

Les invisibles du journalisme

Introduction

JEAN CHARRON

Professeur
Université Laval (Québec)
GRMJ
Jean.Charron@com.ulaval.ca

BÉATRICE DAMIAN-GAILLARD

Maître de conférences
Université de Rennes 1
CRAPE
Beatrice.Damian@univ-rennes1.fr

ISABEL TRAVANCAS

Professeur
Universidade Federal do Rio de Janeiro
CIEC
isabeltravancas@yahoo.com



Il peut sembler paradoxal d'aborder sous l'angle de l'invisibilité un métier voué au dévoilement, à la « publicité » de l'information, à la mise en visibilité des événements. Pourtant ce métier comporte ses parts d'ombre. Introduire la dimension de la visibilité/invisibilité dans l'analyse de la production journalistique fait émerger des questions nouvelles. En effet, qu'est-ce qui est invisible dans le journalisme en tant qu'institution, en tant que processus et en tant qu'« œuvre » collective? Quels acteurs, quelles structures, quels processus, quelles influences échappent à l'attention? Aux yeux de qui toutes ces choses sont-elles invisibles? Aux yeux du public, de l'État et du droit, des autres travailleurs dans l'entreprise de presse, du champ journalistique, de tous ces acteurs qui s'agitent dans l'espace public, des chercheurs eux-mêmes? À quoi tient cette invisibilité, comment opère-t-elle et dans l'intérêt de qui? Il peut s'agir d'un choix délibéré de dissimuler des pratiques douteuses et des influences suspectes. Elle peut découler de stratégies de domination ou d'exclusion. Elle peut être liée au caractère émergent de pratiques nouvelles non encore reconnues ou au contraire à des affaires anciennes tombées dans l'oubli mais dont les effets structurants persistent même s'ils échappent à la conscience. À moins qu'elle soit le fruit des idéologies professionnelles dont le propre est d'agencer judicieusement les zones d'ombre et de lumière. Ou qu'elle tienne des limites des théories et méthodes des chercheurs.

Pour citer cet article

Référence électronique

Jean Charron, Béatrice Damian-Gaillard, Isabel Travancas, « Les invisibles du journalisme - Introduction », *Sur le journalisme, About journalism, Sobre jornalismo* [En ligne], Vol 3, n°1 - 2014, mis en ligne le 15 avril 2014.
URL: <http://surlejournalisme.com/rev>

Le journalisme est un métier public qui appartient ostensiblement (par la signature et jusqu'au vedettariat) aux journalistes. C'est leur affaire. Les « autres » qui collaborent à ce travail mais qui ne signent, ni ne publient (le personnel technique, de service et d'encadrement, les chercheurs, documentalistes, graphistes, agents commerciaux, etc.) restent dans l'ombre. Dans la tradition de la sociologie du journalisme, on a eu tendance à considérer ces « autres acteurs » comme agissant à côté ou autour du journalisme, comme une sorte d'environnement que l'on désigne par des concepts abstraits comme « contraintes de production », « ressources organisationnelles », « logique managériale », « dispositif technique », « influences extra organisationnelles », etc., toutes choses dans lesquelles se meut le journalisme et qui sont lourdes de sens sur le plan théorique, mais dont l'action concrète, quotidienne, routinière, incarnée, serait en quelque sorte hors champ. Mais dès lors qu'on ouvre les « boîtes noires » des invisibles, qu'on les considère comme des « médiateurs » plutôt que des « intermédiaires » (pour reprendre la distinction que Joël Langonné, dans ce dossier, emprunte à Bruno Latour) et qu'on s'intéresse à leur contribution, c'est-à-dire à leur capacité à faire une différence, on est amené à voir le journalisme autrement et à l'interroger différemment.

Penser le journalisme sous le prisme de l'invisibilité invite à examiner à la fois les mécanismes de la production journalistique, en tant qu'action collective, qui nécessite la coopération de plusieurs acteurs, et les positions respectives de ces acteurs dans cet acte de coopération. Et comme le souligne Howard Becker (1988) à propos de l'art « l'œuvre porte toujours des traces de cette coopération. Celle-ci peut revêtir une forme éphémère, mais devient souvent plus ou moins systématique, engendrant des structures d'activité collective que l'on peut appeler mondes de l'art » (Becker, 1988: 27).

Toutefois, certains acteurs n'obtiennent pas, malgré leur implication dans cette action, la reconnaissance de leurs savoirs et savoir-faire en termes de compétences, de statuts, de rémunération ou de promotion, par leur employeur, leurs confrères, ou les personnes-ressources. Car des logiques de segmentation explicites et implicites structurent la production journalistique et instaurent un ordre social hiérarchisé entre les positions occupées par les producteurs, qu'ils soient internes (journalistes permanents, analystes, techniciens) ou extérieurs à l'entreprise de presse (pigistes, collaborateurs occasionnels, sources d'information). Comment se structure ce système de reconnaissance? Sous quelles formes? Financières? Symboliques? Quelles sont les activités reconnues? Selon quels principes d'évaluation? Et qui valide, dans l'organisation, cette hiérarchie des positions en termes de statuts, de contrats de travail, de rémunération, de mobilité professionnelle? Répondre

à ces questions revient à objectiver les formes d'agencement des rapports sociaux de ressources (personnel, capital, technologie), structurées selon une perspective productive de biens, dans un contexte hyperconcurrentiel. C'est accéder à ce que Blanchot et Padioleau (2003) appellent l'économie politique du travail journalistique.

Travailler sur les espaces d'invisibilité du journalisme, n'est-ce pas aussi transformer le journaliste en arroseur arrosé? Le journalisme qui s'affiche, dans nombre de professions de foi, comme un art du dévoilement des affaires d'autrui jugées d'intérêt public, ne fait-il pas de la transparence une vertu que lui-même ne pratique guère? Les recherches publiées dans ce dossier montrent qu'il en va de l'activité journalistique comme de toute autre activité sociale: elle s'appuie, à chaque fois que le journaliste le juge nécessaire, sur des arrangements avec les règles (éditoriales et déontologiques), sur des accommodements comme autant d'astuces qui facilitent l'ajustement du travail aux contraintes de production. Les prescriptions managériales sont interprétées et réalisées plus ou moins librement à travers des tours de main, des connaissances pratiques, des ficelles du métier, des savoir-faire... L'organisation empirique du travail journalistique comporte sa part de bricolage et d'artisanat. Or si le journaliste revendique constamment les dimensions politique et citoyenne du journalisme, il rechigne à exposer aux yeux d'autrui (le public, les patrons, les sources, les collègues) sa démarche, ses routines, ses protocoles. Il livre un produit fini, épuré, et prend garde de ne pas montrer l'arrière-boutique, sauf dans les cas où le jeu de la transparence (ou un simulacre) peut contribuer à sa gloire.

Il arrive aussi que le journaliste se soustraie lui-même à l'attention des autres par l'anonymat, le pseudonymat, les fausses identités, les pratiques incognito, les caméras cachées... Ainsi, l'invisibilité n'est pas qu'une contrainte. La capacité à se dissimuler soi-même pour échapper à la critique ou au contrôle d'autrui est une ressource précieuse. Dans ce dossier, l'article de Beatriz Marocco et Nilsângela Cardoso Lima rappelle que les journalistes peuvent avoir d'excellentes raisons de dissimuler leur identité sous un pseudonyme. Il peut s'agir d'un impératif pour des journalistes qui produisent des articles politiques critiques dans un contexte politique autoritaire. Mais ce qu'ils gagnent en sécurité, ils le perdent en reconnaissance. Le pseudonyme peut aussi relever, au contraire, d'une stratégie de distinction et de publicisation de soi dans un contexte de forte concurrence. Dans ce cas, le pseudonyme est l'équivalent d'une marque de commerce destinée à accrocher et à fidéliser un public.

Incidentement, il ne faut pas prendre au pied de la lettre l'hypothèse d'Howard Becker: si toutes les contributions significatives à l'œuvre collective

laissent des traces, le rapport entre les deux (la trace et la contribution) n'est pas toujours aisé à établir, surtout quand le maître d'œuvre a intérêt à brouiller les pistes.

ESPACES MOUVANTS, IDENTITÉS PLURIELLES, RELATIONS COMPLEXES

Ce qui, dans le processus d'information, se situe en amont du journaliste, c'est-à-dire son rapport aux sources d'information et aux autres acteurs qui participent avec lui à la production de l'information, échappe la plupart du temps à la connaissance du public mais n'a pas échappé à l'intérêt des chercheurs qui ont voulu comprendre les conventions, les conflits, les connivences, structurant les relations et les interactions entre les journalistes, leurs sources et le personnel des médias.

Depuis un demi-siècle, la sociologie du journalisme a produit, un peu partout dans le monde, un grand nombre de travaux – trop nombreux pour que nous les citions ici – sur les relations entre les journalistes et leurs sources, sur les interdépendances entre des médias ou des spécialités journalistiques et des professionnels intégrés aux espaces sociaux envisagés comme ressources (communicants, acteurs politiques, agents d'artistes ou d'athlètes, acteurs politiques...). On a aussi étudié les caractéristiques sociales et les modalités de production des journalistes eux-mêmes qui font voir la « cuisine » de la production journalistique, à savoir les micros décisions, les opérations successives qui imbriquées les unes aux autres définissent et construisent le produit éditorial. Ce travail scientifique est incessant notamment dans le contexte des profondes mutations que connaît aujourd'hui l'univers des médias, du fait de la numérisation et de ses conséquences. Ces changements font que nous saisissons encore mal l'organisation de la production de l'information et le système de relations auquel le journaliste participe. L'identité et l'action des sources se transforment. Des acteurs nouveaux participent au processus, de nouvelles modalités de communication de l'information se développent ; des opportunités nouvelles apparaissent. Dans ce contexte, les frontières entre les territoires d'activités des acteurs deviennent mouvantes. De nouvelles tensions, imbrications, coopérations, rivalités apparaissent, créent de nouvelles zones d'incertitude pour les acteurs et de nouvelles zones d'ombre pour les chercheurs. Les contributions à ce dossier fournissent plusieurs exemples, comme celle de Guillaume Sire sur le travail des référenceurs dans les sites d'information, intermédiaires entre les journalistes et les partenaires extérieurs (dont l'incontournable Google), à la frontière d'univers et d'imaginaires professionnels parfois en opposition, ou encore celle de Pierre-Carl Langlais et Guillaume Huegnot qui porte sur la collaboration entre

journalistes, informaticiens, militants et universitaires qui travaillent de concert à la définition et la promotion du datajournalism.

INVISIBILITÉ ET RECONNAISSANCE : UN JEU À TIROIRS

Les hiérarchies formelles et informelles construites entre les postes de travail, les statuts, ou les fonctions dans un espace professionnel donné créent des zones d'invisibilité et des déficits de reconnaissance. Il s'agit d'en saisir, dans leur complexité, les modalités de fonctionnement et de légitimation.

La définition des critères d'accès à l'activité journalistique et de ses conditions d'exercice est l'objet de luttes constantes entre les acteurs impliqués dans cet espace social, car elle touche notamment au lien contractuel entre entreprises de presse et journalistes ou non-journalistes. Éditeurs, syndicats, employeurs, et pouvoirs publics débattent des fondamentaux attendus pour être journaliste, en termes de formation initiale, d'expérience professionnelle, de compétences, d'expertise thématique et/ou technologique. Ils négocient aussi dans le cadre de conventions collectives, d'accords d'entreprise. De leurs ententes dépendent les types de contrats, les grilles de salaires, les affectations à des fonctions, l'intégration aux prises de décision, en bref, l'établissement d'arrangements formalisés entre personnes et organisations et la distribution des positions respectives des producteurs du média. Dès lors, ces processus intègrent tout autant qu'ils excluent, avec des variations managériales toutefois, liées aux spécificités éditoriales et économiques des secteurs médiatiques et aux caractéristiques sociales et professionnelles des invisibles impliqués dans chacun des sous-espaces journalistiques. Cette hétérogénéité, structurelle et morphologique, constitue un obstacle au regroupement de ces invisibles dans un collectif engagé, dans la mesure où elle rend difficile l'élaboration des stratégies à adopter auprès des employeurs, des pouvoirs publics, des syndicats et des publics en vue d'une reconnaissance. Ainsi, la question de la reconnaissance prend des contours différents selon la distance des acteurs observés vis-à-vis de l'espace journalistique institutionnalisé. Ceux-ci appartiennent au centre (journalistes permanents), à sa périphérie (pigistes, secrétaires de rédaction), ou aux zones frontalières (référenceurs, informaticiens, militants), comme le démontrent les contributions à ce dossier.

L'invisibilité, quand elle est produite par ignorance stratégique, mépris, exclusion ou aveuglement volontaire devient une modalité de gestion des frontières du champ journalistique, une arme de disqualification de pratiques jugées illégitimes ou insignifiantes (comme le

journalisme institutionnel, la presse *people* ou porno, les bulletins météo, les paparazzis...). Cette dimension de la visibilité sociale est centrale car elle interroge la définition même de ce qu'est le journalisme. Dans certains cas, l'invisibilité, quand elle est vécue comme un déficit de reconnaissance, donne lieu à différentes formes de lutte pour la reconnaissance. L'analyse des relations entre entreprises de presse et pigistes, proposée ici par Faïza Naït-Bouda, s'inscrit dans cette perspective. Les seconds sont des invisibles maintenus aux frontières des premières. Bien qu'ils bénéficient du statut de journaliste, et qu'ils produisent des contenus, ils ne sont pas pour autant totalement intégrés à l'organisation. Cette relation inégalitaire est le produit d'une tension permanente entre les stratégies des employeurs caractérisées par la non-reconnaissance (invisibilité) de cette catégorie de collaborateurs, et celles des pigistes en vue d'acquiescer une reconnaissance (visibilité) par le droit, par les pairs, dans l'espace public (au nom de leur utilité sociale).

La problématique de l'invisibilité définie comme déficit de reconnaissance ouvre aussi sur la dialectique du conservatisme et de l'innovation. Plusieurs contributions à ce dossier portent sur des pratiques émergentes (*youmag*, le datajournalism, le travail des référenceurs...) et mettent en relief la lutte pour la reconnaissance de nouvelles manières de travailler, la définition du statut de nouveaux acteurs, les conflits que suscite l'abandon de pratiques anciennes. L'analyse que proposent Pierre-Carl Langlais et Guillaume Heuguet à propos du processus d'élaboration collective d'un manuel consacré au datajournalisme montre que, pour les promoteurs de cette pratique émergente, il ne s'agit pas seulement de stabiliser des définitions, des pratiques et des conventions, mais aussi de circonscrire un territoire et de faire reconnaître la dimension journalistique et la légitimité de cette activité.

INVISIBILITÉ ET FORMES D'ENGAGEMENT DES ACTEURS : UNE PLASTICITÉ DES SENS

Ces pratiques émergentes s'inscrivent majoritairement dans l'espace des médias numériques. Du fait de leurs particularités socio-techniques, les médias en ligne instaurent de nouveaux clivages entre le visible (ce qui est donné à voir à l'écran) et l'invisible (l'arrière-boutique technique et logicielle). Il y a aussi innovation dans le statut des entreprises et des produits concernés qui sont en phase de développement ou en recherche de modèles édi-

riaux et économiques viables. Dans ces contextes, les individus ne peuvent pas s'appuyer, pour fonctionner, sur une distribution stable et routinière de fonctions, de compétences et d'activités, selon des principes de division et de coordination du travail formalisés. Ces situations favorisent l'apparition de nouvelles formes de coopération, notamment entre journalistes eux-mêmes, et entre journalistes et professionnels des dispositifs socio-techniques. Les contributions à ce dossier en fournissent plusieurs exemples : les référenceurs dont parle Guillaume Sire, les développeurs et les documentalistes qui travaillent à *youmag* ou les informaticiens, militants et universitaires qui collaborent à la pratique et à la définition du datajournalism. Ces coopérations nouvelles révèlent des stratégies d'adaptation des acteurs, par exemple, aux exigences de productivité, à une définition de l'information de l'ordre de l'instantané, à un déficit de légitimité, ou à un impératif de survie économique. Ces terrains sont idéaux pour analyser des pratiques et des discours en cours de construction, avant qu'ils ne se formalisent dans des dispositifs managériaux. Le chercheur peut y observer l'élaboration des compétences et des rapports de pouvoir, les formes d'engagement des acteurs dans l'activité professionnelle avant qu'ils ne s'éditent en principes d'encadrement de la production, de l'ordre de la standardisation des procédés, des résultats ou des normes.

Ces formes de collaborations sont particulièrement présentes dans des espaces de production numériques. Pourtant elles ne datent pas d'hier. La recherche historique est là pour le démontrer. Dans ce dossier, Viktor Chagas le rappelle en mettant en valeur une catégorie de professionnels très anciens, mais rarement étudiés : les vendeurs de journaux qui, bien que travaillant dans l'ombre, ont joué un rôle important à l'époque de la dictature militaire en faisant partie de la résistance aux côtés des journalistes et en diffusant les journaux interdits.

L'objectif de ce dossier est d'explorer le rapport entre invisibilité et journalisme. Les contributions, loin d'épuiser le sujet, montrent que problématiser le journalisme sous cet angle ouvre des avenues nouvelles à la recherche, soit en attirant notre regard sur des objets négligés, soit en nous faisant voir sous un jour nouveau jusqu'à les rendre étranges, des objets que nos théories et nos méthodes nous avaient pourtant rendus familiers.

RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES

Becker, H., 2008, *Les mondes de l'art*, Flammarion, coll. Champs arts.

Blanchot, F., Padioleau, J.-G., 2003, « Une économie politique du travail journalistique », *Hermès*, n°35, pp. 63-71.