

Denis Ruellan

NOUS, JOURNALISTES

Déontologie et identité

Presses universitaires de Grenoble

Introduction

Déontologie et identité

Commençons par préciser le sens que nous donnerons à la notion de déontologie, pour mieux exposer ce que nous entendons par discours. Nous tâcherons après d'expliquer en quoi la déontologie est un discours identitaire. Rappelons pour cela ce qui fonde la différence entre le droit, l'éthique et la morale professionnelle. Le premier est un usage stabilisé par un texte ayant force d'obligation et dont la transgression amène une sanction selon une règle établie ; c'est une force extérieure à un groupe déterminé de la société. La seconde est la réflexion et le choix d'attitude que chacun fait dans une situation donnée, non concernée par la loi ou en contradiction volontaire avec celle-ci, avec pour recours sa propre trajectoire et ses référents (sociaux, culturels, idéologiques). La troisième est au carrefour des deux autres, elle est une règle non légale qu'un groupe élit, comme dénominateur commun des principes éthiques individuels.

Tous les trois sont discours, représentation livrée à la société, mais la morale, que l'on appelle généralement déontologie quand elle est développée dans le cadre d'activités sociales (le travail, notamment) a ceci de différent qu'elle exprime l'intention d'un collectif restreint, la promesse de ce qu'un groupe veut ou prétend être. La déontologie ne prévoit pas de sanction¹,

1. Sauf dans quelques rares métiers où la déontologie est reliée au droit, par notamment la délégation qui est donnée à des groupes professionnels d'autogérer, sous contrôle de la loi, leur espace. C'est le cas de professions de santé et judiciaires qui sont organisées par des Ordres professionnels et qui rendent obligatoire l'adhésion à des règles déontologiques pour exercer.

si ce n'est – et c'est essentiel – par le regard d'autrui, par l'appréciation de ceux avec qui l'activité sociale se noue et se réalise. En ce sens elle est un « discours de pouvoir » car elle « engendre la faute, et partant la culpabilité, de celui qui le reçoit » (Barthes, 1978, p. 11), et sa force n'est pas tant d'empêcher de dire, « c'est d'obliger à dire », non seulement par « l'autorité de l'assertion », mais par la « grégarité de la répétition » (*ibid.*, p. 14). Ce pouvoir de dire et de faire dire est aussi une capacité de faire, et de se faire, collectivement : « La capacité de faire exister à l'état explicite, de publier, de rendre public, c'est-à-dire objectivé, visible, dicible, voire officiel, [...] représente un formidable pouvoir social, celui de faire les groupes en faisant le sens commun, le consensus explicite, de tout groupe » (Bourdieu, 1984, p. 6). Ce pouvoir de dire est un moyen politique qui vise à prévoir le monde et à l'ordonner. C'est un pouvoir qui permet aussi de conquérir le monde, c'est un instrument de l'action politique en vue de construire un ordre. Dire pour prévoir, convaincre, conquérir, et puis maintenir l'autorité, les frontières, la légitimité du contrôle d'un espace social, par une quotidienneté des « formes du bien-dire et du mal dire » (*ibid.*, p. 6).

Un pouvoir donc, mais de qui ? Un courant de recherche, développé en France notamment par le Réseau d'études du journalisme², a fait sienne la proposition de considérer les groupes professionnels comme des « amalgames lâches de segments poursuivant des objectifs différents de manières différentes et se tenant plus ou moins fragilement sous une dénomination commune » (Bucher & Strauss, 1961) à un moment de l'histoire. Cette définition du parfait opportunisme collectif, qui fait tenir ensemble des individus que beaucoup peut éloigner, est euristique tant elle permet de ne pas déterminer *a priori* l'objet social, mais de le déduire de l'observation, de mesurer ce qui les réunit et les sépare, comment notamment ils coopèrent dans et par l'établissement de normes. Un groupe social n'est pas prédéfini, son territoire se construit par la somme des interactions qui s'y produisent. Cette démarche a conduit de nombreux chercheurs

2. surlejournalisme.com

à prendre les marges et les frontières de la pratique comme les espaces de réalisation, d'extension, de reproduction, d'« invention permanente » du journalisme³ (Ringoot & Utard, 2005 ; Augey, Demers, Tétu, 2008). Ces recherches ont eu pour mérite de poursuivre le travail d'éclatement d'une représentation unifiée et monolithique, et de faire avancer l'idée d'une transformation constante par l'incorporation de pratiques et de normes hétérogènes, et le transfert d'usages à d'autres pratiques discursives.

Pour autant, comme le dit justement Jean-Michel Utard (Utard, 2007), cette approche n'a pas permis le faire le deuil d'une vision essentialiste du journalisme. Observer l'inclusion d'usages et de praticiens, analyser la présence des normes journalistiques dans des espaces autres, protège sans l'interroger l'idée qu'il y a un centre quelque part, un noyau dur qui contient assez de gènes originaux pour que l'on considère l'espèce distincte. À vouloir penser l'hétérogénéité du journalisme (démarche salvatrice tant la perception de ce métier fut longtemps trop courte), nous avons fini par sortir de notre attention que pour faire *groupe*, il nous fallait aussi regarder ce qui faisait de l'homogène, peut-être pas tant comme produit, mais comme processus, ou pour mieux dire, chercher le commun (sinon le semblable) comme produit d'un processus.

Empruntant à Michel Foucault, Jean-Michel Utard propose de renverser la perspective qui jusque-là privilégiait la prolifération du journalisme, pour penser sa « raréfaction ». Considérant que le contrôle de la production de discours a pour objet « d'en conjurer les pouvoirs et les dangers, d'en maîtriser l'événement aléatoire, d'en esquiver la lourde, la redoutable matérialité » (Foucault, 1971, p. 10), Michel Foucault cherche à déterminer comment des instances discursives sont érigées et transformées à cet effet. Il définit notamment « l'auteur comme principe de groupement du discours, comme unité et origine de leurs significations, comme foyer de leur cohérence », dont l'objet est d'« imposer aux individus qui tiennent [les discours]

3. Cette expression a été développée à partir de 2003 par le Réseau d'études sur le journalisme.

un certain nombre de règles et ainsi de ne pas permettre à tout le monde d'y avoir accès» (*ibid.*, p. 28 et 38). Le *groupe* peut être considéré à ce titre comme une instance de restriction ; il réduit le nombre des voix, il contrôle l'expression des agents, il crée de la rareté du discours sur lui-même en s'érigeant comme instance seule légitime à parler, ainsi il contrôle la prolifération. Cette restriction ne s'impose pas que par des lois, elle s'opère par ce que Michel Foucault appelle « rituel », « la qualification que doivent posséder les individus qui parlent (et qui, dans le jeu d'un dialogue, de l'interrogation, de la récitation, doivent occuper telle position et formuler tel type d'énoncé) ; il définit les gestes, les comportements, les circonstances, et tout un ensemble de signes qui doivent accompagner le discours » (*ibid.*, p. 41). Il propose d'accorder non seulement l'attention à l'énoncé, mais à l'énonciation, aux circonstances dans lesquelles le discours est tenu, les formes qu'il prend et par lesquelles il exprime tout autant que par les mots. Nous adaptons ici cette proposition pour considérer que la déontologie n'est pas seulement ce qu'elle dit par le texte (en l'occurrence, plusieurs textes, car les énoncés déontologiques se succèdent au cours des 130 années qui nous intéressent), elle est tout un ensemble de relations qu'implicitement elle prévoit et prescrit, une hiérarchie de positions entre les acteurs qui concourent à la réalisation du travail d'information.

La déontologie est un rituel au sens où elle réunit les acteurs ; ils en connaissent les principes, et ils reconnaissent la position qu'ils doivent occuper, le discours qui doit être tenu, l'attitude qu'il faut avoir. La déontologie est un rituel socialement partagé dès lors qu'elle n'est pas seulement un texte interne, mais un ensemble de prescriptions qui définissent la place des uns et des autres qui ont affaire avec le journalisme. La déontologie est alors un rituel « stratégique », comme le suggère François Demers ; inspiré par l'approche de Michel Crozier et Erhard Friedberg (*L'Acteur et le système*, Le Seuil, 1977), il propose de considérer « le discours éthique, non pas en lui-même, dans son contenu et sa cohérence, mais comme un geste, une main tendue, une promesse faite par des personnes à d'autres personnes »

(Demers, 1992, p. 40). Les jeunes étudiants dont nous racontions (en avant-propos) la mésaventure découvraient cela : que la morale professionnelle n'est pas qu'une affaire de principes à respecter. Elle est affaire de relations avec toutes les composantes sociales qui font et ainsi fondent l'identité du journaliste. En l'occurrence, la situation d'immoralité ruinait d'un coup tout leur être, ils n'étaient plus rien, ou bien peu, aux yeux de la source, de l'institution d'appartenance, de leurs pairs, et finalement ils remerciaient ceux qui les punissaient de le faire, comme une manière de rédemption. En fin de compte, l'éthique était sauvée dans leurs esprits immédiatement désolés, mais leurs relations ruinées (heureusement, pas irrémédiablement!). Ils découvraient que si l'éthique est une conversation avec soi devant un problème qu'on est fondamentalement seul à assumer, et si la morale est une parole de groupe devant un enjeu que l'on ne peut affronter que collectivement, la déontologie est la réponse collective à une question sociale : qui sommes-nous que d'autres ne sont pas ? Et donc : comment devons-nous établir et régler nos relations avec les autres pour que nous en soyons respectés et néanmoins différents ? comment exister en relation avec eux, sans être eux ? comment dessiner une identité propre dans un espace par ailleurs si partagé et dont nous ne sommes pas seuls à décider les contours ?

Avec la notion de raréfaction, Michel Foucault souligne l'ambivalence des instances de restriction, car elles agissent à la fois comme favorables à la prolifération des discours et opposées à leur apparition. La trajectoire du groupe professionnel des journalistes montre cette capacité à faire émerger, autour de lui et en son sein, des discours parfois très hétérodoxes, à se nourrir de la multiplication, pour finalement mieux en contrôler le développement. Nous faisons ici l'hypothèse que la déontologie n'est pas seulement un rituel de restriction, elle peut être comprise comme un de ces principes qui raréfie le discours, c'est-à-dire qui restreint la diversité tout en anticipant la multiplicité. Elle n'agit pas tant (ou pas seulement) comme limitation des discours que comme mise à profit de leur prolifération pour asseoir le contrôle de l'espace :

- Les chartes déontologiques comportent une régularité de leur forme discursive : elles sont moins des expressions de la faute professionnelle que du réglage des relations des journalistes avec d'autres discours en rapport avec le journalisme. Les chartes ne disent pas ce qu'un journaliste doit faire dans tous les cas qu'il peut rencontrer, car pour cela elles devraient être infiniment plus précises qu'elles ne le sont, elles auraient alors la forme de lois et de règlements. Elles expriment globalement comment se comporter avec des entités qui prétendent aussi définir le journalisme, non pas parce qu'elles sont lui-même, mais parce qu'elles lui sont intrinsèquement liées. En réglant les relations avec ces entités, les chartes contrôlent la prolifération des discours de celles-ci ; elles en admettent l'existence et la légitimité, elles les incorporent, pour mieux affirmer la prééminence du journalisme qui se trouve ainsi identifié.
- Elles ont une dimension stratégique : elles prévoient les situations paradoxales, et anticipent les évolutions. Le propre des codes de morale journalistique n'est jamais d'imposer, mais de suggérer la norme commune, laquelle prévoit donc, intrinsèquement, sa transgression légitime. Comme l'a remarqué Cyril Lemieux, le journalisme entretient une relation ambiguë avec la légalité, dès lors que dans certaines situations les journalistes considèrent, qu'au nom de conceptions supérieures et de l'intérêt collectif, ils n'ont pas à respecter certaines lois, ils font alors preuve d'un « civisme incivique » (Lemieux, 1992 a). Il en est de même avec la morale professionnelle, et cette attitude explique certaines transgressions (notamment, récemment, la dénonciation de suspects de pédophilie, et plus largement le recours à des dispositifs de caméra cachée). La transgression est acceptée parce qu'elle s'appuie sur le caractère paradoxal de certaines injonctions (Ruellan, 2010), par exemple l'exigence de vérité et la transparence des moyens, quand la première ne peut être atteinte que par la ruse. Cette capacité à supporter les entorses à la règle est ainsi un ciment qui fait tenir agrégé l'amalgame et qui, par anticipation, prévoit l'adaptation à de nouvelles circonstances qui conduiront à de nouvelles règles.

LA MORALE POUR ORGANISER

Prendre la déontologie comme un discours identitaire revient, comme le suggère Jean-Paul Terrenoire, à ne pas considérer que l'organisation sociale précède la morale⁴, que les groupes naissent et s'organisent pour créer des règles, des organes de contrôle et des sanctions, qui leur sont propres, que l'unité du groupe est nécessaire pour que la morale soit établie et agissante, et que la vie sociale est d'autant plus morale qu'elle est structurée. Ce postulat est problématique car il accepte sans l'interroger une toute première raréfaction, celle qui dit qu'il ne peut y avoir de morale sans organisation. Il valide ainsi un discours fondateur des groupes qui avancent que sans eux la morale n'existe pas, qu'elle ne les précède pas, et que leur justification est de l'organiser. Cette causalité est visible dans les déclarations d'intention des organisations qui, sous la Troisième République, apparaissent. Ainsi, en mai 1879 est créée, «entre Propriétaires, Directeurs et Rédacteurs en chef et Rédacteurs attirés des Journaux républicains de province» une Association de la presse républicaine départementale qui se donne pour objet d'être «un lien professionnel [...] et d'augmenter ainsi l'autorité, l'influence et la dignité de la corporation⁵». Quand le Syndicat des journalistes est fondé à la fin de la première guerre mondiale, il annonce : «Couvrant toutes les divisions, il y a d'abord l'état de journaliste, une profession aux formes multiples, dont il s'agit à la fois de délimiter les contours et de sauvegarder la dignité morale autant que les intérêts matériels⁶». Or, ce raisonnement indigène ne peut être que faux : c'est au contraire parce que des individus, qui ne sont pas organisés et n'ont encore qu'un sentiment confus de faire groupe, mais partagent déjà des valeurs, des visions, des modalités sociales, autrement dit une morale, prennent l'initiative de se rassembler sur la base de ce qui les réunit, que le collectif

4. Tel que proposé par Émile Durkheim. Terrenoire, 1991, p. 13.

5. Archives de l'IMEC (Institut Mémoires de l'édition contemporaine), ASPRD, S01C01B01D04.

6. *Bulletin du Syndicat des journalistes*, 28, février-mars 1925.

va pouvoir se faire. Ce sentiment d'un commun entre individus ne sera d'ailleurs pas évident à tous, et se constituera non pas une organisation, mais une myriade, pendant une quarantaine d'années, jusqu'à ce que l'évidence de l'identité commune s'impose à tous et qu'une organisation unitaire se réalise.

La morale conduit à l'organisation, ce raisonnement apparaît pourtant dans un autre texte fondateur, celui de l'Association des journalistes républicains, en 1881 : «La seule constitution d'une société de secours mutuel nous érige en corporation et va nous permettre d'intervenir comme un corps, non seulement dans les nombreuses questions qui tiennent au journalisme, mais aussi dans les questions qui touchent à la République⁷». Ici, le principe moral de solidarité entre pairs a conduit, à travers un système d'entraide, à la création d'une nouvelle entité, le groupe. Mais la citation fait apparaître un autre niveau de raréfaction : l'organisation entend être le lieu qui va permettre d'exister, non pas seulement entre soi, mais vis-à-vis d'autrui ; elle va construire un rapport du groupe avec la société. La déontologie est bien un discours identitaire du journalisme quand elle contribue à définir, pour soi et pour autrui (Dubar, 2002), ce que l'on est et ce que veut, un «être un "nous" pour les autres» pour reprendre l'expression l'Isabelle Baszanger (Baszanger, 1990, p. 281).

Traiter «du» journalisme ne peut pas dire grand-chose, évidemment. Il faut restreindre à une unité discursive et, tout en demeurant large, considérer que ce qui parle, c'est avant tout le groupe d'acteurs qui progressivement se réunissent, s'organisent, tiennent un discours collectif et prétendent occuper le territoire symbolique et pratique. Ce groupe est fait par une histoire qui n'est pas seulement de lui-même, il existe dans des espaces aux formes variées, il est en relation avec des entités elles-mêmes changeantes : il n'est pas simple de le saisir. Méthodologiquement, nous avons procédé à plusieurs choix. Le premier est la profondeur historique, un regard qui embrasse plus d'un siècle au risque de la difficulté à entrer dans une perception fine des ajustements discursifs et des résonances avec un contexte non

7. IMEC, ASPJRF, S01C12B02.

seulement professionnel, mais politique, économique, culturel, et social, que nous avons pris en compte autant que faire se peut. Le second est de concevoir les organisations de journalistes comme des foyers d'émergence des discours, dont la variété et le changement de forme font sens tout en considérant nécessaire de ne pas s'arrêter en excès sur ces transformations, pour ne retenir que ce qui passe des unes aux autres. Le troisième choix, c'est la centralité du discours comme modalité de construction d'une identité professionnelle, discours que l'on ne réduit pas aux seules chartes déontologiques, mais que l'on étend à l'ensemble des propos publics des organisations générées par le groupe. Cette méthode porte l'empreinte de celle de Florence Le Cam dans son ouvrage sur l'histoire du groupe professionnel au Québec (Le Cam, 2009). Son propos est de considérer le discours sur le journalisme comme un objet sédimenté, qui certes fait apparaître des ruptures et des organisations changeantes, mais qui finalement laisse voir, par le travail *a posteriori* de reconstruction des stratégies, sur la longue durée, une cohérence qui fait permanence, et établit un « projet professionnel ». De la somme des discours, tissés d'actes et d'institutions, observés dans la durée, elle déduit une armature à laquelle tous les acteurs, impliqués ou en relation, se réfèrent comme sens commun et font ainsi groupe. Somme de discours ne veut pas dire empilement hétéroclite, mais arbitrage et sédimentation, faisant apparaître un profil de sol, un horizon de choix entre lesquels migrent et s'enrichissent des conceptions, un socle commun à ceux qui marchent dessus⁸.

8. Néanmoins, nous n'avons pas travaillé à partir d'un corpus de textes aussi homogène que F. Le Cam qui a pu réduire son analyse aux propos publics des organisations fédératives de journalistes. La question morale est en effet prise en charge par des structures assez différentes. Même si nous la considérons comme centrale dans la construction de l'identité, c'est une question en creux pour les organisations, qui sont donc peu disertes. Nous avons alors eu recours à une variété de discours, qui vont des publications institutionnelles aux archives des organisations, en passant par des propos qui certes n'engagent que leurs auteurs, mais qui ont paru riches et significatifs des conceptions de l'heure. Nous avons notamment fait appel à des ouvrages de journalistes, et à des corpus d'articles publiés.

Cette triple attention (temps, espaces, discours) conduit à travailler sur deux plans : en synchronie et en diachronie. Synchronie : on ne peut prétendre comprendre un discours si l'on ne parvient pas à l'inscrire dans un contexte, dans une époque, dans des contraintes spécifiques. Prenons la charte déontologique que les journalistes syndiqués publient (1918) à leur fondation. Ce texte comprend deux articles surprenants : « Un journaliste digne de ce nom : [...] 7 – Ne se rend coupable d'aucun plagiat, cite les confrères dont il reproduit, dans sa forme ou dans son esprit, un texte quelconque ; 8 – Ne sollicite pas la place d'un confrère, ni ne provoque son renvoi en offrant de tenir sa rubrique pour une rémunération moins élevée⁹ ». Ces principes déontologiques prennent sens dans un contexte dont un autre texte témoigne : « Laissez-moi vous faire partager le bénéfique mélancolique de trente années de vie dans la presse, et, pour cela, vous dire que, même lorsqu'on peut se flatter d'avoir les mains propres et les poches vides, et de valoir par une certaine indépendance, on ne saurait jurer que l'on n'a pas servi, malgré soi, des intérêts que l'on eût réprouvés si on les avait découverts. Si je m'adresse à mes confrères, amis ou adversaires, ils me donneront ce témoignage : qu'ils ont tous connu de ces crises de conscience où leur gagne-pain et ce que j'appellerai leur "gagne-conscience" étaient opposés l'un à l'autre. », raconte un journaliste à ses confrères durant l'entre-deux-guerres¹⁰. Ce qui structure l'argumentation morale de non-concurrence sur les emplois qu'on lit dans la charte, c'est une très forte compétition pour le travail qui se fait sentir dès la fin du premier conflit mondial et a commencé avant.

Contexte qui n'est pas du tout le même dans la France des Trente Glorieuses, quand les syndicats de journalistes adoptent un autre texte, de portée européenne, en 1971. La clause de concurrence disparaît, plein emploi oblige. Par contre, une autre prescription apparaît : « L'équipe rédactionnelle doit être obligatoirement informée de toute décision importante de nature à affecter la vie de l'entreprise. Elle doit être au moins consultée,

9. *Le Syndicat des journalistes*, 1, décembre 1918.

10. *Le Journaliste*, 51, janvier 1929.

avant décision définitive, sur toute mesure intéressant la composition de la rédaction : embauche, licenciement, mutation et promotion de journaliste. » Se joue alors une autre partition, qui laisse entendre de fortes dissonances entre les éditeurs et les journalistes. Ces derniers disent que leur intention, en défendant leur autonomie au sein des entreprises, est supérieure. C'est la liberté de la presse, l'interdit d'interdire, thème très en vogue à l'époque, comme en témoigne l'introduction que le philosophe Paul Ricoeur fait à l'ouvrage du journaliste Jean Schwoebel, principal animateur du mouvement des sociétés de rédacteurs : « Les journalistes ne sont pas des salariés ordinaires, ce sont des intellectuels qui coopèrent à l'acte principal de l'entreprise, la production d'information ; [...] cela leur donne un droit moral et un droit commercial fondé sur leur apport de compétence. Ce n'est donc pas au nom du droit des salariés à participer à la gestion des entreprises qu'ils revendiquent une part à la propriété et à la gestion, mais au nom d'un droit propre au monde de l'information » (Schwoebel, 1968, p. 11).

Si la question du pouvoir au sein des entreprises, de la divergence d'intention entre les employés et les employeurs, domine les années d'après-guerre, elle est au contraire très mineure lorsque les journalistes commencent leur organisation, et cherchent à se rassembler sous la même bannière. Les associations d'alors regroupent généralement les éditeurs et les journalistes, unis dans une même quête, celle de la construction d'une identité distincte, notamment de la littérature. En 1880, un journaliste s'adresse en ces termes à ses confrères pour leur proposer de se rassembler : « Si utile que soit la société des Gens de Lettres, dont je m'honore de faire partie, il faut convenir que son action ne se fait guère sentir en dehors des productions de romans et qu'il y a, de nos jours, d'avantage à tirer de la Presse que ce que cette société en tire. [...] Aucun malentendu ne doit être possible. Nous sommes isolés et déclassés : il faut que nous soyons une force car nous pouvons être une force, la plus colossale du pays¹¹ ». Journalistes et éditeurs souhaitent en commun construire

11. IMEC, ASPJRF, S01C12B02.

une légitimité sociale jusqu'ici niée, faire reconnaître leur notabilité dans la nation conquérante : « Nous sommes à une heure solennelle de notre histoire, la République française voit accourir vers elle, en colossale fédération pacifiste, tous les peuples de l'univers avides de contempler, dans notre synthèse triomphale, les conquêtes amoncelées du siècle qui finit. Paris est bien réellement à l'heure actuelle la capitale de la civilisation [...]. Votre comité a pensé que la Presse républicaine départementale avait le droit de revendiquer sa place dans cet universel concours de toutes les activités, de toutes les énergies, de toutes les bonnes volontés¹² », déclare, en 1900, un dirigeant de la première des associations.

L'approche diachronique s'impose alors, car elle permet de ne pas analyser les discours à la seule aune d'une époque. En les mettant en regard, en comparant les thèmes discursifs, le poids des arguments, toujours néanmoins reliés à un contexte, elle fait émerger les ajustements, les ruptures, et les continuités, ce qui survit d'un cadre à l'autre, d'un moment discursif à un autre et qui, en discours, finit par constituer l'identité que le groupe a donnée de lui-même, a produit sous son contrôle, à travers ce rituel moral. La perspective diachronique fait alors apparaître une structure générale du discours déontologique, qu'il faut inscrire dans une temporalité, des contextes et des espaces sociaux en permanence évolution.

LA STRUCTURE

Tous les textes produits par le groupe (ou presque) sont construits de la même manière :

- Ils marient deux niveaux : les principes généraux et les règles. Les premiers expriment des intentions générales : l'indépendance, la liberté, la vérité, la justice, le droit du public. Les secondes sont plus pratiques, elles s'appliquent à des situations concrètes. C'est là la distinction généralement faite entre

12. IMEC, ASPRD, S01C02B04D05.

une conception descriptive de la morale et une approche normative (Libois, 1994, p. 6.).

- Ils énoncent des lignes de conduite, mais demeurent assez vagues quant à la mise en œuvre ; c'est comme si les détails d'application, comprenant la liste précise des infractions, avec mention des situations aggravantes et des cas d'exception, assortie une échelle des sanctions, n'étaient jamais parus. Les chartes déontologiques élaborées en France sont généralement très courtes, elles tiennent en une à deux pages.
- Ils font parfois référence à une structure (un «tribunal d'honneur», un «conseil de discipline», un «jury», une «cour», un «conseil supérieur de la presse», etc.), propre à la profession ou à une organisation, chargée d'appliquer ces principes et règles. Mais les conditions d'organisation de ces structures (les membres, l'instruction des cas, les délibérations) ne sont pas précisées (sauf exception), comme si les intentions s'arrêtaient aux portes de la mise en œuvre.
- Chaque article peut être lu comme une indication sur l'attitude orthodoxe à adopter avec une des entités avec lesquelles les journalistes sont nécessairement en relation pour réaliser leur métier : leurs pairs, leurs éditeurs, leurs sources et leurs récepteurs.

En soi, ce découpage des relations n'est pas nouveau. Jean-Marie Charon a observé que les chartes rédactionnelles peuvent être analysées sous trois angles normatifs (Charon, 1999, p. 18) : le respect dû aux publics, celui des sources et celui des pairs. Cette catégorisation est aussi utilisée par Johanna Siméant pour observer le processus de socialisation des apprentis journalistes au sein d'une école professionnelle (Siméant, 1992). François Demers considère une quatrième dimension relationnelle, celle de l'employeur (Demers, 1992, p. 48). Cette typologie n'est pas non plus originale ; tous les métiers peuvent être observés à travers une distinction des relations aux confrères, aux employeurs, aux fournisseurs, et aux mandants. Ce qui est plus intéressant, c'est l'ordre d'apparition de ces dimensions relationnelles, la permanence de certains arguments, et la disparition d'autres,

qui laisseraient entendre que dans sa trajectoire, le groupe des journalistes n'a pas eu les mêmes préoccupations, a évolué dans ses aspirations, ne rencontra pas les mêmes difficultés, ne régla pas les mêmes relations avec son environnement. Il nous semble que les chartes et textes à portée déontologique témoignent de cet ajustement discursif, qui est aussi identitaire.

Nous avons fait débiter l'étude à la naissance des premières associations, en 1879, considérant qu'à cette époque, le journalisme commence à faire groupe au sens où il entame un processus d'organisation de l'amalgame que constituent, peu ou prou, les individus qui se tiennent sous cette dénomination commune de journaliste. Ces associations n'ont pas produit de code déontologique à proprement parler, le premier ne paraîtra qu'en 1918 et sera le fait d'un syndicat. Néanmoins, les déclarations d'intention des associations et les statuts qu'elles promulguent comportent déjà des arguments moraux. Ainsi, l'article 31 des statuts de l'Association des journalistes républicains née en avril 1881 prévoit qu'est « exclu tout membre qui s'est rendu coupable d'actes entachant l'honneur personnel, contraires à la dignité professionnelle, ou nuisibles aux intérêts et à la dignité de l'Association.¹³ » Deux ans plus tôt, une première association a déposé ses statuts avec pour objectif d'être « un lien professionnel entre les Membres de la Presse républicaine départementale, et d'augmenter ainsi l'autorité, l'influence et la dignité de la corporation.¹⁴ » L'honorabilité individuelle et ses effets sur le collectif sont au centre de ces déclarations d'intention. Celles-ci suggèrent que les associés ont pour objectif de s'entraider, de faire corps commun, afin que le regard public ne soit pas dépréciatif car les associations œuvrent à obtenir une reconnaissance sociale du journalisme. Le métier est en plein développement, mais ses employés modestes souffrent d'une réputation détestable; seules quelques figures publiques, dont la notoriété est associée à la littérature ou à la politique, sont reconnues. En s'associant, les journalistes et les patrons de la presse désormais industrielle

13. IMEC, ASPJRF, S01C12B02.

14. IMEC, ASPRD, S01C02B04D05.

et populaire vont faire front pour rehausser leur crédit public, ce que disent bien les déclarations d'intention.

Le code des «devoirs et [des] droits professionnels» que le Syndicat des journalistes publie en décembre 1918 tient en dix articles, et il en consacre deux à un «Conseil de discipline» qui «ne sera lié à aucune sentence rendue en dehors de lui¹⁵». Il pourra même rendre son honneur à un journaliste condamné par les tribunaux publics, ce qui est façon d'exprimer que les professionnels ne reconnaissent que la juridiction de leurs pairs pour les affaires d'honorabilité. Les pairs sont au centre de la déclaration qui aborde les relations entre confrères dans quatre articles, notamment pour stigmatiser les tricheries et les concurrences déloyales : le plagiat et la sollicitation de l'emploi d'un confrère. La relation aux sources est aussi détaillée ; on interdit «d'invoquer un titre ou une qualité imaginaire pour surprendre la bonne foi de quiconque en vue d'obtenir une information» et l'on promet de garder le secret professionnel, «même en justice», s'il a été demandé. Ces règles relationnelles sont assorties de trois mises en garde contre l'argent, la rétribution des réponses à des sollicitations de publication et l'appointement par des entreprises privées (les services publics ne sont pas concernés par l'interdit, ils le seront plus tard). La déclaration, pourtant brève au final, donne par le menu les situations qui pourraient confronter le journaliste à l'argent au péril de la liberté de la presse : «menaces de révélations sous conditions d'argent, publications d'informations tendancieuses dans le but spéculations financières, critiques littéraires, artistiques, théâtrales, etc., inspirées par le désir, valablement prouvé, d'obtenir des subsides, etc.». Ce détail suggère que les pratiques vénales sont courantes, et qu'elles préoccupent les journalistes.

Cette charte de 1918 est muette à propos des relations avec les employeurs et avec le(s) public(s). La réception est une préoccupation qui n'apparaîtra que bien plus tard, nous le verrons, on ne s'étonnera pas de son absence ici. Par contre, qu'il ne soit fait aucune mention des relations avec les patrons pourrait

15. *Le Syndicat des journalistes*, 1, décembre 1918.

surprendre car, durant l'entre-deux-guerres, les journalistes syndiqués ont mené une intense bataille contre eux, afin d'obtenir un statut professionnel. Mais, justement, l'objet de cette lutte n'était pas de régler la relation du journaliste à son employeur, mais de définir l'exercice professionnel du journalisme, et partant d'exclure des exercices concurrents, alors qualifiés d'amateurs, ce qu'annonce bien la charte de 1918. Néanmoins, on peut analyser que la loi obtenue en 1935 fut souhaitée pour empêcher les employeurs de recourir à une main-d'œuvre « au rabais », comme on disait à l'époque, et que la critique directe de la concurrence est un réglage indirect de la relation à l'employeur dont on veut contraindre la marge de manœuvre. On pourra aussi considérer que les arguments contre la vénalité visent aussi les patrons, dans un jeu de billard à bandes : en condamnant les journalistes rémunérés *via* des pratiques frauduleuses, la charte entend stigmatiser les employeurs qui les tolèrent, voire les encouragent, par intérêt financier direct ou indirect. Cette déclaration sera toilettée en 1938. En sera retirée la liste des pratiques vénales, signe possible que, la loi de 1935 étant passée par là, les journalistes ont l'impression que ces usages sont proscrits. Bien qu'en fait le statut professionnel adopté par le Parlement n'y puisse rien, les professionnels soutiennent qu'ils ont les moyens de les faire reculer puisque les journalistes sont protégés par la clause de conscience¹⁶.

La question des relations avec les employeurs deviendra bien plus explicite après-guerre. Une série de textes voit le jour à la Libération, à l'initiative de la Fédération nationale de la presse française (FNPF), récemment créée¹⁷. Ils concernent plus

16. Disparaît aussi de la version révisée en 1938 la mention au Conseil de discipline, ce qui s'explique par le fait qu'au-delà de l'annonce initiale, rien ne fut vraiment fait durant l'entre-deux-guerres, en tout cas rien qui aboutit.

17. Créée en 1944, la Fédération nationale de la presse française regroupait en son sein 2 500 titres, à travers six organisations : la Fédération nationale de la presse d'information spécialisée, la Fédération de la presse périodique régionale, le Syndicat professionnel de la presse magazine et d'opinion, le Syndicat de la presse quotidienne départementale et le Syndicat de la presse quotidienne régionale. Le 4 décembre 2009, la FNPF a décidé de cesser ses activités.

les droits et devoirs de la presse, que des journalistes eux-mêmes. C'est qu'après les pratiques vénales puis collaborationnistes des journaux, on entend réformer profondément le secteur : éloigner le pouvoir de l'argent («La presse n'est pas un instrument de profit commercial, mais un instrument de culture¹⁸»), et protéger l'information du pouvoir exécutif («Une nation libre exige une presse libre¹⁹»). Le public est toujours absent d'une mention explicite, mais il apparaît en creux, notamment quand on commence à défendre l'idée que la presse, «remplissant, en même temps un service public, doit avoir conscience de ses devoirs à l'égard de la Nation²⁰» et qu'elle assure «aux termes de la Déclaration des Droits de l'Homme et du Citoyen, “un des droits les plus précieux de l'homme”²¹».

Les textes élaborés à la Libération ne se préoccupent pas des problèmes de concurrence entre les journalistes, signe que la tension sur l'emploi a disparu, on entre de nouveau facilement dans les rédactions, et les Trente Glorieuses ne démentiront pas la tendance, alors que les effectifs du journalisme grimpent. Ils sont par contre attentifs à réguler la concurrence entre les journaux et leurs dirigeants car ceux-ci peinent à trouver de la main-d'œuvre et des ressources matérielles²². Le patronat est d'ailleurs le sujet principal de ces textes, constat qui confirme l'hypothèse que nous étudions : la morale tient à un contexte relationnel, et elle construit des règles qui sont en fait des arguments pour ajuster les positions des acteurs. Outre la régulation de cette concurrence entre patrons, les textes pensés à la Libération visent à la fois à interdire «la presse pourrie» d'avant-guerre et celle qui fut «aux ordres de Vichy et de l'Allemand²³», et à encadrer

18. Projet A. Bayet, FNPF, octobre 1945.

19. Commission exécutive de la FNPF, novembre 1945.

20. *Ibid.*

21. Projet de statut de la presse, FNPF, septembre 1946.

22. Voir notamment le Projet de Code des usages de la presse, octobre 1943.

23. Commission exécutive de la FNPF, novembre 1945.

les nouvelles équipes qui prennent la direction des journaux collaborateurs. Les projets veulent notamment imposer la transparence de la propriété.

Ces textes sont issus de la Fédération patronale naissante, nous pourrions considérer qu'ils n'entrent pas dans le champ de notre étude. Or, à cette période de l'immédiat après-guerre, le patronat des quotidiens est en grande partie constitué de journalistes. Certains sont issus de la Résistance, d'autres sont le recours pour remplacer les équipes démissionnées par l'épuration. Ceux à qui l'on confie la direction des titres relancés sont encore, culturellement au moins, des journalistes ; des journalistes-patrons peut-on dire, avant que l'expérience de direction ne les conduise (ceux qui restent, quand d'autres renoncent) à se penser de plus en plus en employeurs, à devenir des patrons-journalistes, voire des patrons tout court. Ces projets de code de la presse qui sont élaborés dans l'immédiat après-guerre (et n'aboutiront jamais) peuvent être entendus comme un discours de journalistes à propos des patrons, qui visent à régler la place de ceux-ci et, par là même, celle des employés de rédaction. Ce discours moral est ambitieux et, pour une fois, précis dans ces modalités. À travers plus de 115 articles, il détaille les délits et les sanctions, et prévoit notamment une « Cour d'honneur de la presse », composée de membres du Parlement, de la FNPF, du Syndicat des journalistes et un représentant de la Société des gens de lettres. La Cour veille à la « dignité » de la presse et se prononce sur les « cas d'offense à la vérité et d'atteinte à la sincérité de l'information », elle a le pouvoir de prononcer des blâmes et des exclusions de journalistes, qui peuvent aussi être des journalistes-patrons.

Ce discours moral des journalistes sur les patrons sera repris, largement, au cours des années 1960 et 1970, lors du débat sur la « participation » des journalistes à la direction des entreprises. Mais alors le débat prend une autre tournure puisque les salariés revendiquent, pour s'opposer aux employeurs suspectés de visées capitalistes, une part du pouvoir. Dans un projet de modification de la convention collective, en 1964, la Fédération nationale des syndicats et associations de journalistes demande

l'introduction de principes déontologiques car alors l'accord paritaire ne comprend aucune mention de la morale²⁴. Le texte soumis à discussion paritaire prétend engager conjointement le directeur de l'entreprise de presse et le journaliste à un ensemble de principes déontologiques²⁵. Cet engagement mutuel est aussi espéré par le projet que présente, en 1972, la Fédération française des sociétés de journalistes, avec l'appui de presque toutes les organisations syndicales. Mais l'intention est plus radicale : « en vue de garantir l'exercice de la liberté de la presse et de satisfaire le droit à l'information du public », il faut que les journalistes puissent contrôler « l'organisation et le fonctionnement des entreprises d'intérêt général » en participant au capital des entreprises. Le projet comprend la création d'un « Conseil de la Presse » qui serait chargé de « définir une déontologie de l'information et de sanctionner les manquements commis par les dirigeants d'entreprises de presse ou les journalistes » ; il doit aussi donner un avis sur les projets de concentration de presse, et son agrément aux entreprises de presse « d'intérêt général ». Nous sommes alors à l'apogée de la revendication de pouvoir au sein des entreprises, à l'apogée de la compétition que les journalistes

24. Dans la convention actuelle, au chapitre des « Principes professionnels », il n'est fait mention que du droit du journaliste à refuser de rédiger des articles de promotion assimilables à de la publicité, et de l'interdiction de recevoir des salaires ou avantages autres que ceux de son entreprise. Il est aussi considéré que les journalistes de l'audiovisuel peuvent refuser de révéler leurs sources. La revendication de l'intégration d'une charte à la convention collective est toujours actuelle : « Les syndicats de journalistes (SNJ, SNJ-CGT, USJ-CFDT), concernés depuis toujours par la déontologie et les principes professionnels, affirment haut et fort que l'intégration d'une charte dans la convention collective des journalistes serait un signe fort en direction de l'opinion publique, lassée des dérives récurrentes et des approximations. Hélas, tous les efforts pour faire partager ce souci aux représentants des éditeurs sont restés vains. » Communiqué du Syndicat national des journalistes, 5 novembre 2009.

25. Cette attente aussi est toujours présente : « Les syndicats de journalistes ne pourront accepter un code qui n'engagerait pas la responsabilité de tous les acteurs de la chaîne éditoriale, du plus humble des rédacteurs jusqu'au directeur de la publication ». Communiqué du Syndicat national des journalistes, 5 novembre 2009.

mènent avec les employeurs pour la définition légitime du journalisme, et la morale tient une place essentielle dans cette bataille discursive et distinctive. La charte dite de Munich, adoptée par les syndicats européens de journalistes, en 1971, ne sera pas aussi ambitieuse, mais elle portera la marque de cette époque. Elle demande : « L'équipe rédactionnelle doit être obligatoirement informée de toute décision importante de nature à affecter la vie de l'entreprise. Elle doit être au moins consultée, avant décision définitive, sur toute mesure intéressant la composition de la rédaction : embauche, licenciement, mutation et promotion de journalistes ». Souhait très en deçà des revendications les plus avancées, mais significatif de la volonté pérenne des journalistes d'ajuster les relations avec leurs employeurs en se servant de la déontologie comme argument et instrument de distinction.

Ce thème ne disparaît pas totalement des textes suivants, mais il devient secondaire alors que le mouvement des sociétés de rédacteurs, qui a marqué les années 1960 et 1970 en France, s'essouffle. La déontologie cesse un temps d'être un enjeu, les syndicats de journalistes désinvestissent le discours moral, cessent de s'intéresser à la réforme des textes qui régissent les médias et les pratiques professionnelles. C'est alors que surgit une nouvelle proposition, rédigée par l'organisation Reporters sans frontières, en 1991²⁶. Le texte reprend les règles d'indépendance, de conscience, de respect des confrères, de secret professionnel, de transparence des moyens, de participation à la décision, acquises dans les rédactions précédentes ; il sédimente, en reprenant parfois des expressions entières, notamment de la Charte de Munich de 1971. Mais cette rédaction insiste sur des points nouveaux, qui traduisent des préoccupations nouvelles : dans son premier article, elle avance comme « devoir essentiel » du journaliste de « Multiplier les sources d'information et les procédés d'investigation, quelles qu'en puissent être les conséquences pour lui, afin d'arriver au maximum de certitude. Citer ses sources et dater avec précision tous les éléments d'archives publiés ou diffusés sont indispensables à la compréhension publique

26. *La Lettre de RSF*, 27, juillet 1991.

de l'événement.» Les articles 2 et 3 insistent aussi sur l'exactitude des informations, et l'obligation de rectification ultérieure sans délai. À l'article 6, le texte préconise la réserve si «l'origine» d'une information n'est pas connue. Placées en tête, ces mentions parlent d'elles-mêmes : le journalisme français vient de connaître, fin 1989 et début 1991, deux épisodes difficiles : les événements en Roumanie, et la guerre de Golfe. Par deux fois, les médias et surtout (dit-on alors) la télévision, ont fauté collectivement. Précipitation, voyeurisme, irrespect de règles pratiques et morales, avec pour conséquence un déficit de vérité.

Le texte proposé par Reporters sans frontières est particulièrement attentif aux personnes avec lesquelles les journalistes travaillent : respect de la vie privée, présomption d'innocence, pas de discrimination (nationale, raciale, professionnelle, politique, religieuse), anonymat si requis, attention à la souffrance des victimes et personnes en détresse, évaluation du risque des personnes présentées à l'occasion de reportages dans les pays totalitaires, cette charte est d'une précision nouvelle sur le droit des sources de l'information. Enfin, autre attention soutenue : «Ne jamais confondre le métier de journaliste avec celui du publicitaire ou du propagandiste» et n'accepter aucune rémunération autre que celle de son entreprise, ne tirer aucun avantage, refuser tous «cadeaux, faveurs, titres de transports» issus de son exercice professionnel. Au total, on peut considérer que dix articles, sur les trente de ce projet de charte, se préoccupent de la même relation : aux sources. Qu'il s'agisse de se départir d'une information non vérifiée parce qu'obtenue auprès d'un service de communication et sans qu'il soit fait mention de celui-ci, d'éloigner les subsides et présents que la publicité et le marketing peuvent mettre sous le nez des journalistes, ou de protéger les sources anonymes de l'information, tout concourt à la même idée : il faut normer les relations avec les sources. Parce qu'à cette époque précise, le journalisme a le sentiment que l'origine de l'information, désormais maîtrisée par les professionnels de la communication, lui échappe. Il s'inquiète aussi de l'accélération de la concentration de la presse et de la privatisation de l'audiovisuel, et de l'importance que prend désormais la mesure

de l'audience qui introduit toujours plus de sensationnalisme, faisant prendre des risques aux sources les plus vulnérables. La période semble alors dédier la déontologie à l'ajustement d'une relation jusqu'à présent peu explicitée, celle avec les sources.

Nous l'avons vu, la mention du public apparaît, en creux, à la Libération, quand il s'agit pour les vainqueurs de refonder, dans l'intérêt général, une presse aux valeurs morales. La référence fondamentale, à l'époque, est la libre circulation des idées et des informations («La Presse ne peut remplir sa mission que dans la liberté et par la liberté.²⁷»), et c'est ce droit que l'on défend. Le droit du public à l'information, c'est-à-dire à disposer d'outils d'accès à des données fiables et utiles, est encore presque absent de l'argumentation²⁸. La conception émerge vraiment en 1964 dans le projet présenté par la Fédération nationale des syndicats et associations de journalistes: «Tout homme, pour tenir sa place dans la communauté humaine et pour son développement personnel, a le droit et le devoir d'être informé; la vie sociale [...] ne se conçoit pas sans information.», lit-on en tout premier préambule. Dès lors, ce droit va être systématiquement inscrit au fronton des déclarations d'intention: des syndicats européens réunis à Munich en 1971, de la Fédération des sociétés de journalistes en 1972, des organisations de journalistes rassemblées par l'Unesco de 1978 à 1983, de Reporters sans frontières en 1991, du groupe de travail constitué par les Assises internationales du journalisme en 2008, du «Comité des sages» réuni à la suite des États généraux de la presse en 2009, et dans la nouvelle version de la charte du Syndicat national des journalistes en 2011²⁹. Dans les rédactions de 2008 et 2009, une nouvelle dimension apparaît: celle d'un récepteur réactif, voire actif. Le texte des «sages» est mesuré quand il préconise: «Le journaliste est attentif

27. Projet de statut de la presse, FNPF, novembre 1945.

28. Un projet de Déclaration des droits et des devoirs de la presse libre, soumis à l'examen de la FNPF en octobre 1945, affirme que la mission de la presse est «de donner des informations exactes, de défendre des idées, de servir la cause du progrès humain.»

29. Snj.fr, 9 mars 2011. Le syndicat ne reprend à son compte que partiellement cette perspective, on verra pourquoi au chapitre 5 et dans l'épilogue.

aux critiques et suggestions du public. Il les prend en compte dans sa réflexion et sa pratique journalistique.³⁰ La proposition des Assises va plus loin quand elle affirme qu'il ne peut y avoir d'information de qualité sans une relation de confiance avec le public qui la reçoit. Les journalistes et les éditeurs «mettent en œuvre tous les moyens qui permettent au citoyen de contribuer à la qualité de cette information.»

Ces mentions nouvelles traduisent un changement de perspective. Autant la référence au droit du public à l'information exprimait une confiance des gens de presse en leur rôle social dans la société d'après-guerre, celle de la reconstruction et de la foi en le progrès, autant les déclarations depuis le début des années 1990 sentent le retrait, la défensive. L'animateur des «sages» justifie la démarche de création d'un nouveau code en commençant par ces mots : «Les États généraux de la presse, l'an dernier, ont vérifié l'écart grandissant entre les publics et les journalistes. La confiance n'est plus au rendez-vous. L'indépendance et la crédibilité des journalistes sont mises en cause. Un phénomène que *La Croix* mesure depuis 1988 à travers la publication de son baromètre sur la confiance des Français dans les médias.³¹ S'atteler à une nouvelle rédaction des principes déontologiques est la réponse à une crise relationnelle entre les publics (on remarquera que le terme est désormais au pluriel) et les gens de médias. Quant au texte des Assises, il fait suite à la rencontre de 2007, à Lille³², dont les thèmes de débat sont sans équivoque : «Un autre journalisme est-il possible?», «Un monde sans journaliste?» Ils expriment deux réactions :

- aux critiques de plus en plus fréquentes issues de milieux associatifs, académiques et périprofessionnels ;
- à la multiplication des pratiques d'autopublication et de collaboration d'internautes aux médias : «Les pupilles de Bourdieu et les mouvements de contestation ou de critique d'«un ordre médiatique» sont-ils en mesure de dessiner des pistes

30. Lacroix.com, 27 octobre 2009.

31. Bruno Frappat, Lacroix.com, 27 octobre 2009.

32. Journalisme.com

pour une autre pratique du journalisme? [...] L'émergence du "journaliste-citoyen" s'oppose-t-elle par principe au journaliste professionnel?» Réfléchir à la déontologie, c'est alors border l'espace professionnel, défendre les frontières par la redéfinition des relations avec les récepteurs. Les éditeurs ont d'ailleurs réagi, un peu plus tôt, de la même manière. En 1995, le Syndicat de la presse quotidienne régionale éditait une charte des «Règles et usages», s'inquiétant du «risque d'une perte d'identification de la fonction éditoriale.» En 1998, la presse hebdomadaire faisait de même, parlant de «renforcer la crédibilité auprès de [ses] lecteurs» et de «limiter les risques de contentieux»³³. Un mouvement de création de chartes déontologiques internes aux entreprises va aussi s'amorcer dans tous les secteurs médiatiques (Prodhomme, 2005) et plusieurs entreprises vont créer des postes de médiateur afin de favoriser les interactions avec les usagers.

LA TEMPORALITÉ

Les textes de nature déontologique, par-delà leurs similitudes relativement nombreuses, font apparaître des thèmes discursifs particuliers que l'on relie au contexte ; nous l'avons exprimé plus haut. Il faut aussi souligner que les foyers de discours ne sont pas les mêmes d'une époque à l'autre. Même si les discours circulent entre les espaces, les dispositifs sociaux ont du sens : on ne produit pas les mêmes conceptions si l'on les développe dans une association, un syndicat, une coopérative, un réseau solidaire ou un cercle critique. Car une association est faite pour la sociabilité et l'entraide sans distinction des catégories, quand un syndicat corporatif est bâti pour la défense des intérêts particuliers, il construit des cloisons. Une coopérative est une structure d'intérêt mutuel, mais à la différence de l'association, elle n'est pas faite pour la camaraderie mais pour la cogestion des biens communs. Un réseau est par définition solidaire, c'est son rôle premier : il assure aux membres, sans qu'aucun ne soit lié formellement

33. Textes reproduits par Charon, 1999.

à l'organisation, une défense des intérêts individuels. Enfin, un tissu d'espaces de critique est extérieur aux structures légitimes de représentation, ils agissent indépendamment au nom d'une conception supérieure. De l'observation de la temporalité des discours, des contextes et des organisations, nous avons tiré une hypothèse générale, qui divise en cinq phases, correspondant à cinq relations, dans cinq foyers. 1 – Les associations professionnelles entre 1879 et 1918 : la relation au public. 2 – Les syndicats de journalistes entre 1918 et 1943 : la relation aux concurrents. 3 – Les sociétés de rédacteurs entre 1943 et 1980 : la relation aux employeurs. 4 – Le réseau international de 1980 à 1995 : la relation aux sources. 5 – Les espaces délibératifs, depuis 1995 : la relation aux publics. Certes ce découpage est abrupt, et nous ne prétendons pas qu'il y ait une étanchéité entre les phases et les thèmes, surtout aux périodes de subduction quand une question passe lentement sous une autre. Mais nous souhaitons ici soutenir l'hypothèse que tendanciellement chaque période est particulière : elle révèle un discours, dans un cadre spécifique, qui se concentre sur un pan relationnel, qu'il prétend organiser à travers des arguments de nature déontologique, depuis des espaces distincts.

1 – Depuis la Monarchie de Juillet jusqu'à 1918, on assiste à l'émergence d'un groupe professionnel, qui se met à croître par l'invention d'une nouvelle activité, la presse d'information dont l'existence est confirmée par le journal populaire à fort tirage (1863). Le nombre de journalistes permet de se rassembler, de façon informelle puis en associations (1879), tout d'abord plus politiques, puis fondées sur des divisions régionales et sous catégorielles. Patrons de presse, journalistes, écrivains, politiques, amateurs, tout fait bois pour ces cercles de sociabilité dont l'objectif est non seulement de se reconnaître et de partager les soucis d'une « grande famille » (Martin, 1986), mais aussi d'être reconnu par la société, par le public. La préoccupation des gens de presse de l'époque est d'atteindre une notabilité, refusée à ce métier qui n'est encore admis que par défaut, de hausser le crédit d'un groupe en train de naître, et pour cela on serre les rangs sans

préoccupation de classe. Dans ce combat, la déontologie est l'argument central : à l'opinion publique, on dit que l'on est respectable parce qu'on a une morale, celle-ci étant la mesure par laquelle on accède à l'exercice du métier. Dès la fin du siècle, le discours déontologique croise celui de la sélection, de l'exclusion, donc de l'identité. Première étape, où l'on voit que la déontologie sert à fixer les relations au public (envisagé encore de façon singulière, indistincte) et implique un regroupement des pairs.

- 2—De 1918 à 1943, c'est le temps du syndicalisme, des combats revendicatifs, même si les organisations demeurent relativement conciliatrices. La crise consécutive à la guerre a raréfié les emplois et la concurrence structure les arguments d'exclusion de ceux que l'on va bientôt (avec la loi de 1935) ne plus considérer comme des journalistes, mais comme ce qu'ils sont par ailleurs : des écrivains, des politiques, des avocats, et toute une foule de professeurs, de fonctionnaires, de commerçants, de curés. Ils donnent et vendent à la presse des articles et des informations, et prennent ainsi des emplois aux journalistes salariés. À cette époque, la déontologie est mobilisée en discours pour séparer le bon grain de l'ivraie, pour dire qu'il est de légitimes journalistes et par ailleurs des usurpateurs de titre et de fonction. La déontologie sert alors à régler les relations entre pairs. «Un journaliste digne de ce nom», ce n'est pas sans raison que le principal syndicat est créé avec ces mots qui, par la déontologie, disent le journalisme comme profession spécifique et les journalistes comme acteurs particuliers définis par leur activité.
- 3—La troisième période va de 1943 à 1980. Encore en guerre, les mouvements de Résistance et le gouvernement d'Alger commencent à structurer une série d'objectifs fondamentaux qui vont régir la presse d'après le conflit. L'un des desseins est de rééquilibrer les pouvoirs dans l'entreprise de presse et d'opposer au pouvoir du capital économique du patronat un capital intellectuel qui serait porté par les journalistes. Ce projet, qui est fondé sur le mauvais souvenir du pouvoir exorbitant des patrons de presse, est pourtant abandonné en 1949.

À leur manière, les journalistes du *Monde* vont l'incarner en créant en 1951 une société des rédacteurs qui fait figure d'exemple. Le mouvement va véritablement se développer à partir de 1965, dans un contexte très particulier qui fait apparaître que désormais, pour les journalistes promoteurs de sociétés de rédacteurs, l'ennemi n'est plus l'amateur, mais l'argent, et le pouvoir excessif des propriétaires qui prétendent faire du profit sur une fonction d'intérêt public qui nécessite une morale sans faille. La lutte pour la notabilité avait réuni patrons et salariés au siècle précédent, là l'argent les divise dans ce qui apparaît comme une lutte de pouvoir sur la nature du journalisme et la manière de l'exercer. Toujours sur ce même fond d'arguments de déontologie, c'est un ajustement relationnel aux employeurs qui est en train de se faire.

- 4—Si la période précédente fut celle de l'affrontement interne, la suivante, de 1980 à 1995, est celle de la dispute externe. C'est le temps du solde de la définition d'un périmètre de travail et d'autorité distinct de la communication. Pendant longtemps, tant que les activités de relation publique demeuraient marginales en volume et en importance sociale, le journalisme s'établissait de fait sur ce territoire (la presse politique partisane en était une illustration). Avec le développement de ces activités, à partir des années 1980, la distinction est nécessaire, et commence alors une compétition symbolique entre les journalistes, profession ancienne et sûre de son fait, et les communicants, bien formés et désireux d'être reconnus. La période est à l'anathème (les discours sur l'immoralité des communicants sont légion, ils mettent en lumière par conséquent la culture déontologique des journalistes). Néanmoins, la période est celle du temps du réglage des relations avec les sources : les journalistes apprennent à travailler dans des modalités nouvelles tout en les condamnant comme réductrices de leur autonomie. La trajectoire de l'organisation Reporters sans frontières est significative de cet ajustement qui conduit les journalistes à se servir d'une critique de la communication pour défendre une représentation universelle du journalisme à travers le principe de liberté des médias.

5—On vit alors que l'un des piliers du carré relationnel s'effritait, rouillé par les années d'inattention et de manque d'intérêt. Depuis 1980, les publics ont manifesté une attitude paradoxale : du désamour et de l'envie. Le désamour s'est exprimé par la fréquence des critiques à l'égard des journalistes (leurs manques de rigueur et d'indépendance). L'envie se manifeste par la pratique plus fréquente d'un journalisme non professionnel ; cela commença par la presse alternative, puis les radios associatives, la vidéo légère et les télévisions hyper locales, et plus récemment l'internet (2000). La période révèle alors plusieurs initiatives qui suivent cet axiome paradoxal. Au désamour, les employeurs d'abord, les journalistes ensuite, ont répondu par des dispositifs de médiation entre les récepteurs et eux (les médiateurs, les chartes rédactionnelles) et par des espaces critiques de débat (comme les Entretiens de l'information). À l'envie des publics, afin d'en maîtriser aussi l'éventuelle concurrence, ils ont opposé un discours professionnel : tout le monde peut pratiquer le journalisme, mais tout le monde ne peut pas être journaliste, la distinction tient à la morale professionnelle.

Nous verrons, par un examen détaillé de chacune de ces périodes, que le cadre proposé par Michel Foucault, qui permet de penser la raréfaction discursive selon deux modalités distinctes bien que proches (la restriction et l'ordre de la prolifération), s'adapte bien. En effet, il est manifeste que certaines périodes ont été propices à un discours plus cassant, de l'ordre de l'interdit ; l'entre-deux-guerres est un moment de prohibition, les discours rejettent fortement les voix singulières pour affirmer un primat des journalistes professionnels salariés sur le journalisme. La période suivante, que nous appelons celle du réglage des relations à la communication, commence sur la même note, mais finit autrement : devant l'évidence de la prolifération des discours sur le journalisme, le groupe professionnel incorpore ces discours plus qu'il ne les exclut, il se fait plus rond, plus conciliant. Comme il le sera durant la période ultime, celle de la relation aux publics, et comme il le fut durant la toute première phase à la fin du XIX^e siècle, celle de la construction de

sa légitimité publique. Devant la profusion de pratiques (multiplicité des discours et expansion des usages) du journalisme, qu'il ne paraît pas possible de restreindre et encore moins d'interdire, le propos professionnel se contente de s'insérer dans le concert afin de se positionner dans cet espace, de contrôler sa place sans la refuser à d'autres, dans l'attente d'une autre phase plus favorable. À l'image de ces variations, le discours sur la morale est plus cassant ou plus rond, plus restrictif ou davantage dans le contrôle de la prolifération.

Cet ouvrage fait suite à deux autres (Ruellan, 1993 [2007] et 1997), remettant sur le métier une problématique explorée depuis une vingtaine d'années : comment la construction identitaire se produit par un double discours, à la fois d'ouverture et de restriction, et de précision et d'adaptation. Comment un discours porte en lui les moyens à la fois du contrôle et de la souplesse, comment le groupe des journalistes se perpétue à la fois dans la construction d'une image de fermeture et dans l'ouverture des relations prescrites, construites par cette dualité.

Cet ouvrage creuse le sillon d'une étude qui demeure – et c'est une limite sérieuse – très franco-française. Il ne propose aucune comparaison avec d'autres systèmes médiatiques et trajectoires professionnelles nationaux. Nous avons même généralement évité de procéder à quelques références qui auraient pu paraître judicieuses, mais au risque d'être déplacées. Certes, nous savons bien que, dans un vaste mouvement de mondialisation des échanges et d'homogénéisation culturelle à laquelle n'échappent pas les médias (et probablement l'accroissent), les influences entre les systèmes nationaux sont importantes, et le détour par l'étranger permet souvent à des agents sociaux et politiques d'infléchir les trajectoires de leurs actions. Nous montrons par exemple que les premiers congrès professionnels internationaux à la fin du XIX^e siècle ont permis aux journalistes français d'affiner leurs réflexions sur l'organisation de leur groupe.

Mais deux raisons nous ont incité à ne pas poursuivre dans cette direction. La première est qu'on surestime parfois les influences étrangères, en particulier avant d'avoir approfondi

l'interrogation sur le plan national. Ainsi, par exemple, on a beaucoup insisté autrefois sur la prégnance du modèle américain du reportage, avant de s'apercevoir, grâce à des études plus fouillées (menées par Michael Palmer, 1983, Marie-Eve Thérienty, 2007, et nous-même, 1993 [2007]) que le modèle français existe, s'enracine dans une longue tradition culturelle, et résiste fort bien, au point qu'il semblerait parfois influencer d'autres systèmes nationaux (mais c'est là une hypothèse à vérifier). Seconde raison, la comparaison... est désormais possible: notre étude propose un cadre d'interprétation du discours déontologique dans la perspective de la construction identitaire du journalisme. Ce cadre pourrait être mis à profit dans d'autres espaces nationaux, afin de procéder par la suite à une comparaison internationale, un exercice particulièrement difficile tant il requiert de connaissances fines de chacun des systèmes médiatiques mis en regard.