. Une charte recueille une adhésion quelle que soit la réalité de son élaboration. Une charte qui ne reçoit pas d'adhésion n'est pas une charte….

- La Charte de *Ouest-France* avait-elle reçu l'adhésion des journalistes ?

Je n'en sais rien. Mais je n'imagine absolument pas les journalistes de *Ouest-France* disant : « Ah ! Merci François-Régis, c'est ce que nous attendions ! »

- **Question n°22 : Les entreprises de presse sont, dans leur grande majorité, soucieuses du lien qui les unit au public, au citoyen notamment lorsqu'il s'agit d'aborder les questions de crédibilité des médias. Ne pensez-vous pas qu'avec le développement des « chartes internes », l'opinion rencontre une difficulté à percevoir l'engagement d'une démarche d'ensemble, cohérente ?**

Je n'aime pas du tout ce sondage ***« La Croix -Télérama*** ». Je pense que c'est un thermomètre incertain. Je suis issu du corps des statisticiens. Je dis simplement que ce type de question désincarnée ne correspond pas à la capacité de la plupart des interviewés. Je pense que l'on pose une question qui n'est pas en phase avec la réalité de la perception que les gens peuvent avoir de leurs médias et que si on voulait avoir des réponses directement exploitables il faudrait évidemment personnaliser la relation entre les lecteurs et leurs journaux. Cette relation n'est pas désincarnée. Je veux dire que si je vais acheter le journal, je ne dis pas ***« je vais acheter indifféremment n'importe quel journal*** », je vais acheter ***« mon journal*** ». Bon très bien, cette enquête est utile, je pense qu'elle permet d'établir des chronologies, elle permet de s'interroger sur les effets de l'actualité sur la crédibilité.

- **Question n°23 : Qu'avez-vous à répondre à cette question posée par Jean-Marie Charon dans le rapport commandé et remis à l'ancienne ministre de la Culture et de la Communication, Catherine Trautman : « *Comment, dans un monde où chacun se soumet à la réflexion, se trouve confronté à l'exigence de transparence, les journalistes pourraient-ils prétendre que leur déontologie,***

protégé en vertu de la loi du droit d'auteur.

leur éthique ne peuvent être jugés que par eux-mêmes ? »

Je suis absolument d'accord. L'idée que la qualité déontologique du travail de journaliste ne peut être appréciée que par ses pairs, est une idée totalitaire. Je refuse absolument, parce que ce qu'il y a derrière cette question c'est ***« mettons en place une charte, mettons en place un mode d'emploi général, reconnu et toute infraction relèvera d'un tribunal professionnel*** ».

- Autres que par ses pairs ! Mais les médecins ou les avocats sont soumis au jugement de leurs pairs !

Le médecin est jugé par ses pairs ! Pas du tout. Sa responsabilité civile et pénale est susceptible d'être mise en cause devant n'importe quel tribunal d'ordre judiciaire. Un avocat l'est également. Il est jugé par ses pairs à un certain niveau de pratique professionnelle. C'est le rôle de la justice. C'est la mission du journaliste d'être apprécié par son public. C'est absurde, pour un journaliste qui fait son métier, de ne pas accepter la censure du public. Dire que seuls les professionnels sont à même de juger les pratiques professionnelles, c'est dire que la démarche du journaliste n'est pas accessible, dans son essence, à la pensée commune. C'est absurde.

- **Question n°24 : Pensez-vous que la commission de la Carte (commission paritaire) devrait jouer un rôle en matière d'éthique professionnelle ? (attribution de la carte subordonnée à une adhésion à certains principes communément admis)**

Non. Je pense que la question aujourd'hui est : ***« quelle est l'utilité de la carte ?*** ». Je suis navré de devoir dire que la carte de journaliste n'est jamais que l'application des allègements fiscaux. La disparition progressive des allègements fiscaux peut avoir pour effet de nous interroger sur l'opportunité de la carte. Si en effet on va plus loin, on peut se dire que la délivrance de la carte va être la manifestation de l'adhésion à un certain corpus déontologique. La délivrance de la carte va être la démarche tangible du journaliste qui se reconnaît comme appartenant à une profession et acceptant de se plier aux règles. Je ne suis pas persuadé que le meilleur endroit pour ce type de démarche soit la commission de la carte.

- Pour quelles raisons ?

Pour des raisons de composition. Je pense que son historique n'est pas très favorable. Ce que je constate c'est que le nombre de journalistes former à leur métier est de l'ordre de 15 %, qui ont acquis le B.A.B.A de la déontologie, qui ont acquis la formation juridique, qui savent ce qu'il y a dans la loi de 81, qui sont capables d'intuiter l'ensemble des droits et des devoirs. Je me dis 1- c'est une démarche intéressante, 2- je ne suis pas sûr que la commission est l'endroit idéal pour ce type de délivrance, 3- on évitera pas un débat sur la formation des journalistes.

- Quel serait l'endroit idéal ? La FNPF ?

Le lieu idéal, c'est le lieu habituel de rencontre entre partenaires sociaux.

protégé en vertu de la loi du droit d'auteur.

« Le syndicat de la presse quotidienne régionale »

Bruno Hocquart de Turtot : Directeur général du Syndicat de la presse quotidienne régionale (SPQR)

Entretien du jeudi 4 avril 2002 – Paris – 13 h

- Question n°1 : Quelles sont les occasions qui permettent l'évocation, par les syndicats de journalistes et les organisations patronales de presse, de déontologie ou d'éthique professionnelle en dehors des dérapages médiatiques ? (je pense notamment au développement de l'édition électronique et des dérives possibles qu'il implique ou bien à l'évolution de la jurisprudence)

On a eu, ce matin, un échange avec les rédacteurs en chef, concernant la violence du Livre-CGT sur la distribution de la presse gratuite. Donc est-ce que nous, rédacteurs en chef, nous, journalistes, nous ne devons pas avoir un discours sur le respect de la Liberté de la presse, de la déontologie de notre métier qui est mise en cause par ces agressions ? (…) Donc là, on est complètement dans le vif du sujet. (…)Y'a un problème, effectivement, de discours sur ce que l'on entend par Liberté de la presse et Liberté d'expression. Là, je pense que l'on est en plein dans l'éthique (…) On a reçu Robert Ménard qui nous a présenté le rapport sur les atteintes à la Liberté de la presse. Donc là aussi, on a eu un débat extrêmement intéressant qui engageait effectivement toutes les réflexions sur l'éthique du journaliste. Quel est leur rôle ? , Quelle est leur mission ? Que doivent-ils faire ? Comment se comporter par rapport à des lois qui, en France, sont très contraignantes pour la presse ? On est un pays démocratique où les lois sur la presse sont les plus développées, les plus répressives. Donc tout ça pour vous dire, à chaque fois que l'on a une réunion de la commission de l'information, on a des sujets comme ça, d'actualité, qui sont abordés et qui mettent en cause, comme ça, l'éthique des journalistes, de la profession, avec la difficulté que l'on a toujours, c'est que dans cette commission, avec des rédacteurs en chef qui sont journalistes mais qui sont aussi rédacteurs en chef (…). Il est intéressant de voir le positionnement de chacun en fonction des caractéristiques un peu personnelles de son chef d'entreprise. Alors pour en revenir plus directement à votre question, on a eu l'occasion d'aborder l'éthique du journalisme à l'occasion effectivement des développements multimédias et, plus récemment, de la presse gratuite. Nous nous situons, nous, journalistes, par rapport à cette presse financée essentiellement par la publicité, donc c'est vrai que cette irruption des nouvelles technologies du côté du multimédia a fortement ébranlé, les références que s'étaient donnés les journalistes de la presse écrite.

(…) La PQR, tout en ayant fait un effort de réflexion sur la déontologie…Vous avez peut-être eu la charte…heu ! …Moi je n'étais pas là.

- En 1995, « les règles et usages de la PQR » ?

Oui, oui. C'est Jean-Pierre Delivet qui avait travaillé là-dessus. Une fois que l'on avait

fait ça, on était très content, on ronronnait pendant trois ou quatre ans, on parlait plus du tout de déontologie, d'éthique. Puis l'arrivée des nouvelles technologies a réveillé le débat et a amené la profession à se poser un certain nombre de questions sur cette information liée aux nouvelles technologies avec leurs caractéristiques d'actualisation permanente, de rapidité, de course aux scoops, de rapport entre l'écrit et l'écran…Un certain nombre de questions se sont posées mais il n'y a pas eu, pour l'instant, de véritables réponses. On en est au questionnement.

- **Question n°2 : Qu'est-ce qui a motivé la réalisation d'un « Livre Blanc de la PQR » ?**

Ce qui a amené la publication de ce Livre blanc, c'est la multiplicité des incidents, des contentieux en terme de relations presse / justice. C'est clair. Y'a eu, je crois que c'était en 91, l'introduction, dans la loi, dans le code civil du fameux art.9.1, qui a donné lieu à de multiples débats au sein de la profession, des interventions auprès des parlementaires etc. et qui a amené l'ensemble des rédacteurs en chef et les éditeurs de la presse quotidienne régionale, à se dire qu'il serait temps que nous essayions d'élaborer, ensemble, des règles que l'on publierait et qui ferait qu'on clarifierait nos relations, tant avec les services de police qu'avec les structures de la justice. Il y a dû sans doute avoir, en ce temps là, un certain nombre de faits-divers lourds et graves, puisque c'était l'époque du petit garçon, vous savez…

l'affaire Grégory

Voilà, ce sont ces événements qui ont conduit la profession à se dire ***« il faut que l'on arrive à élaborer quelque chose »***, enfin qu'on arrive à élaborer, au moins que l'on se pose des questions et si on arrive à élaborer quelque chose de commun à l'ensemble de la PQR, ça serait très bien.

- De commun à la PQR ?

C'est ça, de commun.

- Comment expliquez-vous le fait qu'aucun titre de la PQR n'ait cité, en guise de référence, le Livre blanc de la PQR ?

Parce que ça a été oublié. Ca a été complètement oublié… et ça n'a pas, sans doute, été…ça nous a plus servi de référence interne. Nous n'en avons pas fait une exploitation médiatique. Je peux vous dire que, l'année dernière, j'avais rencontré les parlementaires à l'occasion de la loi sur la présomption d'innocence, quand je leur ai parlé des Règles et usages, ils m'ont dit ***« mais pourquoi vous n'avez pas valorisé, exploité etc. nous, on est toujours en train de dire que vous écrivez n'importe quoi, que vous faites n'importe quoi*** ». Bon, le problème de la PQR, c'est que c'est le rassemblement de 33 titres qui peuvent avoir des points de vue totalement différents, qui n'aboutissent pas forcément. Nous sommes très fiers d'avoir inscrit la mise en place de Règles et d'usages mais nous n'avons pas réussi, enfin là j'interprète, nous n'avons sans doute pas réussi à nous mettre d'accord sur l'utilisation que l'on en fait. Comme ce matin, nous avons eu un débat sur la violence (engendrée par la diffusion des Gratuits), nous n'avons pas réussi à prendre une position commune avec les 33 rédacteurs en chef, chacun ayant des points de vue extrêmement différents. La conclusion à laquelle nous sommes arrivés et bien,

Copyright PRODHOMME Magali et Université Lumière - Lyon 2 - 2003.Ce document est

c'est très bien, nous avons eu un échange là-dessus, et ça prouve que nous avons une liberté d'échanges entre nous mais de là à définir une position commune, 33 titres qui ont leur histoire, leur référence, leur idéologie, etc., c'est très difficile même sur des sujets d'intérêt commun, comme celui que vous citez.

- Mais votre réflexion vous la situez en disant ***« la référence commune est impossible au niveau de l'éthique ou au niveau de la profession »*** ?

Chaque journaliste s'inscrit dans une entreprise de presse. (suite off the record)

- Question n°3 : A-t-il (le Livre Blanc) suscité des commentaires ? Si oui, sous quelles formes ?

C'est le minimum vital. C'est insuffisant donc nous allons, chacun, dans nos titres, développer nos propres chartes. C'était donc bien accueilli par les rédacteurs en chef et par les éditeurs de presse.

- Question n°4 : Y a-t-il eu une évolution en matière de déontologie commune, depuis la rédaction de ce Livre Blanc ?

Pas au niveau où vous l'entendez. Au niveau des titres oui. Les titres se sont beaucoup investis dans ces questions là.

- Question n°5 : Avez-vous déjà envisagé, comme l'appelait de ses vœux le SNJ, une concertation avec les organisations syndicales ? Si non, pourquoi ?

Non, parce que ça relève complètement des entreprises de presse. ça c'est clair. Nous, nous considérons comme un laboratoire d'idées et d'échanges, et c'est vrai dans le domaine là, dans le domaine social, dans le domaine des nouvelles technologies, favorisant les échanges, réunissant les 25 rédacteurs en chef, on réunit les 25 DRH, on réunit les 25 éditeurs…nous leur apportons des matériaux de réflexion à partir du moment où il y a une action commune à poser, nous considérons que c'est moins le rôle du syndicat que des entrepreneurs eux-mêmes.

- **Question n°6 : Pensez-vous, comme le disait Philippe Meyer, que « *la déontologie est un pouvoir qui n'est pas prêt d'être partagé* », notamment entre les syndicats de journalistes et les organisations patronales ? (le discours éthique arbitre les jeux de pouvoir)**

Oui, je suis assez d'accord, ce n'est pas un pouvoir qui est prêt d'être partagé parce que, pour l'éditeur, l'information est une valeur marchande. Pour le journaliste c'est une valeur…biologique ou philosophique. Et c'est là, la grande césure. En tout cas, si elle n'a pas cette valeur marchande, elle n'existe plus. Je ne dis pas que ce n'est qu'une valeur marchande mais elle est, avant tout, une valeur marchande, sinon on est mort, on est mort. Et pour faire partager cette vision aux journalistes, ça c'est absolument impossible. (…) Le journal est un produit qui doit se vendre. S'il n'est pas lu, il n'existe pas le journal. Et ça, pour un éditeur de presse, c'est une question de vie ou de mort. Le journaliste se situe dans un autre monde. Donc ça ne sera jamais quelque chose de partagé parce que les références des journalistes ne sont pas du tout celles des éditeurs.

protégé en vertu de la loi du droit d'auteur.

- **Question n°7 : Que pensez-vous de l'élaboration de *« Chartes maison* » au sein des différents éditeurs de presse ?**

Le SPQR trouve ça très bien. Et d'autant plus intéressant et riche que ces chartes maisons ont été élaborées avec les journalistes. Le tout est en effet de savoir comment elle a été élaborée cette charte ? Si la charte maison a été octroyée par la direction, ça ne va pas.

- J'évoque l'enquête de la FNPF qui souligne « qu'à 62 %, ce sont les directeurs de la publication qui sont en charge, au sein du titre, des moyens qui lui sont propres pour la mise en œuvre de la déontologie »

A mon avis, la proportion est complètement inverse dans la PQR. Dans la PQR, les équipes rédactionnelles, les rédactions sont très soucieuses de pouvoir élaborer une charte. Une charte maison. Pour en faire éventuellement un instrument de pouvoir vis-à-vis de la direction. Mais à partir du moment où vous avez une direction qui s'inscrit, avec le même objectif, d'avoir une charte commune, y'a un échange, un dialogue qui se construit. En faisant cela, le SPQR a approuvé et encouragé ce genre de démarche. S'il doit y avoir une réflexion sur l'éthique, le rôle des journalistes, etc. ça ne peut être que le fait de réflexions en commun, direction /équipe rédactionnelle.

- Concernant la charte des faits-divers de *Ouest-France*, était-ce le cas ?

Ah oui, ah oui, ah oui ! Complètement. Mais pas au niveau des organisations syndicales, au niveau des journalistes eux-mêmes. Dans ce domaine là, les organisations syndicales n'avaient pas de rôle à jouer. J'allais dire ont été court-circuité, ça n'a pas été volontaire, mais ce que je veux dire c'est que les chartes des journalistes, ce n'est pas un accord social. C'est avéré que, dans les entreprises de PQR, c'est plus facile qu'ailleurs. Parce qu'il y a, au-delà même de l'entreprise et de ce qu'elle est, elle est ancrée dans une région, il y a beaucoup de choses qui font que le rapport entre le journaliste et son entreprise est très différent en PQR par rapport à la presse parisienne. Au-delà de l'entreprise, on est incrusté dans un terroir régional très fort. C'est bien caractéristique de la PQR, cette dimension locale, régionale, etc. C'est ça qui fait la grande différence avec les autres formes de presse.

- Questions n°8 : Quels sont leurs objectifs ? Qu'est-ce qui, selon vous, les distingue les unes des autres ?

Premièrement, se donner une bonne image au niveau du lectorat. Elles sont utilisées quand il y a un problème. Deuxièmement, régler des problèmes internes de relations entre les journalistes et la rédaction. Troisièmement, éviter les contentieux. On pourrait les partager ces chartes. Est-ce que ce n'est pas un instrument de pouvoir ? Si on voulait en faire autre chose, là les journalistes et la rédaction se sépareraient. Là, ils se retrouvent. Si on voulait en faire autre chose, c'est là que…c'est au stade au-dessus que ça se sépare.

- Question n°9 : Pourquoi, dans la plupart des cas, les journalistes ne sont pas invités à réfléchir à l'élaboration de ces chartes d'entreprise ? (selon l'enquête de la FNPF)

protégé en vertu de la loi du droit d'auteur.

Pas dans la PQR. Ah ! Oui, oui, oui. C'est quelque chose qui est acquis dans la PQR.

- Question n°10 : Comment expliquez-vous le refus des organisations patronales d'introduire la charte du SNJ (1918) dans la convention collective ?

Vous me posez une colle…vous me posez une colle parce que je pense que…jamais je n'ai été confronté à cette demande. Moi, si on m'avait posé la question, j'aurais tendance à dire : ***« attendez, je ne vois pas le rapport*** ». Ce n'est qu'un accord social qui règle des problèmes pratiques, qui n'a rien à voir avec une charte des journalistes.

- J'évoque les propos de Jacques Morandat (FFAP) : ***« intégrer la charte des journalistes dans la convention collective, d'accord à condition d'assimiler le non-respect de la charte à une faute grave »***

Pour moi, ce sont deux choses totalement différentes. Convention collective, c'est véritablement un accord social qui n'a rien à voir avec…je ne vois pas comment on pourrait intégrer ça. Puis la charte du SNJ, c'est très bien, mais un syndicat corporatiste qui défend les intérêts des journalistes sans prendre en compte autre chose que ses propres objectifs. S'il y avait un syndicat de journalistes qui rassemblait tous les journalistes sur les mêmes références ou les mêmes repères, on verrait les choses différemment.

- Il rassemble quand même 10 % de la profession !

Oui, mais la grande différence entre les syndicats, c'est que les autres syndicats, ce sont des syndicats inter catégoriels. Les journalistes s'inscrivent dans une entreprise qui est une collectivité avec différents métiers etc. Le SNJ ne s'intéresse absolument pas…Le SNJ-CGT prend en compte les journalistes, les employés du Livre, les employés de presse, les cadres, etc. C'est ça la grande différence avec le SNJ. Le SNJ est un syndicat corporatiste. Ce n'est pas un syndicat qui est porteur de réflexions élargies à l'ensemble du fonctionnement de l'entreprise.

- Pourquoi ne pas intégrer alors la *charte de Munich*, ratifiée par l'ensemble des syndicats français de journalistes dans la convention collective ?

Pourquoi voulez-vous intégrer une charte dans une convention collective, ça n'a strictement rien à voir avec une charte ?

- Pour lui donner une valeur juridique !

Encore faudrait-il que cette charte soit élaborée en commun avec les éditeurs de presse ! Les éditeurs doivent être partis prenante.

- En d'autres termes les éditeurs ne prennent pas la charte des journalistes et les journalistes ne prennent pas la charte des éditeurs !?

Ben oui. On peut prendre quelque chose dans la mesure où l'on y a participé, on s'est réuni, on y a réfléchi ensemble. Dans la PQR, les chartes qui ont de la valeur sont celles qui ont été construites entre les éditeurs et les journalistes.

- **Question n°11 : Pensez-vous qu'une référence commune (à toute la profession) en matière d'éthique soit nécessaire ? Si non, pourquoi ? + -Les entreprises de**

presse sont, dans leur grande majorité, soucieuses du lien qui l'unit au public, au citoyen, notamment lorsqu'il s'agit d'aborder les questions de crédibilité des médias. Ne pensez-vous pas qu'avec le développement des « chartes internes », l'opinion rencontre une difficulté à percevoir l'engagement d'une démarche d'ensemble, cohérente ? (à remarquer que le sondage SOFRES sur « la confiance des Français dans leurs médias » ne distingue pas les différents journaux mais opère une distinction sur le type de support : écrit, audiovisuel ou radiophonique. On parle bien de journalisme en général sans distinguer son appartenance à tel ou tel journal)

Ah oui ! Oui ! à condition qu'il y ait une véritable démarche commune, éditeurs / journalistes. Pourquoi on parle de ces sondages ? ça fait vendre. Vous croyez vraiment que ça intéresse les journalistes. ça fait vendre. On est dans un monde complètement…On a perdu les repères essentiels. Je pense que la profession les a perdus. Elle les a perdus.

- Au profit de quoi ? Des repères de l'entreprise ?

Oui.

- Alors qu'est-ce qui ne marche pas ?

Alors là, c'est un peu plus…purement patronal. Ce qui cloche c'est que les éditeurs ont en face d'eux des journalistes qui ne sont pas là pour défendre une profession mais qui sont là pour défendre des intérêts matériels.

- Matériels et moraux ! ?

Oui, matériels et moraux, mais matériels. A *Ouest-France*, la charte ça n'a pas été un travail commun des syndicats et de la direction, ça a été un travail des équipes de journalistes et des éditeurs. Le journaliste est quelqu'un qui, de toute façon, ne peut pas se syndiquer, dans la tête, il ne peut pas se syndiquer. Un journaliste est quelqu'un de libre, etc. Donc les syndicats de journalistes ne sont crédibles vis-à-vis de leur mandant dans la mesure où ils leur apportent des avantages matériels. A l'intérieur même du SNJ, je peux vous dire qu'il y a des débats homériques sur la déontologie des journalistes, etc. Incroyable ! Donc le syndicat ne peut avoir aucun rôle là-dessus. Donc, ça ne peut rentrer dans une convention collective. C'est ailleurs que cela doit être fait.

- Vous ne pensez pas que la multiplicité des chartes porte atteinte à l'unité de la profession ?

Ah non, ah non. Elle n'existe pas. D'ailleurs il n'y a qu'à voir la multiplicité des organisations patronales, la multiplicité des organisations syndicales, mais ça c'est classique, c'est français, c'est spécifique à la presse…Vous connaissez une profession qui est aussi divisée ? Syndicat de la presse parisienne, syndicat de la presse départementale, syndicat de la presse quotidienne régionale, fédération de la presse spécialisée, avec six syndicats en interne, syndicat de la presse magazine et d'opinion, syndicat de la presse magazine et d'information…

- Y'a quand même un élément fédérateur : la carte de presse et la commission qui la délivre.

Copyright PRODHOMME Magali et Université Lumière - Lyon 2 - 2003.Ce document est

Ce n'est pas une instance fédératrice. C'est une instance qui donne des cartes et des avantages matériels.

- Devrait-elle jouer un rôle en matière d'éthique professionnelle des journalistes ?

Je ne crois pas.

- Pourquoi ?

Parce qu'elle est complètement investie par des organisations syndicales, au sens large du terme.

- Elle est représentative !

Du côté patronal sûrement, du côté syndical j'en suis moins sûr (rires). Mais oui, et j'en suis intimement convaincu en plus. Je ne tiens pas un discours patronal, je tiens un discours très personnel. J'en suis absolument convaincu.

- **Question n°12 : Qu'est-ce que vous inspire les propos suivants tenus lors du colloque intitulé « Justice et presse » organisé par l'ordre des avocats de la Cour de Paris en 1993 : « *En posant comme principe de base que la liberté d'expression fait partie intégrante de la notion de démocratie, chacun s'est accordé à reconnaître qu'il appartient principalement au juge d'apporter sa contribution à une déontologie générale* » ? On peut ajouter aussi les controverses autour de l'art 1382 du Code civil qui détermine la responsabilité de l'individu et dispose que tout individu qui a commis une faute doit en réparer les conséquences. Le juge civil peut donc apprécier l'existence d'une faute du journaliste (la faute renvoie à une norme ou à la déontologie, mais le juge ne dispose d'aucune référence commune) et in fine se poser comme juge naturel de la déontologie de l'information. Qu'en est-il ? + Croyez-vous enfin possible ce que Jacques Saint-Criq a proposé à savoir « que notre profession a l'idée, parmi d'autres, que la loi pourrait faire obligation aux entreprises de presse d'avoir une charte rédactionnelle dans leur arsenal, de même qu'elle les oblige à avoir un règlement intérieur » ?**

Oui, à condition que la loi fasse obligation de démarche et non pas de résultat.

- Une obligation de moyen ?

Oui, que la loi soit une ardente obligation à discuter, à tenter d'élaborer une charte, mais qu'elle n'impose pas d'aboutir au résultat.

- Ce n'est pas une façon de dissimuler…

Non. Non, pas du tout. Parce que je crois que ce qui est important c'est…, ce que je conçois intéressant dans certaines lois, c'est qu'il y ait une obligation d'échanger, de travailler sur une question etc. Je trouve cela extrêmement intéressant, mais il faut laisser aux entreprises et aux journalistes…

- Ce n'est donc pas au juge…

Oui le juge est très souvent…heu…il fait son travail.

- Et la référence à une éventuelle charte commune ?

protégé en vertu de la loi du droit d'auteur.

Quelles devraient être les principales références d'une charte commune ?

- A l'occasion des auditions menées, le 21 avril 1997, dans le cadre d'une mission d'information commune sur la presse écrite, sous la présidence de Bruno Bourg-Broc et Ladislas Poniatowski, Jacques Saint-Criq, répondant à une question de Michèle Alliot-Marie sur la déontologie, a précisé que ***« les journalistes répondent toujours –et ils ont raison – qu'ils ont des règles professionnelles de déontologie, mais dans la profession nous sommes un certain nombre à penser qui, si règles il y a, il vaut mieux qu'elles soient écrites noir sur blanc et que tout le monde, en particulier usagers et les lecteurs, les connaisse*** ». En disant cela, n'est-ce pas nier l'existence de documents tels que la charte de 1918 ou la charte de Munich contenant justement des ***« règles écrites noir sur blanc*** » ? (rapport n°3512)

La charte de Munich, c'est la charte des syndicats. Ce n'est pas une charte de la profession, la charte de Munich. La profession, elle est composée de qui : des éditeurs de presse et des journalistes.

- Mais qu'est-ce qui fait que la référence commune soit impossible ?

Pour l'instant ça n'a jamais abouti. Les entretiens de l'information de Charon sont certainement une tentative, sur un habillage de la façon dont on traite l'information, d'arriver sans doute à terme de se créer, les journalistes et les éditeurs de presse, sûrement pas une charte mais au moins des références communes. C'est une idée de Jean-Marie Charon et, personnellement, je la trouve extrêmement intéressante. Non je pense que le problème de la déontologie de la presse, il ne peut-être véritablement traité que sur une incitation de la loi, que par les gens de presse eux-mêmes.

- **Question n°13 : Qu'avez-vous envie de répondre lorsque l'on vous dit « les patrons de presse sont opposés, dans leur majorité, à la démarche déontologique, celle-ci étant facteur d'indépendance de leurs personnels » ?**

Oui, si c'est une charte dont les journalistes se dotent eux-mêmes, de façon unilatérale comme le SNJ parce que c'est créer un contre pouvoir au sein de l'entreprise et ça le contre-pouvoir qui est-ce qui l'a, ce sont les syndicats, c'est normal, ça fait partie des règles du jeu social mais les patrons n'y sont pas opposés s'il y a véritablement une démarche commune, journalistes et éditeurs de presse.

- Et cette situation ne s'est jamais rencontrée ?

Si de temps à autre, je pense qu'il y a une volonté commune. Si, c'est possible mais ça nécessite un travail de mise en confiance respective, alors là on fait appel à tout un tas de dimensions des relations sociales en France.

- Question n°14 : Dans son « Livre blanc de la déontologie des journalistes » le SNJ se fixait notamment pour objectif –je cite- de « montrer comment un patronat plus préoccupé du profit immédiat que d'information est devenu le principal acteur des dérives déontologiques ». Qu'en pensez-vous ?

Ça, je ne peux que récuser ça. Qui est responsable des dérives déontologiques ? Nous sommes des gens irresponsables ? Non, non. Les dérives déontologiques, ce sont les

protégé en vertu de la loi du droit d'auteur.

journalistes, dans la plupart des cas, enfin dans les entreprises de presse que je connais. Ce sont eux qui exercent leur métier. Y'a pas de censure de la part des patrons de presse.

- Et le lien de subordination ? !

Oui, c'est vrai, le lien de subordination est certainement quelque chose qui pèse sur le journaliste. Mais, comment continuer autrement ? Comment fonctionner autrement ? Dans une entreprise y'a un pouvoir et un contre-pouvoir…

- Mais en matière d'éthique professionnelle, qu'est-ce que l'on cherche à protéger ?

L'équilibre économique de l'entreprise !

- Donc finalement quand le SNJ parle de recherche de profit

Pas de profit. L'équilibre économique de l'entreprise c'est autre chose. Le vrai patron de presse, il ne cherche pas le profit, il cherche à remplir une mission mais il ne peut la remplir que s'il y a un équilibre économique.

« L'association des employeurs du service public audiovisuel »

Bernard Gourinchas : Président de l'association des employeurs du service public de l'audiovisuel (AESPA)

Entretien du mercredi 18 juillet 2001 à 10 h

Préalable dressé par B. Gourinchas

Moi, je vous parlerai, bien entendu, en faisant l'effort de généraliser suffisamment mon point de vue, mais l'essentiel de ce que je vous dirai, c'est à partir de mon expérience *France 3* [921] . C'est à partir de là que je peux avoir un avis ou, tout du moins, l'expérience d'un certain nombre de contraintes et de difficultés.

- Question n°1 : Quelles sont les occasions qui permettent l'évocation, au sein de l'AESPA, de déontologie ou d'éthique professionnelle en dehors des dérapages médiatiques ? (Je pense notamment à l'évolution de la jurisprudence)

Je dirai que l'on n'en parle même pas quand il y a dérapages. Parce que ces problèmes sont du ressort des chaînes. Donc le mode de fonctionnement de l'Association est rythmé par un conseil d'administration, en gros, deux fois par trimestre. Donc c'est à ces occasions là que peut être évoqué ce problème. C'est-à-dire que ces conseils d'administration commencent toujours habituellement par un tour de table où chaque société présente les faits marquants du point de vue social. Il faut quand même bien préciser les choses, cette Association traite à 98% de problèmes qui ont un enracinement social. Ils concernent les salariés, le droit du travail, l'organisation du travail, etc. C'est essentiellement ça. Alors, la déontologie, bien entendu, est tout à fait dans la compétence

[921] Bernard Gourinchas fut directeur des Ressources Humaines à *France 3.*

de l'Association, mais dans la mesure où l'Association déciderait de l'évoquer elle-même ou bien si tel ou tel des participants l'évoque et dit : ***« nous sommes préoccupés par tel ou tel problème*** ». Jusqu'ici je n'ai pas souvenir qu'il y ait eu, explicitement en tout cas, l'évocation de ces problèmes là. Alors, y a t il d'autres occasions qui puissent nous amener à ça ? Oui. Nous sommes signataires de la convention collective nationale de travail des journalistes. Ce ne sont pas les sociétés qui sont signataires, c'est l'Association. Donc, toute évolution de cette convention et de son avenant audiovisuel nécessitera que nous soyons partis prenante et c'est un peu le cas d'ailleurs. Devevey a pu vous en parler puisque l'on se rencontre assez régulièrement soit à la FNPF soit à la PQR, parce que nous avons un certain nombre de problèmes communs. Par exemple, actuellement, nous évoquons le problème d'agrément des écoles de journalisme. On est en train de réécrire les conditions d'agrément des écoles de journalisme parce qu'on s'aperçoit qu'il y a eu beaucoup de dérives. Une autre question qui a été abordée à notre initiative c'est la question d'une éventuelle modification de la convention collective permettant, aux journalistes, de prendre leur retraite à 60 ans pour ceux qui le souhaitent. ça nous a amené à décaler, si vous voulez, l'angle de notre travail. ça se heurte à la culture journalistique, ça se heurte aussi à des problèmes fiscaux qui peuvent amener les journalistes à ne pas souhaiter ça. Mais, nous nous sommes aperçus que, quand nous avons abordé ce problème dans les syndicats patronaux de la presse, les réticences finalement portaient moins sur cette affaire de la retraite à 60 ans que sur la question : ***« Attention, si on met en place quelque chose comme ça, que les syndicats de journalistes ne nous demandent pas, qu'est-ce qu'ils vont nous demander en échange ? »***. Et finalement, ce qui pouvait apparaître du point de vue patronal comme un moyen de gestion des rédactions intéressant parce que, y'a des gens surtout dans l'audiovisuel, il faut bien le dire, les JRI (journalistes reporters d'images) ont la qualité de journaliste et souvent les JRI sont très abîmés par les conditions physiques de leur travail, donc il peut y avoir pour ceux là intérêt à prendre la retraite plus tôt. C'est vrai que l'audiovisuel est plus sensibilisé que la presse écrite à ce genre de chose, mais tout de suite la réaction des organisations des employeurs a été de se dire : ***« Qu'est-ce qu'ils vont nous demander*** ? ». Est-ce que l'on ne va pas ouvrir la boîte de Pandore ? ça a finalement mis en évidence quelque chose : comme tous les textes qui sont un peu considérés comme des textes sacrés, moins on y touche mieux on se porte, les journalistes, c'est un peu ça. Nous, on a une convention, n'y touchons pas trop, même s'il est évident que sur bien des points elle ne colle plus et, en particulier, peut-être a-t-elle besoin d'un rafraîchissement sur les problèmes tels que la déontologie des journalistes. Sans dommages et sans faire un effort d'adaptation aux pratiques du temps, est-ce que l'on peut se contenter de la Charte du journaliste, telle qu'elle est dans la convention, s'agenouiller devant et dire « nous avons là, c'est comme le serment d'Esculape pour les médecins, bon on sait très bien que leur pratique aujourd'hui, enfin le serment d'Esculape ne répond plus à tous les problèmes de leur pratique. Et la charte du journaliste, ce beau texte, ne répond plus, non plus, à certaines conditions aujourd'hui incontournables de l'exercice du journalisme. Donc, on se dit mais au fond, c'est vrai cette convention collective des journalistes, moins on y touche mieux on se porte, mais qu'est-ce qu'il serait souhaitable de faire évoluer dans cette convention ? Et au lieu d'en faire une sorte de démarche des employeurs, pourquoi pas utiliser à ce moment une institution paritaire

 Copyright PRODHOMME Magali et Université Lumière - Lyon 2 - 2003.Ce document est

qui existe chez les journalistes qui s'appelle, heu ! Attendez, la commission paritaire nationale de l'emploi des journalistes (CPNEJ). C'est une commission nationale, prévue par la loi, elle existe d'ailleurs dans d'autres branches que chez les journalistes. Elle existe, elle se réunit…et pourquoi ne lui demanderait-on pas, puisqu'elle peut être chargée de travaux divers, soit à la demande des organisations syndicales soit à la demande des employeurs, de dire ce qui à son point de vue gagnerait, dans la convention, à être reprécisé ?

- Pourquoi pas la commission de la carte ?

Parce que la commission de la carte, alors attendez…Est-ce que l'on peut attendre de la commission de la carte…heu !

- Elle est paritaire aussi !

Oui, seulement…oui les deux pourraient tout à fait être saisies. Pourquoi a-t-on pensé plutôt à la CPNEJ ? C'est parce qu'il nous semblait qu'on ne pouvait pas s'interroger sur les évolutions souhaitables à moyen et long termes de la formation des journalistes, sans avoir défini, un petit peu, ce que l'on entendait par journaliste. Or, quand vous regardez la convention collective et le code du travail, qui définissent ce que c'est que le journalisme, vous vous apercevez qu'il y aurait peut-être à regarder de plus près. C'est ça la question que l'on voudrait poser à la CPNEJ, leur dire « écoutez, on a réfléchi sur certaines évolutions souhaitables autour de la formation des journalistes via les écoles agréées, maintenant il serait peut-être temps de passer, il aurait peut-être d'ailleurs fallu le faire avant, mais faisons-le de manière rétroactive : « Qu'est-ce que tout cela présuppose, dans la conception du métier de journaliste, la fonction d'information dans la société ? Faut-il faire évoluer cette définition ? Il serait difficile, à cette occasion là ne pas évoquer les problèmes de déontologie.

- C'est une question consubstantielle à l'identité des journalistes ?

C'est une question fondamentale pour les journalistes. A partir du moment où vous recherchez une information, tous les moyens ne sont pas bons, C'est déjà un premier niveau. Ensuite, cette information faut la traiter. Il doit y avoir nécessairement conscience de ce que l'on fait subir à une information et le problème est renouvelé quand c'est une information doublée d'images. Il y a une activité d'éclairage et tout journaliste doit être conscient…heu ! il me semble que tout journaliste doit s'interroger, à un moment ou à un autre, sur la conception qu'il a spontanément de la vérité (…) Y'a un troisième niveau qui est celui de la diffusion. Non seulement le journaliste va collecter l'info, non seulement il la traite, il a fait un sujet ou un article mais il y a la rédaction en chef voire la direction de la société qui va choisir de diffuser ou pas, qui va donner telle place ou telle autre dans le journal et ça aussi soulève le problème du rapport de ce travail là à la vérité.

- Question n°2 : Avez-vous déjà envisagé, comme l'appelle de ses vœux le SNJ, une concertation avec les organisations syndicales ? Si non, pourquoi ?

Moi, ici, au niveau de l'Association, non. Mais ce qui s'élabore dans les sociétés et notamment cette Charte de l'antenne de France Télévision sera nécessairement discutée avec les syndicats. Le travail que l'on avait fait à *France 3*, dans les années 95-96-97, procédait disons d'une volonté commune forte du SNJ et de la direction.

protégé en vertu de la loi du droit d'auteur.

- Du SNJ particulièrement ou d'autres syndicats ?

SNJ particulièrement. La CFDT n'y était pas hostile du tout mais le SNJ était le moteur.

- A quels travaux de *France 3* faites-vous référence ?

Je pense, qu'à l'époque, on avait défini trois grosses questions qui se posaient notamment concernant les ***« ménages*** »

- Qu'est-ce que vous appelez « les ménages » ?

Les ménages, c'est du moins l'expression que l'on emploie dans l'audiovisuel. Pour un journaliste, salarié permanent de la société, il a l'obligation de consacrer la totalité de sa collaboration à la société qui les emploie. Or, on constate que certains d'entre eux, qui acquièrent une certaine notoriété, nationale ou régionale, vous savez le présentateur du journal de 19 h de Clermont-Ferrand est tout aussi célèbre à Clermont-Ferrand que…sont sollicités pour animer des débats dans des entreprises, dans des rassemblements divers, etc. En général assez fortement rémunérés parce que la mode des conventions dans les entreprises a beaucoup prospéré…heu ! Donc vous avez des journalistes qui se prêtent à ce genre de choses et qui de ce fait risquent d'aliéner une part de leur indépendance. France 3 a mis en place un système d'autorisation préalable qui passait par le rédacteur en chef et le directeur régional et qui devait faire l'objet d'un relevé mensuel. (Suite : récit de la fabrication, pour un laboratoire pharmaceutique, d'un faux 19-20)…Donc, on avait fait un travail avec les organisations syndicales, visant à mettre en place un système de transparence.

- **Question n°3 : Pensez-vous, comme l'écrit Philippe Meyer, que « *la déontologie est un pouvoir qui n'est pas prêt d'être partagé* », notamment entre les syndicats de journalistes et les organisations patronales ? (le discours éthique en tant que mode d'arbitrage des jeux de pouvoirs)**

Oui, bien sûr. On peut dire, je pense que Meyer a raison, de pointer le fait que vous pouvez brandir la déontologie si vous êtes patrons, vous pouvez brandir la déontologie pour cadrer heu ! Certaines…heu…initiatives de vos journalistes mais à l'inverse c'est vrai aussi que les syndicats de journalistes peuvent être prompts à brandir la déontologie et à crier à l'inféodation, notamment aux partis politiques, dans la direction, en disant ***« voilà ! La direction a sucré tel reportage parce que ça avait mis en cause tel parti politique*** » C'est vrai que la déontologie, ça peut être utilisé dans un certain affrontement social.

- **Question n°4-5 : Quelle est, selon vous la tendance actuelle des employeurs de l'audiovisuel public à l'égard des questions de déontologie ? Et Que pensez-vous de l'élaboration de « chartes maison » au sein de *France 2* et *France 3* ?**

L'approche, type convention nationale, sera forcément une approche de l'ordre heu ! Comment dire…de l'ordre de l'idéal, c'est-à-dire que l'on va, à travers la Charte du journaliste, vers un fonctionnement idéal du journalisme qui doit être inscrit quelque part.

protégé en vertu de la loi du droit d'auteur.

Dans une profession qui a partie liée avec la vérité de l'information, ça me paraît indispensable et, en ce sens là, le journalisme n'est pas un métier comme les autres. On pourrait dire la même chose, à certains égards des médecins. Ce n'est pas un métier comme un autre. Il a besoin qu'on lui fixe un horizon, sans doute très exigeant, mais périodiquement la profession a besoin de s'interroger si elle est toujours d'accord avec cet horizon. Mais, et ça justifie à mon sens et ça rend nécessaire le travail de chaque entreprise de presse dans la mesure où elle a une spécificité. C'est que le type de problème concret d'ordre déontologique qu'elle va rencontrer ne sera pas forcément le même dans toutes les sociétés. Donc, c'est un effort nécessaire me semble-t-il…

Je crois que l'on peut arriver à un constat quand même. La déontologie c'est une affaire personnelle, on l'a ou on ne l'a pas, donc c'est ça qui…mais vous avez ensuite des journalistes qui, je le répète, sont des salariés permanents d'une société et qui vont donc travailler dans cette société 10, 20 ou 30 ans, qui vont acquérir, comme vous le dîtes, une certaine culture. Ca fait partie, me semble-t-il de la culture d'une rédaction de société d'avoir sa formulation propre, pas forcément différente ou son accentuation propre des incontournables déontologiques. Je prends un exemple, *France 3*. C'est quand même 1200 ou 1300 journalistes, c'est la plus grosse rédaction de France. Mais vous avez des journalistes qui alimenteront un bureau local à évreux où ils seront deux, vous aurez une édition locale à la Rochelle où ils seront dix, vous aurez des bureaux régionaux à Nantes ou à Rennes où il y a une trentaine de journalistes et puis vous avez la rédaction nationale où là, il doit y en avoir pas loin de deux cents. Les responsables et singulièrement le directeur des Ressources humaines ne peut pas se désintéresser de ce problème car pour lui c'est très important qu'il y ait une vision *France 3* des problèmes qui se posent à la déontologie des journalistes. ça n'aliène en rien le fait que les journalistes doivent avoir, avant tout, leur déontologie personnelle, sinon y'a rien. Mais que la société a sa propre vision là-dessus. Le journaliste s'identifie forcément à un moment donné, soit, il s'identifie sous forme d'intégration forte, soit sous forme d'opposition permanente. Il se réfère quand même à cette société *France 3* bon et on sait très bien que ce n'est pas pareil de travailler à *France 3* ou *France 2*. Il faut que cela soit une déclinaison de cette espèce d'horizon de la profession que constitue la Charte de déontologie de la profession. C'est important d'avoir en plus une référence interne qui nous permette de dire ***» vous deviez respecter telle procédure, vous ne l'avez pas fait. Pourquoi ? »***

- **Question n°6 : Dans son Livre Blanc de la déontologie des journalistes, le SNJ se fixait notamment pour objectif de « montrer comment un patronat plus préoccupé du profit immédiat que d'information est devenu le principal acteur des dérives déontologiques »**

Je pense que c'est très cohérent avec les thèses habituelles du SNJ. J'estime que c'est de bonne polémique. Je pense également que l'on trouverait des exemples qui vont dans ce sens effectivement. Maintenant, franchement, le meilleur moyen de faire du profit, excusez-moi, ce n'est pas de faire de l'information. Si vous voulez être une chaîne rentable, il faut réduire les plages d'information et faire du programme. Vous achetez des trucs clés en mains et vous avez une chaîne qui fonctionne et qui est regardée. Donc faire de l'information, ça coûte beaucoup et ça ne rapporte pas grand chose. Donc quand un

média fait de l'information et que les patrons veulent absolument maintenir ces créneaux d'information, même les augmenter, on ne peut pas dire qu'ils sont dans une logique de profit.

- **Question n°7 : Ne pensez-vous pas que la multiplication de chartes déontologiques d'entreprise porte atteinte à l'unicité de la profession ? (J'ajoute que la Charte d'Antenne de *FranceTélévision* devrait faire l'objet d'une publicité auprès du grand public)**

Oui, mais ça fait partie de la communication des sociétés. Elles sont ravies quand elles peuvent faire de la communication sur autre chose que sur des résultats financiers ou sur les programmes type *Télé 7 jours*. Dès qu'elles peuvent avoir un supplément d'âme à brandir, elles le font. Mais, l'essentiel ce n'est pas qu'il y ait une charte à brandir, c'est qu'il y ait une charte d'antenne qui fasse l'objet d'un accord large, paritaire évidemment, et d'une volonté d'application. Si c'est uniquement pour dire ***« nous avons traité le problème parce que nous l'avons identifié*** », ça n'aboutirait à rien. Je pense…heu ! Sur la question des ménages, c'est beaucoup plus utile, plutôt que de faire un grand dégagement philosophique du style ***« on n'a qu'à se référer à la charte, ça suffit*** », bon, heu…mieux vaut prévoir des procédures claires de transparence à ce sujet. C'est ça qui est utile et important.

- Question n°8 : Qu'est-ce qui selon vous fait ou ferait la spécificité de l'éthique professionnelle des journalistes ?

Ce qui fait la spécificité c'est…Je ne vais pas répondre de manière abstraite. Le journaliste a une responsabilité énorme. Sa responsabilité c'est de faire savoir, c'est de donner une information. Cette information peut entraîner des conséquences, à tout point de vue. ça peut entraîner des conséquences sur la vie privée des gens, sur leur image politique, si ce sont des hommes politiques, ça peut entraîner des mouvements de capitaux énormes…donc je crois que la spécificité du métier de journaliste est qu'il manipule cette denrée très particulière dans les sociétés où nous vivons maintenant. Société de l'instantanéité. L'information, elle peut être vraie, elle peut être fausse et sciemment fausse. On peut faire de la désinformation, c'est bien connu, on peut faire des tas de choses et c'est une profession très très difficile parce qu'elle a constamment à se tenir vigilante à ce sujet. Or, de plus en plus, les journalistes sont tenus de travailler très vite. C'est le cas pour les quotidiens. Alors que le journaliste a cette responsabilité redoutable d'avoir constamment à l'esprit la portée de ce qu'il va publier, il a de moins en moins de temps pour être au clair avec lui-même là-dessus. Maintenant, prenez par exemple, je me faisais la réflexion depuis trois soirs de suite, je regardais le journal de TF1, ce journal pratiquement passe un quart d'heure tous les soirs à des reportages sur l'insécurité. Du début du journal jusqu'à pratiquement 20h15. Bon, dont acte, l'insécurité est un problème de société réel, c'est devenu en même temps un problème politique. Bon alors, le journaliste qui a fait le reportage on lui a dit ***« tu vas faire un sujet sur les médiateurs dans les cités à risque*** » bon, il va faire son sujet. Il va le faire honnêtement. Le rédacteur en chef ou le présentateur décide d'intégrer ça à un ensemble et le journaliste va découvrir, peut-être avec effroi, que son sujet vient faire nombre avec

Copyright PRODHOMME Magali et Université Lumière - Lyon 2 - 2003.Ce document est

d'autres sujets et qu'au bout du compte ce qui sort de cet amalgame de sujets ce n'est pas ce qu'il aurait voulu. Pour répondre plus précisément à votre question, je crois que c'est ce rapport en effet à la vérité couplée avec ces infinies possibilités de trucages et de manipulation qui constituent n'importe quel support et avec la rapidité, je pense que c'est là qu'est le nœud de la difficulté.

- Je fais référence au sondage mené par la FNPF qui révèle que ce sont à 62 % les directeurs de publication qui sont en charge des moyens pour la mise en œuvre de la déontologie. Je demande : « qu'en est-il dans l'audiovisuel public ? »

Je ne sais pas comment a été élaborée la Charte d'Antenne de *FranceTélévision*, je crois qu'elle est un document direction. Personnellement, je crois, si c'est publié comme ça, en disant ***« voilà c'est une charte octroyée, c'est la direction qui l'a élaborée et qui vous dit comment vous devez vous comporter »*** je pense que ça sera une erreur, limitons nos propos, une erreur de communication. Les journalistes se défient immédiatement et spontanément de quelque chose dont ils ne connaissent pas l'origine. Je pense que ça serait de la sagesse de la part des responsables de *FranceTélévision* de donner ce document comme base de discussion à leurs organisations syndicales. Maintenant, vouloir faire quelque chose en commun avec les syndicats, c'est très long. Ca peut prendre des années puis on meurt avant que ça soit terminé. C'est peut-être un souci d'efficacité, et là je le comprendrais, qui amène une direction à dire ***« je dégage trois ou quatre personnes qui vont mettre ça sur pied en quelques mois*** » mais ensuite on va le discuter dans les rédactions. Je ne sais pas quelle voie sera choisie ?

- **Question n°9 : Qu'avez-vous envie de répondre lorsque l'on vous dit : « Les patrons de presse sont opposés, dans leur majorité, à la démarche déontologique, celle-ci étant facteur d'indépendance de leur personnel » ?**

Le thème de la déontologie, s'il est brandi contre eux, sous la forme ***« vous êtes des pourris et vous voulez nous associer à vos magouilles »***, bon, si c'est brandi comme ça, aucun patron ne peut trouver sympathique de parler de déontologie. Si la déontologie est uniquement quelque chose que le journaliste lui oppose, comme s'il devait se protéger de ce malhonnête individu qu'est le patron, bon je pense que c'est un peu enfantin et de fait, ce n'est pas une bonne base de dialogue. Si maintenant, on est conscient, de part et d'autre, de ce qu'est le métier d'informer, de sa difficulté, et ça vaut pour le patron aussi bien que pour le journaliste, on a intérêt à mon avis à travailler le sujet ensemble et à ne pas se lancer d'invectives. C'est vrai que le journaliste, et c'est dans sa convention et dans sa charte, la clause de conscience, elle existe chez les journalistes, ça lui donne une spécificité. On reconnaît bien, qu'à un moment donné, le journaliste doit avoir la possibilité de rompre avec un changement de direction (…) C'est vrai, vous avez tout à fait raison, il existe une tension entre l'indépendance du journaliste qui est un acquis que l'on ne peut pas renier, sinon il devient un publicitaire…

- Oui, enfin l'indépendance du journaliste est toute relative. En matière de déontologie le journaliste ne reconnaît que la juridiction de ses pairs ce qui n'est pas sans rappeler le lien de subordination qui le lie à son employeur.

Oui, c'est ça, le lien de subordination. Voilà, il y a une tension qui ne peut pas être

protégé en vertu de la loi du droit d'auteur.

surmontée. C'est un balancement perpétuel, le journaliste ne peut pas aliéner son indépendance et à partir du moment où il accepte de devenir salarié permanent d'une société, il accepte un lien de subordination. C'est clair. Comment se sortir de cette contradiction ? D'ailleurs, et là c'est une réflexion personnelle qui ne plairait pas au SNJ, je leur ai déjà dit une fois ou l'autre, ***« vous savez, le journaliste, comme il se voit lui-même, il n'a vraiment de sens que comme pigiste. Ce qui garantit le mieux l'indépendance c'est de n'être lié à aucun organisme de presse »***. ça, c'est de l'utopie.

- **Question n°10 : Qu'avez-vous à répondre à cette question posée par Jean-Marie Charon dans le rapport commandé et remis à l'ancienne ministre de la Culture et de la Communication, Catherine Trautman : « *Comment dans un monde où chacun se soumet à la réflexion, se trouve confronté à l'exigence de transparence, les journalistes pourraient-ils prétendre que leur déontologie, leur éthique ne peuvent être jugés que par eux-mêmes ?* »**

C'est une réflexion très intéressante. ça présuppose que le journaliste échappe au jeu social. Or il n'y échappe plus. Je crois qu'il faut que le journaliste accepte, et ça ne le diminue nullement, de considérer qu'il est un acteur social comme une autre, avec une mission pleine de responsabilités. Mais il n'a de sens que par rapport à un lectorat ou des auditeurs et donc il est l'un des acteurs de cette société. Et donc, cette espèce d'idée que, seul un journaliste peut juger de ce qui concerne d'autres journalistes ça me paraît relever d'une époque dépassée qui était celle aussi où les ecclésiastiques disaient qu'ils ne pouvaient relever que des tribunaux ecclésiastiques, que les militaires ne pouvaient être jugés que par des militaires, par des cours martiales etc. Ce sont des mentalités très dix-neuvième siècle. J'admets tout à fait qu'il y ait des organes, des institutions propres à la profession qui sachent mieux que quiconque ce qui est bon pour la profession mais quand il s'agit d'apprécier un acte journalistique, quel qu'il soit, moi je me suis trouvé dans cette situation, je ne suis pas journaliste, je ne l'ai jamais été, je me suis trouvé dans cette situation avec des commissions de discipline à *France 3*, Bon. On m'a dit ***« ah ! Les syndicats risquent d'estimer que vous n'avez pas qualité pour les présider »***. J'ai dit ***« mais halte là. C'est ma fonction de présider la commission de discipline. Qu'elle soit constituée de telle sorte que du côté de la direction, il y ait une majorité de journalistes, certes, mais je maintiens que je suis directeur des Ressources Humaines de cette société »*** et aucun syndicat n'a jamais fait la moindre observation. Donc, je crois que la remarque de Charon est pertinente. C'est peut-être une révision que le journaliste doit faire par rapport à lui-même. Il est un acteur social comme un autre et il relève de l'appréciation de l'ensemble de la société dans l'exercice de la profession.

- **Question n°11 : Pensez-vous que la commission de la Carte (commission paritaire) devrait jouer un rôle en matière d'éthique professionnelle ? (attribution de la carte subordonnée à une adhésion à certains principes communément admis)**

Oui mais reste à savoir si les…heu…membres de la commission sont choisis…heu…désignés…si c'est bien avec cette idée derrière. Je n'en suis pas sûr.

protégé en vertu de la loi du droit d'auteur.

Pourquoi pas, pourquoi pas que ça soit au moment de l'obtention de la carte de presse qu'on demande au futur journaliste candidat de signer un document où il reconnaît que tel texte s'applique à lui. Pourquoi pas !

- Vous paraissez dubitatif !

Heu ! Non, non. C'est vrai que la commission de la carte a l'avantage d'être le point de passage obligé. Mais…il ne faut pas sous-estimer le fait qu'il y a des journalistes très connus qui n'ont pas la carte.

- Ce n'est pas une raison

Non, non (rires), ce n'est pas une raison mais je le signale au passage. Donc…heu ! Ce que je veux dire c'est que peut-être les membres de la commission de la carte aujourd'hui ne sont pas choisis de telle sorte qu'ils puissent élaborer eux-mêmes un texte mais je pense que la profession est suffisamment équipée, aussi bien du côté employeurs que du côté syndicats pour s'attaquer au toilettage des textes qui existent si nécessaires. Mais il ne faut pas et c'est peut-être là dessus que je voudrais insister, il ne faut pas le faire dans un esprit politique. Si les syndicats disent ***« la déontologie, c'est pour le patron »*** et si de son côté le patron dit ***« les journalistes feraient bien quand même de regarder dans leur basse-cour et de nettoyer leur paillasson avant de déposer leurs ordures chez nous*** », si on part sur ces bases là ***« tous pourris d'un côté, tous vendus de l'autre*** », on n'en sortira pas. Je crois qu'il faut revenir à cette idée que la profession de journaliste, en tout cas tous ceux qui ont partie liée avec l'information, c'est quelque chose d'extrêmement difficile et qu'il faut rester vigilant de part et d'autre.

- **Question n°12 : En juin 1999, dans le cadre de l'examen du projet de loi sur la présomption d'innocence, Jacques Larché, alors président de la commission des lois du Sénat, disait ceci : « *On peut justifier l'amendement dans la mesure où la profession de journaliste n'est pas organisée. Nous lui avons demandé de se doter d'une déontologie. Elle s'y refuse. C'est extrêmement fâcheux. Il y a quelque chose d'extraordinaire à ce que ce pouvoir de la presse, qui s'exerce d'une manière qui bien souvent nous scandalise, soit livré à lui-même* ». Qu'auriez-vous à répondre ?**

Qu'est-ce qu'il y a derrière ? C'est ça le problème. Est-ce que monsieur Larché a en tête l'idée d'un Ordre du journalisme comme l'Ordre des médecins ? Je crois que si c'est ça…heu

- Vous ne croyez pas que c'est une invitation à constituer une référence commune en matière de déontologie ?

Oui. Enfin si c'est ça qu'il veut dire, je lui souhaite bien du plaisir. Ce n'est pas le travail des politiques. Parce qu'ils sont les premiers à utiliser la presse et quand je dis utiliser c'est au sens propre du terme, donc ce n'est pas à eux de légiférer ici, d'édicter, heu ! Est-ce que c'est de l'ordre de la loi la déontologie des journalistes ? Je pense que le meilleur moyen de rassurer monsieur Larché et puis de prendre au sérieux la question qu'il soulève, je pense que ce serait que la profession essaie de s'engager dans ce travail. Alors maintenant, est-ce que ça va au-delà d'un vœu pieu ? Heu ! (Souffle) moi

évidemment je parle d'un point de vue très particulier qui est celui des sociétés publiques de l'audiovisuel. Ce sont des sociétés qui sont adossées à l'état, elles ont, disons, une solidité institutionnelle qu'est loin d'avoir tel ou tel petit journal qui doit veiller en permanence sur la courbe de ses ventes et qui doit s'équilibrer avec des recettes de publicité, bon tout ça est très compliqué, moi je ne me sens pas le droit de porter un jugement sur la responsabilité de la profession, côté employeurs dans le retard pris sur tous ces sujets. Je pense qu'en tant qu'organisation d'employeurs…heu ! Ils se trompent parce qu'ils se diront ***« est-ce qu'on va pas là encore se mettre sur le dos des tas de procédures et de contrôles qui va falloir mettre en place pour complaire aux syndicats et on va être perpétuellement tenus de se justifier*** ». C'est possible mais si je parle uniquement de mon point de vue d'audiovisuel public je pense qu'il est de l'intérêt des sociétés de l'audiovisuel public d'être claires sur ce sujet. Et d'ailleurs nul ne peut nier que le pouvoir politique, en 20 ans, a complètement changé sa manière de faire vis-à-vis de l'audiovisuel. Moi je verrais deux ordres de pression qui se sont substitués à ça et qui sont plus insidieux. Parce que ça se voit beaucoup moins. Une pression politique c'est facile à identifier. Donc, bon la pression économique et, ça il faut le dire même si ça ne plaît pas aux syndicats, la pression idéologique. Il y a une pression idéologique qui… bon je vais un peu caricaturer les choses. Il y a, plus ou moins diffuse, chez les journalistes ou chez un certain nombre de journalistes, l'idée que le journaliste est une sorte de chevalier blanc, est une sorte de redresseur de torts, qui aurait un accès à la vérité et la seule difficulté du métier serait de faire connaître la vérité. Parce que tous les pouvoirs du mensonge se ligueraient contre la vérité que détient le journaliste et qu'il voudrait porter au monde. Mais il y a tellement de puissances des ténèbres…Je caricature mais il y a de ça et il faut, à mon avis, prendre du recul par rapport à cette idéologie là qui perdure bien que…bon, on pouvait la comprendre dans les années 70. Aujourd'hui elle devient, à mon avis, beaucoup moins pertinente. Par contre, elle dispense de s'interroger sur ce qui est le véritable problème. C'est ***« qu'est-ce que la vérité ? »***. La vérité n'est pas forcément le contraire de ce que me dit mon patron ou de ce que me dit le politique. Dans certains cas, il faut faire les investigations nécessaires. Mais dans d'autres cas, il faut bien voir, vous le savez si vous avez fait du journalisme vous-même, combien de journalistes répètent, répètent dans leur sujet ou dans leur article, on répète et on ne va pas s'écarter d'une espèce de vox populi qui dit ça. J'ai toujours été frappé et un peu navré quand j'assistais à des conférences de rédaction, quand je me déplaçais en région, je commençais toujours par la conférence de rédaction du matin, de les voir tous plongés dans la presse locale. Comme si on était chargé de faire des images sur les sujets que déterre la presse locale. Et puis le magistère de certains grands journaux qui sont dits d'opinion, à gauche ou à droite, et que selon sa tendance propre on va répéter. Donc il y a cette pression idéologique qui est extrêmement difficile à identifier et dont, à mon avis, on ne peut se prévenir que par une espèce de vigilance permanente vis-à-vis de sa propre pratique.

- Une vigilance qu'il faudrait encoder ?

Je ne crois pas (…) je crois que le journaliste a besoin de textes régulateurs. Il a besoin de textes qui lui indiquent les idéaux de sa profession. Mais après ça relève de la pratique. Que la profession, dans ses instances syndicales et patronales, s'efforce d'objectiver certaines choses, de codifier d'autres, Ok. Mais elle ne pourra se substituer

 Copyright PRODHOMME Magali et Université Lumière - Lyon 2 - 2003.Ce document est

au terrain où le journaliste se pratique, c'est-à-dire à l'entreprise de presse, elle-même.

« La fédération française des agences de presse »

Jacques Morandat : directeur de la Fédération française des Agences de Presse (FFAP)

Entretien du jeudi 19 juillet 2001 à 10 h

Présentation de mes travaux de recherche. Les commentaires qu'ils ont suscités :

Ce n'est pas un instrument [922] pour ou contre les journalistes, c'est un instrument pour ou contre l'Administration, les administrations. Tenter de faire labelliser les agences de presse. C'est-à-dire que l'on a aucun problème… la Charte quand on l'a créée on l'a aussi envoyée aux syndicats de journalistes qui n'ont pas hurlé parce qu'il n'y a pas grand chose qui puisse les faire hurler là-dedans. Je ne la connais pas par cœur. Je peux dire qu'il y a un paragraphe qui peut gêner, et pas nécessairement les journalistes, c'est celui qui concerne la vie privée où l'on a intentionnellement dit autre chose que la jurisprudence établie à partir de l'art 9 du code civil [923] . On a dit très clairement que ***« la vie privée des personnes publiques, on la prenait en main à partir du moment où, professionnellement, on estimait que tel aspect de la vie privée d'une personne publique peut avoir des retombées sur la vie publique donc pour l'information du citoyen*** ». C'est un truc qui n'est pas du tout pris en compte par la jurisprudence, au contraire, la jurisprudence dit clairement ***« les personnes publiques ont droit à leur vie privée, comme les autres*** », point ! Nous, on dit "non, pas tout à fait". Et on le dit très intentionnellement. Pour le reste, y'a rien qui puisse chiffonner les journalistes. Je ne crois pas que ça puisse être conçu comme un instrument de pouvoir pour discuter de quoi que ce soit avec les journalistes. C'est une arme éventuelle pour discuter avec les magistrats. On a pensé aux magistrats en écrivant ça. On leur a dit ***« nous, on n'est pas d'accord avec vous sur la vie privée des personnes publiques*** ». On estime que, nous, les journalistes on est mieux à même de décider, et pas vous, les magistrats, ce qui doit être sorti de la vie privée des personnes publiques et donner en pâture, si vous voulez. On peut citer comme exemple récent, ***« Chirac*** ». C'est très clair, pour nous, il n'y a aucune entorse à la déontologie professionnelle à parler de ça. Bien au contraire, c'est notre devoir.

- Elle (la Charte de la FFAP) n'a pas de valeur juridique ! ?

Aucune. Aucune. Mais on a déjà vu des textes anciens exhumés en justice de temps en temps, pourquoi pas demain ! Elle n'a aucune valeur juridique, bien sûr. Cela dit la jurisprudence sur la vie privée fait à partir de l'article 9 du code civil, ce n'est qu'une jurisprudence. Pas une fois, dans un texte de loi ou un texte législatif, vous trouvez la

[922] La Charte de la FFAP.

[923] Art. 9 du code civil : «chacun a droit au respect de sa vie privée».

protégé en vertu de la loi du droit d'auteur.

moindre allusion au droit de l'image. Ça n'existe pas. Je considère que si les magistrats inventent quelque chose, c'est parce que le législateur ne le fait pas. Et le droit à l'image, c'est pour moi un exemple parfait, d'une absence de législation. Donc le législateur n'a pas fait son boulot, c'est le magistrat qui se substitue au législateur. Ce n'est pas bien.

Comme vous l'avez dit vous-même, une jurisprudence c'est évolutif donc ça n'offre aucune visibilité pour les entreprises. Les agences de presse, tout ou partie aujourd'hui, ignorent si elles vont être condamnées à rien, à un franc symbolique ou à beaucoup d'argent. C'est contraire à la loi tout ça. Ça manque de visibilité. Le droit à l'image n'existe pas dans la législation française. On intervient auprès du législateur pour qu'il fasse un article 9 du code civil qui dise quelque chose. Il ne dit rien.

- **Question préliminaire : Qu'est-ce qui a motivé la création de la Charte de la FFAP en 1995 ?**

Je pense que c'est l'idée, un jour ou l'autre, les chartes professionnelles…je crois que c'était la première dans une corporation professionnelle. Y'a eu des chartes déontologiques dans les entreprises. Je crois que c'est historiquement la première en France qui concernait une corporation professionnelle en dehors des chartes de journalistes. Nous, on l'a fait parce que l'on pense qu'un jour ou l'autre ce type de texte sera pris en compte. Dans la presse, y'a quelque chose qui est unanime, on ne veut pas d'un ordre professionnel. Et en même temps, on cherche à trouver des modes d'arbitrage, il en existe plein en matière de droit social, notamment, qui sont vraiment exorbitants du droit commun propres à notre métier. Y'en a pas sur le plan de la déontologie. Je pense que, de temps en temps, ce type de texte pourrait être exhumé pour une table ronde qui pourrait se tenir à la rentrée et qui pourrait traiter du droit à l'image, par exemple. J'y crois beaucoup. Ca sera cette année ou une autre année. Les mois qui précèdent les élections présidentielles, en général, ne sont pas propices aux grandes réformes législatives.

- En la lisant, j'ai eu l'impression, et plus encore, que vous parliez plus de vos droits que de vos devoirs ! ?

Ouais, c'est une explication de métier et puis y'a une petite part sur les droits et les devoirs.

- Question n°1 : Quelles sont les occasions qui permettent l'évocation, au sein de la FFAP, de déontologie ou d'éthique professionnelle en dehors des dérapages médiatiques ? (Je pense notamment au développement de l'édition électronique et des dérives possibles qu'il implique ou bien à l'évolution de la jurisprudence)

Je vais vous balancer des poncifs, excusez-moi. Internet, nous on constate qu'il y a de tout. Tout et son contraire en général. Y'a de très belles informations élaborées par des professionnelles et de superbes manipulations élaborées par des gens qui ont intérêt à la manipulation. Je suppose, par ce principe en tout cas, que les internautes ont besoin ou envie de savoir ce qui est de l'information et ce qui n'en est pas. En parallèle, nous partons du principe que, nous, Agences de presse française, obéissons à une législation unique au monde, unique au monde, qui nous oblige à vendre de l'information principalement à des médias et les médias qui achètent de l'information ils veulent que ça

protégé en vertu de la loi du droit d'auteur.

soit de l'information et qui nous interdit toutes recettes de publicité. C'est absolument unique au monde dans l'histoire de la communication. On est les seuls. On essaie de partir de ça pour résoudre le problème en amont. Et on va arriver à dire ***« nous seuls au monde sommes susceptibles de dire voilà l'information a été élaborée par un journaliste professionnel, elle obéit à une règle de loi qui est très précise et à une déontologie »*** Voilà, on a fait la moitié du boulot. On a dit que l'on était bon et qu'on savait faire. On va bien être obligé de dire que l'on n'est pas tout à fait les seuls au monde, peut-être, mais c'est déjà plus mon problème fédéral à moi. Ce n'est pas un problème d'adhérents à la FFAP, c'est un problème qui doit être pris en compte pour les Agences de presse françaises reconnues par la commission paritaire figurant sur une liste paraissant au J.O, etc. Les contrôles sont réels. On en parle tout le temps sauf qu'il y a des moments ou l'on en parle plus qu'autre chose. Y'a même chez nous des bagarres entre certains directeurs d'entreprise et des directeurs d'agence qui sont majoritairement des journalistes mais pas exclusivement des journalistes. De temps en temps, y'a des grosses discussions entre les directeurs d'agence journalistes qui parlent déontologie tout le temps. Ils sont autant journaliste que directeur d'agence et ceux qui ne sont pas issus du milieu journalistique et qui disent ***« attendez, on est là pour faire fonctionner les entreprises pas pour parler déontologie »***. Y'a déjà des discussions là dessus. C'est à longueur d'années mais y'a certainement des moments où l'on en parle plus. Les moments dits de dérive ne sont pas les moments les plus propices, d'abord parce que, à chaud, on ne fait rien de bon à mon avis. Ce ne sont pas les plus propices à élaborer des textes intelligents sur la déontologie. Notre Charte a été faite à froid et pas à chaud. Ça a été fait bien avant Diana. Ce n'était pas un texte circonstanciel, c'était un texte pour l'avenir, pour semer. Il n'a jamais été revu, tout le monde dit qu'il faut le revoir et puis, quand on le relit, on se dit y'a pas grand chose à retoucher.

- Question n°2 : Avez-vous déjà envisagé, comme l'appelle de ses vœux le SNJ, une concertation avec les organisations syndicales ? Si non, pourquoi ?

Je vais vous dire l'écueil entre employeurs et salariés. C'est très clair. Personne ne va vous le dire, moi je vais vous le dire. C'est très clairement de dire une charte de déontologie qui sera signée par les employeurs, oui, bien sûr, à condition que le non-respect de la Charte soit assimilable à une faute grave pour le journaliste. Et là, on n'a plus d'interlocuteur. Donc, il n'y aura jamais une signature commune. Donnant, donnant.

-Vous déléguez la faute ?

Non, non, on ne délègue pas. C'est une responsabilité de toute façon partagée. Y'a la responsabilité du directeur de publication et puis celle l'auteur.

- Vous le présentez comme tel (non-respect assimilable à une faute grave) ?

Non pas du tout. On discute de ça dans les salons, de temps en temps. Pour rigoler. Les organisations syndicales ne signeront pas, évidemment. Un syndicaliste ne peut pas fabriquer de futur croche pied à ses adhérents. Donc, il n'y aura jamais de signatures communes. Chacun aura sa charte qui, peut-être, sera la même à quelque chose près. Personne n'ose le dire mais tout le monde le sait.

Copyright PRODHOMME Magali et Université Lumière - Lyon 2 - 2003.Ce document est

- **Question n°3 : Pensez-vous, comme l'écrit Philippe Meyer, que « *la déontologie est un pouvoir qui n'est pas prêt d'être partagé* », notamment entre les syndicats de journalistes et les organisations patronales ? (le discours éthique en tant que mode d'arbitrage des jeux de pouvoirs)**

Oui, mais uniquement pour la raison que je vous ai dite tout à l'heure. Ce n'est pas du tout un obstacle de morale ou de déontologie. Les entreprises de presse, dans leur immense majorité, en tout cas c'est vrai chez nous, les syndicats de journalistes sont absolument sur la même longueur d'ondes. On dit la même chose au même moment. Sans se concerter quand y'a un problème quelque part, etc. On fait des communiqués, on pourrait se les échanger. On parle de « La » Charte de déontologie des journalistes, d'ailleurs y'en a pas une, ce n'est pas vrai, y'en a trois ou quatre mais différentes, elles disent pas toutes, très exactement, les mêmes choses, nous c'en est une de plus. Il y a un corpus de Chartes professionnelles, de déontologie, on trouve exactement la même chose à quelques détails près.

- Vous en êtes sûr ?

Y'a pas d'oppositions sensationnelles, à ma connaissance, enfin dans les textes que je connais. Je connais quoi, la mienne, celles, au pluriel, des journalistes. Y'a par-ci, par là, des trucs qui ne vont pas, plus, parce que ce sont des textes anciens qui n'ont pas été revus ou réactualisés.

- Celle du SNJ ?

Nous, elle ne nous suffisait pas. Une entreprise ne peut pas prendre la charte de déontologie de ses salariés. C'est l'engagement de l'entreprise. Ce n'est pas l'engagement des salariés. C'est l'engagement de l'entreprise vis à vis de ses clients.

- Pourquoi ne pas l'appeler « cahier des charges » ?

C'est la même chose. Ca y ressemble furieusement, non. Vous ne trouvez pas ! Y'a trois pages de cahier des charges et une demi page de charte déontologique. Charte de déontologie, ça sonne mieux. Quand on l'a élaborée, y'a eu un gros travail de fait en interne. Y'a eu une assemblée générale spéciale pour la voter, l'amender, etc. Ca a duré une journée entière, tout le monde est intervenu, c'était très riche dans les débats et puis on l'a ressortie lorsque l'on a créé une commission de labellisation, pour vous donner le contexte, trouver un label pour Internet et puis pour les autres médias, label agences de presse, pas un label fédération. On a dit « bon ça va reposer sur quoi ? » Ça va reposer sur le fait que les entreprises sont reconnues par la commission paritaire donc obéissent à une législation plus à un engagement sur un texte qui pourrait être la Charte. On a ressorti la charte. J'ai eu l'impression que tout le monde la découvrait après l'avoir complètement oubliée. Il y a eu un intérêt ponctuel alors que ça ne correspondait pas à une période de crise du tout. On la retrouve maintenant alors que tous les nouveaux adhérents, et les statuts de la fédération le précisent, s'engagent par écrit sur le règlement intérieur et sur la charte. Tout nouvel adhérent nous envoie d'abord son accord sur la charte. Y'a pas beaucoup de corporation professionnelle qu'il le fasse à ma connaissance. C'est-à-dire que, n'est pas adhérent, celui qui refuse d'appliquer la charte.

Copyright PRODHOMME Magali et Université Lumière - Lyon 2 - 2003.Ce document est

- **Question n°4 : Que pensez-vous de l'élaboration de « chartes maison » au sein des différents éditeurs de presse ?**

Je vais vous donner deux réponses là encore. D'abord l'unicité de la profession n'existe pas. Y'a un statut du journaliste. Bon. C'est un statut social, quasi exclusivement, mais vous ne me ferez jamais accepter qu'un journaliste qui travaille dans un quotidien et qui fait de la politique, qu'un journaliste qui travaille à la télé et qui fait de la société, le journaliste qui travaille dans la presse spécialisée, dans la presse professionnelle fait le même métier. Ce n'est pas vrai.

Ils ont tous la carte de presse, non !

Et alors. L'unicité de la profession, c'est bidon. Ca amuse tout le monde, mais ce n'est pas vrai. Chaque fois que quelqu'un, en dehors de moi et de mon franc parlé, tout le monde le sait, écrit quelque part qu'il y a X catégories de journalistes, bon, le résultat on le connaît d'avance, ça été encore fait par Claude Sales à la demande de Trautman, dans un rapport etc., le lendemain tout le monde dit : ***« Vous portez atteinte à l'unicité de la profession*** ». C'est une rigolade.

Comment expliquez-vous, qu'en amont, il y ait une carte de presse et, qu'en aval, l'information bien souvent se répète et est la même ?

Parce que vous ne lisez que la grande presse. Si vous regardez la presse spécialisée, elle ne parle pas du tout de la même chose et on n'en parle pas du tout de la même façon. Et puis y'a le poids de la publicité…

Ah, la bonne vieille contrainte chère aux journalistes !

Y'a pas un journaliste en presse spécialisée, même grand public, qui ne soit pas contraint par les annonceurs.

Et vous, les agences, qu'en est-il de la pression publicitaire ?

Nous, on est les seuls à être interdits de ressources publicitaires.

Aucune pression publicitaire !

ça peut arriver que la dépêche ne passe pas, ça change quoi !

Rétention d'information…

On va ouvrir une parenthèse là, parce que c'est amusant. L'AFP, pour prendre cet exemple là, mais on peut le répéter à l'infini, a un fil France qui contient, à peu près, 1200 dépêches. Pour constituer, ces 1200 dépêches par jour, elle en reçoit un peu près 8 fois plus, ce qui veut dire qu'elle en jette 7 sur 8. Ce n'est pas rétention d'information, c'est un choix professionnel de hiérarchisation. Ce n'est pas sous la pression que le chef de desk jette l'information mais parce qu'il n'a pas la place de mettre 15000 dépêches par jour et parce qu'il le juge pas suffisamment intéressant, pas suffisamment porteuse d'information pour l'avenir, en manque de perspective, etc. C'est uniquement un travail professionnel. Le premier travail du journaliste et plus encore du journaliste d'agence, c'est de trier dans ce qui va être en diffusion et dans ce qui va partir à la poubelle. Ensuite les 1200 dépêches diffusées par l'AFP, elles vont être utilisées à quel pourcentage par les clients de l'AFP ? A 10 à 20 %. Vous ne trouverez aucun journal en France qui utilise 1200

protégé en vertu de la loi du droit d'auteur.

dépêches par jour. ça veut dire que lui-même a refait derrière, professionnellement, en fonction de l'intérêt présumé de ses lecteurs, etc. un nouveau choix. Poubelle Diffusion, Poubelle Diffusion. Il n'y a pas de rétention d'information. Le journal utilise les dépêches comme il l'entend, ce qu'on lui demande c'est de ***« sourcer*** ». Ils sourcent pour se protéger eux-mêmes. Le fil de l'AFP est adressé en même temps à plus de 1000 organes de presse. Vous ne pensez pas que l'on va supprimer tout ce qui concerne tous les actionnaires des 1000 clients AFP. Ca ne tient pas debout. C'est une peur qu'il faut éliminer dans l'esprit du public. Quelques fois les agences sont manipulées contre leur gré mais elles ne s'autocensurent pas, ce n'est pas vrai. Pour un client qui ne sera pas satisfait, les 999 autres seront ravis. L'Agence, elle ne repose que sur la fiabilité de l'information. Si elle s'amuse à balancer n'importe quoi elle perd des clients très vite. Le problème est réglé. Elle ne repose que sur son sérieux et sur son travail. Quand Juppé intervient auprès de l'AFP, ça fait rigoler toute une profession. Croire, quand on est Premier ministre, qu'intervenir auprès du président de l'AFP pour que le fil de l'AFP change c'est une rigolade. Le président de l'AFP est directeur de publication, les journalistes sont responsables professionnellement de ce qu'ils diffusent. Ce n'est pas le président de l'AFP qui va descendre pour dire ***« telle dépêche faut pas la diffuser*** », il est viré sur-le-champ, c'est clair. L'intervention du Premier ministre est sans effet et il se ridiculise.

- Question n°5 : Quels sont, selon vous, leurs objectifs ? Qu'est-ce qui les distingue ?

Les chartes d'entreprise, c'est un peu stupide ce que je vais dire, correspondent à une culture d'entreprise. En même temps à un corpus déontologique mais à une culture d'entreprise. C'est pour ça que, d'un titre à l'autre, elles ne sont pas tout à fait pareille. Mais moi j'y vois tellement de points communs…

- Question n°6 : Pourquoi, dans la plupart des cas, les journalistes ne sont pas invités à réfléchir à l'élaboration de ces chartes d'entreprise ? (Selon l'enquête de la FNPF)

Vous en êtes sûre ?

- Selon l'enquête menée par la FNPF en 1998, oui.

Je ne vois pas comment la charte…C'est l'engagement de l'entreprise à l'égard de ses clients et pas l'engagement de ses salariés.

- Et votre Charte ?

C'est une charte puisque les Agences de presse l'ont rédigée et l'appliquent.

- Et celle du SNJ, vous ne vous y reconnaissez pas ?

Je ne la connais pas par cœur. Vous savez la charte du SNJ, elle a été revue en, heu…47.

- elle a été révisée en 1938

Ah ! , 38, bon, elle a eu des essais de révision qui pourraient être appliqués. Et les essais sont intéressants de temps en temps.

- Et celle de Munich ?

protégé en vertu de la loi du droit d'auteur.

Très proche. Très proche. Encore une fois, parce que je survole plus que je n'analyse, mais j'y vois plein de choses en commun et des petites différences. Ce qui m'inquiète le plus, dans les chartes des journalistes, c'est quand ils disent par exemple qu'un journaliste ne doit pas cacher son identité professionnelle etc. C'est fini ça, il faut le gommer de la charte. C'est une bêtise. Si on veut avoir, par exemple, des informations sur la Corée du sud et bien les gens qui partent de Paris pour ramener un reportage, il ne faut surtout pas qu'ils disent qu'ils sont journalistes. Surtout pas. Sinon d'abord ils n'ont pas de visa et ensuite, si jamais il veut un visa, il ne pourrait pas l'obtenir. De temps en temps il ne faut pas hésiter à cacher sa profession de journaliste. Le travail du journaliste c'est l'information. Ce n'est pas autre chose. Ce n'est pas se faire plaisir. C'est informer. Et la législation européenne qui est bien mieux faite que la législation française parle d'information dérangeante.

Y'a un truc extrêmement particulier concernant les journalistes en France, ça s'appelle la commission arbitrale. Elle est instituée par la loi, par le code du travail. Elle est abritée à la commission de la carte mais elle pourrait être arbitrée n'importe oùailleurs. La commission arbitrale se réunit dans deux cas. Licenciement d'un journaliste, quelle qu'en soit laraison, lorsqu'il a plus de quinze ans d'ancienneté. Licenciement d'un journaliste pour faute, quelle que soit son ancienneté. Et le résultat est que vous pouvez avoir un journaliste licencié pour faute dont les prud'hommes confirment que c'était une faute grave justifiant le licenciement sans indemnités et, derrière, la commission arbitrale lui donne de l'argent au titre de l'indemnité de licenciement. Je ne sais pas si c'est unique au monde, c'est ce que l'on appelle une législation exorbitante du droit commun. C'est parfaitement crétin et on a vu des journalistes fautifs, faute avérée confirmée aux prud'hommes, partir avec un énorme chèque.

La commission arbitrale fait partie du code du travail.

- Qui la préside ?

Un magistrat.

- Elle est paritaire ?

Ouais, si on peut dire. C'est une forme juridique particulière. Elle est présidée par un magistrat et il y a quatre arbitres, deux qui sont nommés par les syndicats d'employeurs et deux qui sont nommés par les syndicats de journalistes. Et il n'y a pas d'appel. Pas mal ! !Hein. C'est une décision de justice sans appel qui ne correspond pas du tout, et toute la jurisprudence le dit, à ce que disent les prud'hommes. Les deux sont indépendantes. Les prud'hommes dit oui ou non, il y a faute grave ou il n'y a pas faute grave et la commission arbitrale donne le chèque. Elle peut donner zéro. Donc cela veut dire qu'un journaliste licencié pour faute, il part avec de l'argent. C'est le seul salarié en France qui parte avec de l'argent. Donc ça n'incite pas. C'est pour ça que je dis « on signera la charte du journaliste quand le non-respect de la charte sera faute professionnelle grave » car c'est très intentionnel.

- Je rattache directement ses propos à la question suivante :

- **Question n°7 : Qu'est-ce que vous inspire les propos tenus lors du colloque intitulé « Justice et presse » organisé par l'Ordre des avocats de la Cour de**

Paris en 1993 : « En posant comme principe de base que la Liberté d'expression fait partie intégrante de la notion de démocratie, chacun s'est accordé à reconnaître qu'il appartient principalement au juge d'apporter sa contribution à une déontologie générale » ?

Ouais, mais je ne suis pas forcément d'accord. Y'a des pays, par exemple l'Angleterre, où ça fonctionne différemment et où ça fonctionne bien. C'est-à-dire qu'il y a un « Press council », ce n'est pas tout à fait un conseil de l'Ordre mais…

Un conseil de l'Ordre en France !

Ouais, je sais. Un conseil de l'Ordre ça fait référence à quoi ? A Pétain ! Attendez encore une ou deux générations puis voilà.

- C'est une question de terminologie ! ?

Bien sûr. Il y aura, avant le juge, quelqu'un qui dira « oui, là il y a une faute professionnelle »

- Je rebondis :

· **Question n°8 : En juin 1999, dans le cadre de l'examen du projet de loi sur la présomption d'innocence, Jacques Larché, alors président de la commission des lois du Sénat disait ceci : « *On peut justifier l'amendement dans la mesure où la profession de journaliste n'est pas organisée. Nous lui avons demandé de se doter d'une déontologie. Elle s'y refuse. C'est extrêmement fâcheux. Il y a quelque chose d'extraordinaire à ce que ce pouvoir de la presse, qui s'exerce d'une manière qui bien souvent nous scandalise, soit livré à lui-même* ». Qu'auriez-vous à répondre ?**

Je pense que Larché dit un peu sûrement ce qui se fera d'ici dix ans maintenant. Peut-être deux ans. Y'a des amorces. Notre essai vers une labellisation qui reposera beaucoup sur une charte, on ne va pas le faire que pour nous parce que l'on sait, on n'est pas suffisamment idiot pour penser que l'on puisse dire très longtemps « nous sommes tous seuls au monde à diffuser l'information fiable ». ça va de soi que lorsque l'on aura fini notre travail qui sera, je l'espère, fini à la rentrée, qu'on ira voir monsieur Devevey qui, de son côté, fait le même travail. Et on va se réunir tous les deux et peut-être chacun aura sa charte…

- Et les syndicats de journalistes ?

On verra si l'on peut se mettre d'accord sur des textes communs mais encore une fois, les entreprises et les salariés de l'entreprise ne se mettront pas nécessairement d'accord sur un texte commun pour les raisons que je vous ai dites. Peut-être que oui, peut-être que non. Je n'en sais rien.

· **Question n°9-10 : Le Livre Blanc du SNJ visait notamment à « convaincre, sinon contraindre, les employeurs d'inclure dans la convention collective nationale de travail des journalistes les textes revendiqués de longue date par la profession. Qu'en pensez-vous ? Qu'avez-vous envie de répondre lorsque**

Copyright PRODHOMME Magali et Université Lumière - Lyon 2 - 2003.Ce document est

l'on vous dit : « Les patrons de presse sont opposés, dans leur majorité, à la démarche déontologique, celle-ci étant facteur d'indépendance de leur personnel » ?

Peut-être (souffle). Alors j'ai deux commentaires à faire que j'ai déjà faits. D'une part, les textes il faut les revoir et, d'autre part, il faut une confrontation. ça sera annexé à la convention de journalistes le jour où les syndicats de journalistes accepteront de dire, qui est une demande absolument légitime des employeurs, même sur le plan de la déontologie, que le non-respect est une faute. Tant qu'ils ne l'auront pas accepté, il n'y aura pas de texte commun. Chez nous, Agences de presse, il n'y a sûrement pas la revendication d'abandonner la responsabilité pénale du directeur de la publication bien au contraire, car c'est ce qui nous différencie des autres. Donc la responsabilité pénale du directeur de publication, nous on y tient énormément. On la revendique. A mon avis, formaliser le texte ensemble ce n'est pas un problème. Avoir un consensus ensemble sur un texte déontologique, ça n'est pas un problème.

- Question n°11 : Qu'est-ce qui selon vous fait ou ferait la spécificité de l'éthique professionnelle des journalistes ?

Pour moi, la déontologie du journaliste ça consiste à porter à la connaissance du public toutes les informations susceptibles d'intéresser le citoyen.

- Mais c'est quoi une information susceptible d'intéresser ?

Ah ! Après effectivement. Y'a un malheur en France, on n'a jamais défini ce qu'était l'information. On arrive à des petits bouts de définition en disant l'information, ce n'est pas la communication. Alors c'est quoi la différence ? Une entreprise qui va être payée, précepteur pour publier quelque chose, c'est de la communication. Une entreprise qui n'aura comme rémunération que celles de son client pour qui on publie, on diffuse, ça sera de l'information. Qui paie quoi ? Telle est la question.

- L'une des particularités des agences de presse c'est de ne pas être soumises au couperet du grand public ! Les entreprises de presse, quant à elle, sont attentives aux attentes de leur public ! Vous n'avez donc aucune pression.

Les agences de presse, elles sont soumises à la pression de leur client, bien évidemment.

- Ne m'avez vous pas dit le contraire tout à l'heure !

Ce n'est pas des pressions au quotidien

Ah ! ça change tout…

Non mais attendez, ce n'est pas des pressions au quotidien pour changer la dépêche, etc., etc. La pression elle est financière, c'est-à-dire on s'abonne ou l'on se désabonne. Mais c'est la fiabilité de l'information qui fera que le client est fidèle ou pas. Le client, il peut détester telle ou telle dépêche de l'AFP, il restera abonné à l'AFP parce que, parce que…Il ne trouvera pas ailleurs et au même prix la même chose, de la même qualité. La sanction elle est commerciale, pas politique.

Vous savez en France, la presse est tellement pauvre qu'elle est réduite à un petit

protégé en vertu de la loi du droit d'auteur.

nombre de sources d'information. Mais si on regarde chez nos voisins, on va prendre l'Allemagne au hasard, y'a pas un journal ou un quotidien qui ne soit pas abonné à plusieurs agences de presse…

- Oui, peut-être, mais si nous prenons le Bild Zeitung, il tire à 3 millions d'exemplaires je crois…

Le Bild Zeitung c'est un hebdomadaire !

- Pourtant, récemment il y a eu une enquête et il me semble que le Bild Zeitung arrivait en tête des tirages quotidiens (après vérification, le Bild Zeitung est bien un quotidien dont la diffusion totale s'élève à 4 256000. Il s'agit du plus grand tirage de quotidien en Europe. Source : Association Mondiale des journaux, 2000, Diffusion Contrôle)

Bon peu importe. ça ne change rien. La presse quotidienne française est plus pauvre quelles qu'en soit les raisons, que ses voisins anglais ou allemands qui sont abonnés à plusieurs agences. Bon c'est vrai, vingt ans avant la pression du gouvernement sur l'AFP, enfin vingt ou trente ans je ne sais pas, elle était réelle et efficace. C'est terminé parce que si c'était encore le cas, l'AFP aurait disparu. C'est impossible. Il s'est passé quoi ? Au moment de la guerre d'Algérie, ce n'est pas tout jeune, l'AFP s'interdisait un certain nombre de choses. Il s'est passé quoi ? Il s'est passé qu'un concurrent a diffusé l'information. A partir du moment où l'agence fait bien son travail elle est prospère. Si elle fait mal son travail, elle disparaît.

De manière générale, les moyens des entreprises de presse sont faibles. Les dépenses rédactionnelles sont de plus en plus faibles, on demande aux journalistes de plus en plus de choses et y'aura forcément de plus en plus de dérapages puisqu'il y a absence de contrôle.

- Question n°12 : Pensez-vous que la commission de la Carte (commission paritaire) devrait jouer un rôle en matière d'éthique professionnelle ? (attribution de la carte subordonnée à une adhésion à certains principes communément admis)

Elle pourrait avoir un rôle. Aujourd'hui elle n'a pas ce rôle encore une fois parce que le journaliste a un statut fiscal et social. La distribution de la carte que vont solliciter les journalistes, on aura toujours une majorité de gens qui ont un copain qui veut la carte, on lui donnera d'une manière ou d'une autre. C'est comme ça que ça se passe. C'est tout à fait possible que la commission de la carte soit le moteur, je ne sais pas qui sera le moteur, je suis certain qu'il y en aura.

protégé en vertu de la loi du droit d'auteur.