

LES MUTATIONS DU JOURNALISME A L'HEURE DES NOUVEAUX RESEAUX NUMERIQUES

PAR

NICOLAS PELISSIER (*)

Dans la précédente édition de cet annuaire (1) nous avons montré que les media français, dans leur couverture de la guerre en ex-Yougoslavie comme lors d'autres conflits précédents, n'avaient pas résisté à la production d'interprétations mythologiques et manichéennes des événements. Cela en dépit de toutes les précautions pragmatiques prises par leurs journalistes, en rédaction comme sur le terrain. Nous avons ensuite cherché à expliquer ce décalage cognitif par l'hypothèse suivante : si les media – qu'ils soient ou non français – n'ont pas correctement reflété les méandres sinueux du conflit du Kosovo, c'est peut-être parce qu'ils n'ont pas suffisamment pris la mesure de la *complexité* de cet événement, mais aussi parce qu'ils n'ont pas été préparés au traitement de cette complexité.

Comme l'avait alors écrit Daniel Bounoux : « *La complexité des phénomènes dérange et restaure invinciblement la croyance (...) si grand est notre désir de certitudes ou de schémas faciles à mémoriser et si possibles manichéens* » (2). Nous avons ensuite précisé que, si de nombreux journalistes admettent comprendre l'intérêt d'une réflexion sur le complexe, ils estiment par ailleurs que cette réflexion ne les concerne pas directement, le journalisme devant d'abord s'efforcer de faire « vite, court et simple » dans une perspective de *vulgarisation*.

Or, au contraire, la complexité se situe au cœur de la profession journalistique. Elle représente même un déterminant essentiel de son identité et de ses relations. Et les nouveaux réseaux d'information, tels qu'Internet, accélèrent et renforcent cette complexité, favorisant à la fois une intégration et une fragmentation professionnelles.

(*) Maître de conférences à l'Université de Nice Sophia Antipolis.

(1) Nicolas PÉLISSIER, « L'information en guerre : les media français et le conflit du Kosovo », *Annuaire Français des Relations Internationales*, Bruxelles, Bruylant, 2000, volume 1, pp. 206-225.

(2) Daniel BOUGNOUX, « Les Balkans comme métaphore », *Les Cahiers de Médiologie*, n° 8, 2^e semestre 1999, pp. 51-52.

UNE PROFESSION TOUJOURS PLUS COMPLEXE

Cette complexité peut s'évaluer à trois niveaux clairement identifiés par les spécialistes : complexité de l'identité professionnelle (dimension interne), de l'environnement (dimension externe) et surtout des interactions avec l'environnement (dimension pragmatique). Nous en déduisons qu'elle se trouve aujourd'hui à l'origine d'une crise structurelle préoccupante pour la profession journalistique. Les nouvelles technologies peuvent-elles résoudre cette crise ou, au contraire, contribuent-elles à l'accroître encore davantage ?

Une identité bigarrée : la complexité interne à la profession

Qu'est-ce qu'un journaliste ? Pas plus qu'il y a environ un siècle, lorsque le journalisme français (et bien d'autres encore...) s'est constitué en corps professionnel avec ses règles spécifiques de fonctionnement (3), la réponse à cette question n'est aisée. D'aucuns objecteront que le journaliste reste avant tout un professionnel de l'information, qui dégage l'essentiel de ses revenus de ses activités au sein d'une entreprise de presse. Mais qu'est-ce qu'un « professionnel », lorsque l'on sait que des autodidactes font d'excellents journalistes, tandis que des diplômés d'écoles spécialisées ne parviennent pas à réussir dans ce métier ? Qu'est-ce que « l'information », à l'heure où celle-ci n'est plus produite de façon monopolistique par les journalistes, et où les scientifiques en donnent une définition toujours plus protéiforme et métissée (4) ? Qu'est-ce qu'une « entreprise de presse », à l'heure où un particulier ayant de l'initiative peut produire de façon autonome son propre journal sur le Web et où des journalistes travaillent en grand nombre pour des organisations publiques et privées sans aucun lien avec le milieu des media ? Notre propos n'est pas ici de revenir sur ces questions délicates (5), qui continuent aujourd'hui encore à soulever de nombreuses et vives polémiques au sein des syndicats, des organismes de formation, des entreprises de presse et de la commission nationale paritaire chargée, en France, de délivrer la « carte de presse » (6). Bornons-nous ici à constater que la question de l'identité est capitale dans le journalisme, pour au moins quatre raisons.

Tout d'abord parce qu'il s'agit d'une identité *partagée*, à la croisée des chemins d'autres activités. Autrefois difficilement séparable de la fonction

(3) Sur ces aspects, voir Denis RUELLAN, *Les « pros » du journalisme*, Rennes, PUR, 1997.

(4) Voir Daniel BOUGNOUX, *L'Information contre la communication ?*, Paris, Hachette, 1995.

(5) Pour plus d'approfondissements, voir Michel MATHIEN et Rémy RIEFFEL (dir.), *L'Identité professionnelle des journalistes*, Alphacom/CUEJ, Strasbourg, 1995. Voir aussi Michel MATHIEN, « Le journalisme professionnel face aux mutations de l'information et de la communication », *Quaderni*, n° 37, hiver 1999, pp. 11-43.

(6) Seul document « officiel » qui légitime l'appartenance au corps des professionnels du journalisme, du moins en France depuis la loi du 29 mars 1935. Voir sur ce point Denis RUELLAN, *Le professionnalisme du flou : identité et savoir-faire des journalistes français*, Grenoble, PUG, 1993.

littéraire, critique, voire scientifique (7), la fonction journalistique s'entremêle désormais avec des fonctions davantage gestionnaires, documentaires, publicitaires, voire technologiques. Cette position-carrefour trouve ses origines dans l'extraordinaire « plasticité » de la profession, qui a conduit les journalistes d'antan à exercer leur métier de façon concomitante avec d'autres, et qui amène aujourd'hui de nombreuses professions concurrentes (en provenance du monde de l'informatique, des réseaux, du management ou de la communication) à devenir « producteurs de contenus informationnels », occupant ainsi le territoire traditionnel du journalisme (8). De fait, cette identité partagée semble provenir de la position sociale un peu exceptionnelle du journaliste. Comme l'ont démontré certains travaux inspirés par les recherches de Pierre Bourdieu sur le champ médiatique (9), les pratiques journalistiques semblent délimiter un champ très spécifique, mais celui-ci demeure profondément instable et hétérogène : il se trouve en effet segmenté en sous-champs parfois très conflictuels (quoi de commun entre les problèmes rencontrés par les journalistes précaires et ceux de l'élite ?) et apparaît concurrencé par d'autres champs en compétition et d'autres agents (académiques, intellectuels, communicationnels, etc.). Pierre Bourdieu va même jusqu'à évoquer une « *misère de position* », laquelle affecterait « *tous ceux qui occupent une position inférieure et prestigieuse au sein d'un univers prestigieux et privilégié* (10) ».

Toute son histoire montre ainsi que l'identité journalistique est *modulaire*, rarement stable, que ses frontières apparaissent toujours en mouvement. « Professionnels du flou », les journalistes ont régulièrement fait preuve d'une adaptabilité leur permettant d'absorber des chocs d'origines très diverses, notamment les tentatives d'instrumentation et de manipulations émanant de divers pouvoirs (politiques, religieux, etc.) et les mutations technologiques engendrées par les avancées de la science (11). Aujourd'hui, le défi à relever revient à gérer au mieux les contraintes générées par la triple pression exercée par « *l'urgent, l'argent et les gens* » (12). Cette tâche, nous le verrons, n'apparaît pas moins complexe à assumer que les précédentes, davantage prométhéennes mais moins amples et mieux localisées. Pour Michel Mathien, ce statut à géométrie variable s'explique assez largement par les insuffisances, voire l'absence, d'une forte régulation interne à

(7) Voir Jean-François LACAN, Michael PALMER et Denis RUELLAN, *Les Journalistes : stars, scribes et scribouillards*, Paris, Syros, 1997.

(8) Voir Nicolas PÉLISSIER et Denis RUELLAN, « Le journaliste pris dans la toile : les réseaux numériques, accélérateurs paradoxaux ? », Actes du 16^e Congrès International de l'Association Française de Marketing, Montréal, Canada, 18-20 mai 2000, pp. 645-655.

(9) Voir Patrick CHAMPAGNE, *Faire l'opinion. Le nouveau jeu politique*, Paris, Minuit, 1990 ; Alain ACCARDO et alii, *Journalistes au quotidien*, Bordeaux, Le Mascaret, 1995 ; Gilles Balbastre, *Les Journalistes précaires*, Paris, Liber, 1999.

(10) Pierre BOURDIEU, *La Misère du monde*, Paris, Minuit, 1993, p. 11. Point de vue repris par la suite dans l'ouvrage *Sur la télévision*, Paris, Liber, 1996.

(11) Michael PALMER, *Des petits journaux aux grandes agences*, Paris, Aubier, 1983. Voir aussi Marc MARTIN, *Media et journalistes de la République*, Paris, Odile Jacob, 1997.

(12) Daniel BOUGNOUX, *op. cit.*, 1995.

l'image des codes déontologiques régissant certaines professions libérales : « la juridiction des pairs, qui est le propre d'une profession libre, n'a jamais vu l'ombre d'une concrétisation à l'exception de la période de la Libération [...]. Parler de profession à propos du journalisme est donc abusif, malgré l'intention qui a présidé à son projet. Le mouvement des sociétés de rédacteurs qui, à la suite de la rédaction du journal. *Le Monde* dans les années 1950, a voulu reconnaître une autorité propre aux journalistes, n'a finalement pas eu (...) le succès escompté par ses promoteurs. Le journalisme demeure donc une profession inachevée » (13).

Autre caractère marquant : l'identité des journalistes demeure avant tout une identité *révée*, produite par de grands discours à vocation mythologique véhiculés par les organismes professionnels, les syndicats et les établissements de formation, mais aussi relayés sur le terrain par les acteurs dirigeants, parmi eux et auprès de leurs subordonnés. On peut ainsi élaborer, comme vient de le faire Jacques le Bohec (14), un véritable catalogue des « mythes professionnels » des journalistes : de « l'objectivité de l'information » à « la satisfaction de la ménagère de moins de cinquante ans », en passant par « la recherche de l'intérêt public » et « le garde-fou de l'idéal démocratique », ces acteurs se sont progressivement constitués un système mythologique fort et cohérent.

Mais surtout, ils ont accumulé un patrimoine de valeurs transmissibles leur garantissant une reproduction sociale efficace et surtout une différenciation marquée par rapport à d'autres professions voisines et potentiellement concurrentes. Certes, comme le rappelle Jacques le Bohec, ces mythes correspondent de moins en moins au vécu quotidien des professionnels. Cependant, ils fournissent au corps journalistique des outils efficaces de management identitaire et de clôture fonctionnelle au sein de rôles pré-définis et bien précis. Evoquant la question du mythe de l'indépendance des journalistes, Michel Mathien écrit : « *Etant inaccessible, irréaliste dans la permanence de l'action, il n'en constitue pas moins un élément moteur pour affirmer la raison d'être d'une profession* » (15). Autant de fonctions imaginaires dont la remise en cause équivaldrait, aux yeux des intéressés, à une sorte de crime de lèse-majesté (ainsi, journalisme, objectivité, justice et démocratie iraient forcément de pair...). Mais quoi de plus complexe à questionner que les catégories symboliques, surtout si celles-ci sont étroitement associées à des catégorisations morales (16) (la garantie du Bien public, de la Vérité, de l'Intérêt général, etc.) ?

Enfin, on peut penser l'identité journalistique, à la suite des travaux de Denis Ruellan (17), comme éminemment *paradoxe*, c'est-à-dire « tiraillée »

(13) Michel MATHIEN, *op. cit.*, 1999, pp. 28-29.

(14) Jacques LE BOHEC, *Les Mythes professionnels des journalistes*, Paris, L'Harmattan, 2000.

(15) Michel MATHIEN, *op. cit.*, p. 29.

(16) Voir Boris LIBOIS, *Ethique de l'information*, Bruxelles, ULB, 1994.

(17) Denis RUELLAN, *op. cit.*, 1993.

par des principes contradictoires dont la réalisation reste toutefois nécessaire à l'accomplissement professionnel. Le caractère plus ou moins technique de la profession offre une bonne illustration de cette tension. D'une part, certains travaux tendent à prouver que le journalisme demeure une profession difficilement codifiable et réductible à un traitement automatisé de type instrumental (18), car sa matière de référence reste le langage humain, par définition imprévisible : « *la rationalisation du sens [...] subit des cheminements où l'approximation, la métaphorisation, l'implicite, l'expression détournée de l'indicible [...] occupent une place prépondérante* » (19). D'autre part, les organismes de formation ainsi que les institutions spécialisées continuent de privilégier un discours de type « professionnel » (20) ... c'est-à-dire présupposant l'existence d'un certain nombre de techniques professionnelles dont la maîtrise serait indispensable à l'exercice de la profession.

Or, le journaliste expérimenté sait bien qu'une grande partie de son activité demeure largement intuitive, grandement irréductible à cette expertise technique. En des termes plus actuels, on pourrait évoquer une contradiction consubstantielle entre le « cerveau gauche » et le « cerveau droit » journalistiques (21), tension qui va amener les acteurs à « *s'efforcer de concilier l'exigence de précision et de cohérence véhiculée par l'idéologie professionnaliste dominante et le monde vécu, opaque et flou* » (22). La réalisation de cet objectif contradictoire est loin d'être chose facile, et elle génère chez les journalistes de nombreuses pratiques paradoxales susceptibles de déboucher, comme nous l'avons montré dans de précédents travaux (23), sur des dysfonctionnements organisationnels constituant autant de freins au changement.

Au total, la complexité interne de la profession journalistique est bien un facteur que l'on ne peut négliger, notamment dans une perspective de modélisation scientifique de son organisation. Ce problème apparaît d'autant plus capital que l'environnement lui-même de cette profession est en train de changer... et non dans le sens d'une plus grande simplicité.

Complexité externe, traitement du réel et nouvelles attentes citoyennes du public

Le deuxième niveau de complexité que nous souhaitons mentionner est donc celui de l'environnement (c'est-à-dire du réel) et de la nécessaire

(18) Voir Gérard CORNU, « De quelques points communs entre intelligence artificielle et journalisme », *Bulletin du CREIF*, n° 7, mars 1990.

(19) *Ibid.*, p. 98.

(20) Denis RUELLAN, *op. cit.*

(21) Cette distinction provient des neurosciences. Elle a été reprise par des travaux en sciences de la communication, dont ceux de Paul WATZLAWICK : voir *Le Langage du changement*, Paris, Le Seuil, 1987.

(22) Denis RUELLAN, *op. cit.*, p. 178.

(23) Nicolas PÉLISSIER, « La surexposition aux paradoxes pragmatiques : force ou faiblesse de la profession journalistique ? », in Claude LE BŒUF (dir.), *Rencontre de Paul Watzlawick*, Paris, L'Harmattan, 1999, pp. 181-207.

sophistication de son traitement par les acteurs journalistiques. Sur ce point, une première remarque s'impose : longtemps habilités par l'opinion et par les détenteurs de pouvoir à exercer une fonction de « réducteurs de complexité » dans une perspective de transmission et de *vulgarisation* des connaissances, les journalistes d'aujourd'hui semblent confrontés à une exigence inverse : le public attendrait désormais d'eux une attitude consistant à résister aux interprétations manichéennes et idéologiques de la réalité (fonction traditionnelle de la presse d'opinion) et à proposer des traitements beaucoup plus précis, distancés et affinés des événements médiatisés (24). En France, les chercheurs les plus divers n'ont pas hésité à fustiger les interprétations réductrices qu'ont pu donner nombre de journalistes prestigieux d'événements et de problématiques aussi complexes que l'avenir de la sécurité sociale, la question des banlieues (25), la construction européenne (26) ou, plus récemment, le conflit du Kosovo (27). Aujourd'hui comme hier (28), sur les questions internationales, il apparaît frappant de constater la différence de traitement d'affaires aussi délicates que la prise d'otages aux Philippines, le regain de tensions à Jérusalem ou la guérilla du Chiapas entre le canal des grands media et celui, toujours plus mesuré et moins dramatisant, des experts spécialisés (29). Cependant, il semble déjà que le traitement effectué par certains *media thématiques* (chaînes câblées spécialisées dans l'histoire, les sciences, l'art et la culture, etc.) apporte une valeur ajoutée par rapport au premier canal, à vocation plus généraliste donc *a priori* moins exigeant sur les attentes du public.

A toutes ces questions, on pourrait rajouter celles qui relèvent de l'écologie et la santé publique (couche d'ozone, clonage, encéphalite spongiforme bovine, SIDA, etc.), et celles, plus largement, qui concernent la controverse scientifique et qui nécessitent *a priori* un solide bagage conceptuel pour participer au débat (30). Dans certains de ces cas, on a pu découvrir, à l'aide notamment d'enquêtes qualitatives en réception (31), que l'opinion du

(24) Thierry WATINE, « Journalisme et complexité », *Les Cahiers du journalisme* n° 3, juin 1997, pp. 14-26. Voir également l'ensemble du dossier consacré à cette question par cette revue.

(25) Voir sur ces deux points les travaux de Pierre Bourdieu, Patrick Champagne et Guy Lochard.

(26) Voir par exemple l'essai de Serge HALIMI, *Les Nouveaux Chiens de garde*, Paris, Liber, 1998.

(27) Voir les propos de Régis DEBRAY, publiés dans son ouvrage *L'Emprise* (Paris, Odile Jacob, 2000) et dans le numéro huit de la revue *Les Cahiers de Médiologie* consacré au conflit du Kosovo.

(28) Voir l'abondante littérature suscitée par exemple par la couverture de la « révolution » roumaine de décembre 1989 ou de la guerre du Golfe, deux événements-clés pour comprendre le rôle des « miroirs équivoques » que sont les télévisions. Sur des conflits plus récents, voir les actes du colloque *L'information dans les conflits armés : du Golfe au Kosovo*, CERIME/UNESCO, Strasbourg, Parlement européen, 23-24 mars 2000. Actes à paraître aux Editions L'Harmattan, sous la direction de Michel MATHIEN.

(29) Ce problème ne fait que s'accroître avec le degré de complexité des conflits contemporains, qui traduisent une imbrication croissante entre local, national et international, mais aussi entre tribalisme et usage des technologies guerrières et informationnelles les plus sophistiquées. Sur cette imbrication, voir notamment les travaux de l'internationaliste britannique Paul Keegan (*War and our World*, Londres, Sage, 1998).

(30) Voir par exemple sur les questions de santé : Michel MATHIEN, *Media, santé, politique*, Paris, L'Harmattan, 1999 ; voir plus largement les travaux de Robert Boure, Baudoin Jurdant ou Bernard Schiele portant sur la communication de la science et la médiatisation du débat scientifique.

(31) Dans le cas des conflits du Golfe et du Kosovo, aux implications géostratégiques extrêmement délicates à évaluer, voir Nicolas PÉLISSIER, « L'information en guerre », *AFRI*, 2000, *op. cit.*, pp. 223-224.

public avait été moins tranchée et catégorique que celle d'une majorité des journalistes des grands media. Désormais, de multiples revendications se font jour pour que les journalistes et experts participent à un vaste processus de démocratisation de la science (32), ainsi qu'à une redéfinition de la problématique d'un *espace public* que l'on désirerait plus ouvert, transnational et démocratique (33).

Bref, on leur demande un investissement éthique et citoyen. Les chercheurs nord-américains évoquent même à ce sujet l'opportunité d'un « journalisme public » (34) qui associerait, lors de réunions publiques périodiques, journalistes, experts, consultants, décideurs et toute personne susceptible de se sentir concernée par tel ou tel problème. Sur Internet, des forums électroniques réalisés dans cette perspective commencent déjà à se développer (35). Il s'agit pour les journalistes de concilier leurs fonctions traditionnelles de *communicateurs* (fonction « légère ») avec celles de *transmetteurs* de contenus (fonction « lourde ») (36) les plus fidèles possibles à la réalité observée et à la rigueur des controverses dont ils font l'objet.

Au total, si les journalistes ont toujours pour mission de simplifier le réel, il semblerait qu'ils aient à le faire en conservant dans leurs spectres d'analyse une pluralité d'interprétations... c'est-à-dire en privilégiant un point de vue complexe. Ainsi, une vision « binoculaire » des événements doit pouvoir se substituer à toutes les visions « monoculaires » des grands media, affirmait récemment Edgar Morin à propos de la couverture du conflit mettant aux prises Serbes et Albanais au Kosovo (37). Dans cette perspective, on voit désormais se multiplier les formations en « Journalisme scientifique et technique », devant permettre aux futurs professionnels d'acquérir un savoir de plus en plus spécialisé venant compléter un niveau de connaissances générales *a priori* sans cesse plus élevé, du moins si l'on en croit les statistiques actuelles portant sur le niveau de formation des journalistes. Pouvoir concilier culture générale et savoir spécialisé, n'est-ce pas d'ailleurs l'idéal de l'honnête homme du Siècle des Lumières, celui d'une mise en boucle des connaissances dans une perspective encyclopédique ?

Cette double exigence, *a priori* contradictoire, nous semble d'autant plus cardinale que les journalistes entretiennent avec leur environnement des relations interactives, elles aussi très complexes.

(32) Voir Olivier LAÛGT, *Discours d'expert et démocratie*, Paris, L'Harmattan, 2000.

(33) Voir Dominique WOLTON, *Penser la communication*, Paris, Flammarion, 1999. Voir aussi Boris LIBOIS, *op. cit.*, 1994, ou Karl-Otto APEL, *Ethique de la discussion*, Paris, Le Cerf, 1995.

(34) Voir par exemple Thierry WATINE et Michel BEAUCHAMP, « Journalisme public et gestion des enjeux sociaux », *Communication*, Vol. 19, n° 2, 1999-2000, pp. 91-127.

(35) Voir le dernier numéro de la revue *Hermès* consacré à la démocratie locale et aux nouvelles pratiques auxquelles elle donne lieu sur l'Internet.

(36) La dichotomie « transmission/communication » a été récemment formalisée par Régis Debray et son Ecole de « médiologie ».

(37) Edgar MORIN, *Le Figaro Magazine*, 5 juin 1999, pp. 36-37.

Des interactions paradoxales avec l'environnement : la complexité pragmatique

Selon Michel Mathien, « si l'on veut saisir les évolutions possibles du journalisme, l'environnement global dans lequel les professionnels de l'information exercent leurs activités revêt toute son importance. En particulier, les processus d'interaction entre les media qui les emploient et leur environnement. Ces processus ne sont pas réductibles ni à l'objet observé ni au sujet observateur, ni à l'émetteur ni au récepteur : ils concernent les liaisons et, a fortiori, le degré de dépendance entre ses acteurs (...). Les uns comme les autres sont parties prenantes de la fabrication du réel et de ses représentations. Ceci est facile à comprendre dans un système social où les mass media ont occupé et occupent encore une position privilégiée (38) ».

En prolongeant ce point de vue « systémique », et en nous inspirant notamment des recherches-actions de l'Ecole de Palo Alto (39) et d'une actualisation récente de ces travaux (40), on peut donc penser que la complexité de la profession journalistique est notamment provoquée par les relations circulaires, permanentes, récursives et surtout paradoxales que les journalistes entretiennent entre eux et avec leur environnement. Ces relations sont de nature pragmatique : elles affectent le vécu quotidien du journaliste et font en sorte que celui qui s'y trouve confronté se trouve pénalisé dans ses choix : quelle que soit la décision qu'il prenne, il sera « pénalisé ». Les problèmes d'identité actuels des journalistes s'expliquent assez largement par la « surexposition » de la profession à toutes sortes de paradoxes pragmatiques.

En considérant le système médiatique dans son ensemble, il nous a été possible (41) de situer ces interactions paradoxales à au moins cinq niveaux :

- *les relations à la règle.* De fait, les journalistes semblent bénéficier d'une sorte de « morale d'exception » (42) qui les place dans la situation équivoque d'être à la fois les garants du respect de la légalité et des agents pouvant légitimement se mettre hors la loi si celle-ci est considérée par eux comme un obstacle à la recherche du bien commun et de la vérité.
- *les relations aux pairs.* A ce niveau, le journaliste se trouve écartelé par un double antagonisme, tant vis-à-vis de ses concurrents (recherche du scoop ou alignement sur les « autres » en vertu du principe de reprise en boucle des informations ?) que de sa hiérarchie (satisfaction des principes et intérêts personnels ou soumission aux contraintes de l'autorité (43) ?).

(38) Michel MATHIEN, *op. cit.*, 1999, p. 34.

(39) Voir par exemple Paul WATZLAWICK et alii, *Une logique de la communication*, Paris, Le Seuil, 1972.

(40) Voir aussi Claude LE BŒUF (dir.), *Rencontre de Paul Watzlawick*, Paris, L'Harmattan, 1999.

(41) Nicolas PÉLISSIER, *op. cit.*, 1999.

(42) Cyril LEMIEUX, « Les journalistes, une morale d'exception ? », *Politix*, n° 19, septembre 1992, pp. 7-30.

(43) Voir sur ce point Alain ACCARDO *et alii*, *op. cit.*, 1995.

- *les relations au public*. Le journaliste doit-il privilégier une rhétorique de l'amont, basée sur le principe de la distanciation et de l'impartialité ou bien une rhétorique de l'aval centrée sur les notions de proximité, de service et de convivialité (44)? Le choix est forcément pénalisant, dans un sens comme dans l'autre, d'autant qu'il n'existe toujours pas d'outils très fiables de mesure qualitative des préférences du public.
- *les relations aux sources*. Le journaliste doit-il favoriser le recours aux sources institutionnelles ou s'immerger dans la réalité complexe et informelle d'un « terrain » donné (45)? Dans le premier cas, il gagne en simplicité et fiabilité, mais perd en authenticité; dans le deuxième, il gagne en authenticité mais perd en fiabilité. Par ailleurs, se pose la question du degré de proximité du journaliste avec ses sources institutionnelles : s'il s'en rapproche trop, il se « brûle » (électrocution), s'il s'en éloigne trop il se « grille » (déconnexion). Entre perdre sa source ou son crédit... le choix n'est jamais simple!
- *les relations au produit* (l'information). S'agit-il de privilégier la subjectivité ou l'objectivité, l'affectivité ou la rationalité? Doit-on aller vers une information-miroir, basée sur la logique marchande de service, ou une information-magistère, héritière de la presse littéraire et politique des Lumières? Cette tension se retrouve dès la naissance des premiers journaux (46). Elle se renforce aujourd'hui du fait de l'accélération de la vitesse de circulation de l'information, de l'emprise croissante de la communication sur nos sociétés et de la convergence croissante entre media, publicité et systèmes professionnels d'information stratégique (47).

Pour le journaliste, une bonne gestion de ces cinq niveaux de relation implique tout un art du réglage de distance, des capacités d'endurance et surtout de « métacommunication » : ces paradoxes pragmatiques ne sont supportables qu'à la condition que le professionnel puisse « prendre de la hauteur » sur les situations qu'il vit et communiquer sur elles, auprès de ses pairs comme dans l'espace public. Mais quoi qu'il en soit, ces paradoxes sont difficiles à vivre au quotidien et ils rendent le changement professionnel plus difficile à mettre en place que dans d'autres professions (48). D'où leur impact puissant sur la crise actuelle de la profession.

Une crise qui n'est pas seulement passagère, mais structurelle et systémique, qui n'est pas seulement économique (précarisation des statuts, montée

(44) Voir Denis RUELLAN, *op. cit.*, 1993.

(45) Sur ces questions, voir Jean-Marie CHARON, *op. cit.*, 1993; voir aussi Rémy RIEFFEL, *L'Elite des journalistes*, Paris, PUF.

(46) Voir Michael PALMER, *op. cit.*, 1983.

(47) Nicolas PÉLISSIER, *op. cit.*, 1999.

(48) Voir par exemple : Jean-Marie CHARON, *Cartes de presse*, Paris, Stock, 1993 ou Jean DE BONVILLE, « Proposition d'un modèle d'explication du changement dans la pratique journalistique », in *Media et journalisme dans un environnement en mutation*, 2^e Séminaire franco-québécois, Paris, Institut Français de Presse, Université Paris II, 6-7-8 juin 2000.

du chômage (49), etc.) et politique (critique de la « pensée unique » et de la « cléricature » des grands media (50), mais culturelle : sous l'effet notamment de la concurrence croissante d'autres professions dans la production et la diffusion de l'information, le journaliste « fin de siècle » s'interroge de plus en plus sur sa vocation, sa raison d'être et ses valeurs de référence. Bref, un certain modèle du journalisme, politique et éthique, s'essouffle, sans que de nouveaux modèles nord-américains, tels que le « journalisme public » ou le « journalisme de communication » (51) puissent parvenir à le remplacer et à fédérer toutes les énergies d'une profession mise en abîme. Et les journalistes comme les chercheurs sont plus que jamais en quête d'un nouveau paradigme pour appréhender les réalités actuelles.

Le cyber-journalisme, ou « journalisme en réseaux », ne vient-il pas à point nommé combler ce manque ? La « révolution » de l'Internet et de la « nouvelle économie » ne devrait-elle pas susciter un sursaut salutaire pour la profession et générer ce changement de paradigme tant attendu ?

LE JOURNALISTE « PRIS DANS LA TOILE » :
INTERNET, ACCÉLÉRATEUR OU RÉDUCTEUR DE COMPLEXITÉ ?

Les penseurs du « cyberspace » et de la « cyberculture » l'affirment haut et fort, avec des démonstrations souvent fort convaincantes : les nouveaux réseaux numériques provoquent actuellement un changement technologique, mais aussi paradigmatique, en bouleversant notre façon d'appréhender le monde : à un mode d'accès à la connaissance basé sur l'écriture linéaire et textuelle, ils substitueraient progressivement un nouveau mode basé sur les trois principes fondateurs de l'Internet (52) : la *navigation* (qui supposerait l'affranchissement des limites spatiales et temporelles de l'écriture traditionnelle), l'*hypertexte* (qui favoriserait une mise en boucle généralisée des connaissances entre elles) et l'*interaction* (qui permettrait aux utilisateurs d'entretenir des relations permanentes et rétroactives avec n'importe quel point du réseau de communication dans une perspective d'apprentissage mutuel et d'émergence d'une intelligence collective). Appliqué aux organisations médiatiques, ce raisonnement peut amener à considérer que les NTIC ne sont pas des technologies parmi d'autres qui vont faciliter la tâche des producteurs d'information, mais qu'elles ont la capacité de modifier en profondeur la profession journalistique, tant sur un plan procédural que substantiel.

(49) Gilles BALBASTRE, *op. cit.*, 1999.

(50) Régis DEBRAY, *op. cit.*, 2000.

(51) Sur cette notion, voir Jean CHARRON et Jean DE BONVILLE, « Le paradigme du journalisme de communication : essai de définition », *Communication*, Vol. 17, n° 2, 1997, pp. 51-97.

(52) En Amérique du Nord, voir les réflexions d'Alvin Toffler, Howard Rheingold, Manuel Castells ou Pierre-Léonard Harvey. En France, voir par exemple les ouvrages de Joël de Rosnay, Philippe Quéau, Pierre Lévy, Jean-Pierre Balpe ou Jean-Louis Weissberg (*Présences à distance*, Paris, L'Harmattan, 1999).

Les enjeux du débat et les bienfaits attendus

Selon Peter Dahlgren (53), par exemple, les journalistes « classiques » ont tout intérêt à investir massivement et durablement le cyberspace s'ils souhaitent éviter d'être marginalisés par d'autres acteurs, aux intentions plus stratégiques, dans la production d'information ; ainsi, actuellement menacés dans leur statut par un processus de désintermédiation sociale que favorise clairement l'Internet, ces journalistes pourraient provoquer un processus de ré-intermédiation qui ferait d'eux les premiers bénéficiaires de la communication hypermedia. Mais cela demande de leur part un savoir-faire et un savoir-être relativement différent de ceux du journaliste classique, dans la mesure où la production (réussie et innovante...) d'une information en-ligne n'obéit pas exactement aux mêmes règles que celle de l'information médiatique traditionnelle : elle devrait être effectivement conçue en respectant ces trois principes de navigation, d'hypermedia et d'interaction. Faute de cet investissement, le media en-ligne risque de demeurer une pâle copie du media classique, ce qui est d'ailleurs aujourd'hui le cas dans une large majorité d'entreprises étudiées.

Les non-dits du journalisme en réseaux

On sait désormais que, dans l'histoire, l'introduction de techniques nouvelles a modifié la façon de travailler mais aussi la façon d'être-au-monde des journalistes (54). Souvent, cette introduction a généré une simplification et une rationalisation des tâches : ainsi en a-t-il été avec l'informatisation des rédactions dans les années 1970-1980 (55). Avec l'apparition d'Internet, va-t-on assister à une simplification ou une complexification ? Cela dépend de la relation que les journalistes entretiennent déjà et vont surtout entretenir avec un objet technique dont les usages ne se sont pas stabilisés et qui, de par sa conception hypertextuelle, ouvre une infinité de possibilités d'évolution (56). A coup sûr, leur travail sera bouleversé... mais pas nécessairement simplifié, allégé, rationalisé et pacifié.

Sur ce point, on peut déjà constater un certain alourdissement parfois écrasant des contraintes que les nouvelles technologies du temps réel font peser sur les professionnels, tant ceux de l'élite que ceux qui travaillent à

(53) Peter DALHGREN, « Cyberspace et logique médiatique : repositionner le journalisme et ses publics », in Serge PROULX et André VITALIS, *Vers une citoyenneté simulée : media, réseaux et mondialisation*, Rennes, Apogée, 1999, pp. 73-98.

(54) Michael PALMER, *op. cit.*, 1983.

(55) Voir sur le point l'important ouvrage de Denis RUELLAN et Daniel THIERRY, *Presse locale et nouveaux réseaux d'information*, Paris, L'Harmattan, 1998.

(56) Nicolas PÉLISSIER et Nicolas ROMAIN, « Journalisme de presse écrite et nouveaux réseaux d'information : reconfigurations théoriques et études de cas », *Les Cahiers du journalisme*, n° 5, décembre 1998, pp. 173-196.

la base de la pyramide de production (57). Par ailleurs, loin des discours claironnés et des prophéties à vocation autoréalisatrice, se trouve la réalité des pratiques professionnelles. Comme nous avons tenté de le montrer dans des textes récents (58), cette réalité est, dans l'ensemble, plutôt décevante au regard des enjeux très puissants de la communication multimedia et de l'émergence possible d'une société de l'information.

D'une part, en effet, à la différence de l'informatique au cours de la décennie précédente, il ne semble pas que les NTIC aient changé en profondeur les habitudes de travail d'une majorité de journalistes français : dans l'essentiel des rédactions, seule une minorité active (plutôt jeune, diplômée et créative) est concernée par ces nouveaux outils. Dans certains cas de filialisation (*outsourcing*), cette minorité « branchée » est tout simplement séparée et isolée des autres membres de la rédaction, pour lesquels Internet demeure davantage un problème qu'une solution. Bien souvent, cette avant-garde technologique reste avant tout fascinée par l'outil en soi et pour soi. Elle développe alors une compétence logicielle, certes utile, mais insuffisante si l'on considère que le multimedia représente davantage qu'une simple technique supplémentaire à la disposition des producteurs et diffuseurs. Dès lors, la compétence encyclopédique que nécessite l'écriture hypertextuelle (au-delà des simples « clics » de souris sur des interfaces graphiques...) risque de rester un vœu pieu. Dans certains cas, même, on a pu observer que ces journalistes « qui ont accompli le virage » finissent tout simplement par abandonner leur vocation initiale – le journalisme – au détriment d'activités relevant davantage du management, de la communication et de l'ingénierie informatique. Et lorsque qu'ils demeurent fournisseurs de contenus, il s'agit davantage, comme l'ont montré de nombreux travaux québécois (59), d'une info-service de type ludique et utilitaire.

D'autre part, un rapide bilan des sites Internet des media qui ont « mis en ligne » leur production permet d'aboutir au constat que ces créations n'ont pour le moment qu'un intérêt très limité au regard de leurs objectifs initiaux. Le plus souvent, il s'agit de simples « transpositions en-ligne » de modèles déjà existants dans les media traditionnels (versions « papier » de journaux par exemple (60). Parfois, certaines entreprises effectuent des propositions plus audacieuses, mais elles sont alors très vite concurrencées par les initiatives de *start up* ou de grandes institutions (publiques et privées),

(57) Voir Rémy RIEFFEL, *op. cit.*, 1983 et Alain ACCARDO *et alii*, *op. cit.*, 1995; voir aussi Maurice MOULLAUD et Jean-François TÊTU, *Le journal quotidien*, Lyon, PUL, 1989.

(58) Nicolas PÉLISSIER et Nicolas ROMAIN, *loc. cit.*, 1998; Nicolas PÉLISSIER et Denis RUELLAN, *op. cit.*, 2000.

(59) Voir par exemple François DEMERS, « Que reste-t-il du journalisme politique ? », in *Media et journalisme dans un environnement en mutation*, 2^e Séminaire franco-québécois, Paris, Institut Français de Presse, Université Paris II, 6-7-8 juin 2000.

(60) Voir sur ce point le bilan de Valérie KAIMAKI, *Presse et Internet en interaction*, Paris, Presses de l'Université Paris VII, 1997. Pour des analyses plus récentes, voir le numéro 5 de la revue *Les Cahiers du journalisme*, décembre 1998.

dont le journalisme n'est pas le métier traditionnel mais dont le degré de réactivité, la souplesse ou les moyens financiers et humains sont bien supérieurs à ceux des entreprises de presse classiques (61).

Comment donc interpréter ce décalage entre discours et réalités ?

L'Internet comme accélérateur de la complexité journalistique

Nous proposons d'examiner cette accélération à au moins trois niveaux : l'identité, les relations et la production, avant de conclure sur la question du territoire de référence de la profession.

En ce qui concerne tout d'abord l'*identité*, nous avons précisé que celle-ci était, entre autres, partagée et modulaire. Or, ces deux caractères de l'identité journalistique (qui contribuent activement à sa complexité) se trouvent considérablement renforcés par l'arrivée et la diffusion de l'Internet dans la profession. En analysant un certain nombre de sites d'information et en menant certaines recherches sur le terrain du local, certains auteurs (62) ont bien montré que, dans ce domaine précis de l'information en-ligne de proximité, les journalistes « classiques » étaient en voie de marginalisation. Au nombre de ces « *new comers* », figurent tout d'abord les grandes multinationales de l'Internet qui, après s'être décentralisées au niveau des États-nations (voir « AOL-France » ou « Yahoo-Italie » ...), s'intéressent depuis peu à l'échelle du local. On peut aussi évoquer le cas des grands opérateurs nationaux de télécommunications (en France : Vivendi, Bouygues, France Télécom et sa filiale Wanadoo...) qui souhaitent s'impliquer, au-delà de la fourniture d'accès, dans la production et donc la maîtrise de l'information locale et régionale. Outre ces hyper-structures, à un niveau davantage micro-économique, se multiplient désormais des initiatives en provenance des collectivités locales, des associations désirant agir dans une perspective citoyenne d'agora électronique, mais aussi des *start up* lancées par des aventuriers du Web et des informaticiens chevronnés entendant bien se mesurer sur le réseau avec les media et les journalistes plus traditionnels.

Ces différents acteurs extra-médiatiques sont d'ailleurs en train de se rapprocher, dans une perspective oligopolistique de *cartellisation* du territoire des réseaux électroniques locaux et de mise en place d'un monopole de fait sur le marché de l'information locale en ligne : que penser lorsqu'un groupe multinational se fait le *business angel* d'une *jeune pousse* qui continue à s'afficher comme « indépendante », lorsqu'un grand quotidien régional réalise et approvisionne le site institutionnel d'une grande municipalité, lorsqu'un site de journal régional réalise les trois quarts de son chiffre d'affaire grâce à des

(61) Denis RUELLAN, « Le local sur Internet : enjeux de la mise en-ligne de l'information », Séminaire *Nouvelles technologies de communication : nouveaux usages nouveaux métiers*, Lannion, mai 2000.

(62) Appartenant au réseau de chercheurs travaillant sur le thème « L'information locale en-ligne » coordonné par l'Université de Rennes I (IUT de Lannion/ONTICM/CRAP/CNRS). Pour une synthèse des travaux de ce groupe, voir Denis RUELLAN, *op. cit.*, 2000.

services aux entreprises et offre des liens privilégiés vers des sites de municipalités-clientes ? Ainsi, l'arrivée d'Internet dans le champ de l'information locale tend à brouiller les pistes, notamment à rendre encore plus perméable la frontière entre information éthique, au service de l'intérêt général, et information stratégique, au service des intérêts particuliers, politiques ou commerciaux, locaux, nationaux ou transnationaux. De telles remarques peuvent également s'appliquer au champ de l'information nationale (63). Or, sur ce terrain glissant de la « fourniture de contenus » (le plus souvent stratégiques, ludiques ou utilitaires), le journaliste est-il le mieux placé au regard du savoir-faire bien plus pointu des spécialistes en marketing et veille technologique, communication institutionnelle et traitement des bases de données ?

Ce problème est source de déstabilisation identitaire pour une profession qui a été fragilisée par deux décennies de concurrence économique exacerbée et de montée en puissance de la contestation du public et des clercs à son encontre. En ce qui concerne l'organisation du travail dans les rédactions, les choses ne sont guère plus aisées à appréhender. Théoriquement, Internet devrait être un outil de simplification, de rationalisation des tâches et d'autonomisation des acteurs... ce qu'il ne manque pas d'être dans certains cas, notamment dans les rédactions de journaux de pays en développement (voir nos travaux en Roumanie (64)).

Mais de fait, rares sont les rédactions actuelles de grands media occidentaux où de tels changements organisationnels ont pu être enregistrés. Une étude réalisée en Amérique du Nord (65) montre plutôt l'apparition de dérives et de dysfonctionnements préoccupants : aggravation de la dépendance des acteurs rédactionnels vis-à-vis de nouvelles « techno-hiérarchies » ; nouveaux impératifs de rentabilité liés à l'information en continu et aggravant les pressions hiérarchiques sur les salariés ; travail supplémentaire pour des acteurs journalistiques qui ne sont pas toujours rémunérés en conséquence ; émergence d'une nouvelle élite qui ne sera pas forcément la plus compétente et la plus éthique, mais la plus habile pour naviguer sur le réseau ; nécessité de prendre du temps pour « répondre en temps réel » aux requêtes et réactions du public ; enfin, accentuation d'un mouvement actuel de précarisation de pigistes de plus en plus amenés à se délocaliser, à se concurrencer et à se transformer en « représentants de commerce » des nouvelles. Ces dérives sont d'autant plus compréhensibles que l'introduction d'Internet dans les rédactions n'a pas vraiment été préparée, discutée et

(63) Voir les travaux réalisés au Canada par François DEMERS, *op. cit.*, 2000.

(64) Nicolas PÉLISSIER, « The Appropriation of Computer and Internet by Romanian Journalists », *The Profession of Journalist : East-West Perspectives*, 4-5 septembre 1998, Napier University, Edinbourg, Royaume-Uni.

(65) Voir Christophe DELEU, François DEMERS et Mylène PARADIS, Dossier « Internet, les media et les journalistes : les expériences nord-américaines et françaises », *Les Cahiers Média*, n° 4, Québec, 1998.

négociée, et que la généralisation de son usage reste souvent un non-dit (et non-pensé...) dans les relations sociales internes (66).

A un deuxième niveau, celui des *relations* du journaliste avec son environnement, Internet peut être perçu comme un catalyseur de complexité. Cela vaut pour ses relations à la règle, aux concurrents, au public et aux sources. Nous avons étudié ces interactions dans un texte précédent (67). Aussi limitons-nous ici à l'illustration de notre hypothèse par le cas des interactions entre le journaliste, les sources (amont) et le public (aval). En ce qui concerne les *sources*, tout d'abord, Internet est facteur à la fois d'autonomisation et de dépendance accrue des journalistes. En tant qu'assistant de recherche, il revalorise leur fonction documentaire, liée à la collecte de l'information. Il facilite l'accès aux bases de données, aux archives, à la littérature spécialisée.

Parmi les outils à sa disposition, des sites spécialisés (voir « European Journalism Page », « Internet Journalism Ressources » aux Etats-Unis, ou encore « Presse en ligne » en France), des serveurs de mise en relation avec des experts (« Profnet » ou « Expernet » aux Etats-Unis), des listes d'envoi spécialisées (« J-liste » en France) ou des « salles commerciales » (« Internet Newsroom » aux Etats-Unis) proposant l'aide d'un documentaliste professionnel. Sans oublier les nouvelles technologies « de poussée » permettant de faire remonter l'information de la source vers le médiateur : par exemple, les services à domicile offerts par l'entreprise californienne Pointcast ou l'entreprise canadienne NewsWire.

Mais cette tendance à l'autonomisation s'accompagne aussi d'une dépendance croissante du journaliste vis-à-vis des sources institutionnelles, dominantes sur le cyberspace car produites et contrôlées par les institutions étatiques et les grands groupes des industries culturelles (cf. *supra*). Pour ce qui est des relations au *public*, on peut de même prévoir qu'Internet va à la fois rapprocher et éloigner. Rapprocher parce qu'il permet, de par ses possibilités inédites d'interactivité, d'offrir de nouvelles formes de dialogue (courrier électronique, forums, listes de diffusion...) entre le journaliste et son public. Les besoins et la demande de ce dernier pourraient ainsi être mieux pris en compte. Il s'agira de fournir un contenu attendu dont la mesure sera constatée en temps réel. Cette mutation s'explique par le fait qu'Internet n'est pas un média de masse (« *one-to-many* ») mais plutôt celui des télécommunications interpersonnelles (« *one-to-one* »). Entre la présence physique et la distance, il produit de nouvelles modalités de télé-présence (68) relativement inédites, et qui compliquent d'ailleurs le réglage de distance avec le public.

(66) Nicolas PÉLISSIER et Nicolas ROMAIN, *op. cit.*, 1998.

(67) Nicolas PÉLISSIER et Denis RUELLAN, *op. cit.*, 2000.

(68) Voir Jean-Louis WEISSBERG, *op. cit.*, 1999.

En outre, une certaine minorité active sur l'Internet, héritière des bourgeois encyclopédistes du XVIII^e siècle, peut même déjà se passer des journalistes, puisqu'elle sait de manière autonome, sans avoir besoin de médiateurs institués, obtenir l'information personnalisée qui lui convient. C'est le principe paradoxal de « l'auto-médiation » (69). Mais celle-ci peut être interprétée négativement comme une désintermédiation, le journaliste perdant son statut de garde-barrière (*gate keeper*) enraciné dans un territoire (national, local) pour devenir un accompagnateur de nouvelles sans frontières au visage souriant. On en vient donc au constat suivant : Internet rend à la fois plus « présent » le journaliste auprès de son public, mais simultanément il l'éloigne... jusqu'au risque de le faire disparaître.

Il nous reste enfin à aborder la question du *produit de l'activité journalistique* : l'information. Ici encore, Internet tend à apparaître comme un accélérateur paradoxal de complexité, ce au niveau notamment du dilemme objectivité/subjectivité de cette information. *A priori*, le cyberjournalisme aura moins tendance à proposer au public une construction très personnalisée de la réalité (« angle d'attaque »). Un seul éclairage ne suffira plus. On ne fera, plus modestement, que proposer au navigateur un éventail de produits informationnels sur lequel il viendra faire son marché. Il ne s'agit plus d'imposer au public une vérité pré-construite (fonction de magistère) mais de le laisser cheminer sur des sentiers numériques, lui permettant de « se faire une idée plus large » d'un problème complexe. On peut citer à cet égard le travail très intéressant accompli par le site Web de *Libération* pendant le conflit du Kosovo (70), qui a conduit le cyberlecteur à « aller voir » par lui-même les sites des parties en conflit (UCK et diasporas albanaises contre administration et diasporas serbes) de façon à « entendre » les arguments de chacune de ces parties (connexion « directe » à la source... ou plutôt à des sources antagoniques).

On assiste ainsi à l'émergence d'un journalisme plus « contextuel », plus « référentiel », en rupture avec le modèle très engagé de la presse française d'opinion (laquelle, au siècle dernier, ne s'embarrassait guère de références et de citations...). Va-t-on en conséquence vers un journalisme enfin plus objectif ? La réalité est plus complexe, car Internet reste avant tout le média de la subjectivité, une subjectivité projetée à l'infini par des liens spéculaires appelés « réseaux », et atténuée par des formes nouvelles d'intersubjectivité virtuelle. D'une part, du côté du journaliste, la subjectivité demeure, mais se trouve déportée sur la partie « amont » de l'activité journalistique : le recueil et le traitement de l'information. Quelles sources proposer au lecteur ? Quelles « balises » placer pour faciliter son cheminement ? D'autre part, en ce qui concerne la diffusion de l'information (partie « aval »), le journaliste abandonne son rôle traditionnel de médiateur,

(69) Concept en forme d'aporie proposé par Jean-Louis WEISSBERG, *ibid.*

(70) Voir Nicolas PÉLISSIER, *op. cit.*, 2000.

conurrencé par de nouveaux et puissants « moteurs » de diffusion mus par des intérêts marchands ainsi que par les systèmes d'information pilotés par les institutions elles-mêmes (entreprises, administrations locales, etc.). Mais surtout, il laisse au public lui-même le soin de construire sa propre réalité. Bref, la subjectivité s'en va progressivement « par la petite porte »... pour revenir en force par la grande.

Cette métaphore nous amène enfin à conclure sur la question des nouveaux territoires du journalisme de demain.

DE-TERRITORIALISATION OU RE-TERRITORIALISATION
DU JOURNALISME ?
LE RETOUR DE LA MÉTAPHORE DES BALKANS

A priori, on pourrait penser que l'Internet favorise une intégration, voire une globalisation planétaire de l'activité journalistique. De fait, parce qu'Internet est un réseau mondial, il offre au journaliste un nouvel outil de collecte et de diffusion de l'information dont le champ n'est plus seulement local, régional et national, mais international. Certains travaux mettent d'ailleurs en valeur une certaine standardisation (71) des pratiques professionnelles à l'échelle de la planète, laquelle s'effectuerait dans le cadre dominant (hégémonique ?) d'une matrice culturelle nord-américaine : flexibilisation et néo-taylorisation des organisations du travail, montée en puissance d'une information ciblée pratique et ludique, délocalisation de la production d'information et essor des communications à distance, prédominance des services marketing dans les entreprises, accélération de la vitesse de travail, survalorisation des fonctions communicationnelles et managériales des journalistes, etc. Assisterait-on donc au déclin, du moins en Occident, de modèles « nationaux » de journalisme et à une sorte de « dé-territorialisation » de la profession, laquelle irait de pair avec celle de l'information ? Cela irait au moins dans le sens des théories de la convergence (72), qui tentent de modéliser une intégration croissante des industries du divertissement, des media, des télécommunications et de l'informatique, et qui expliquent notamment la constitution accélérée de grands trusts transnationaux présents dans chacun de ces secteurs (voir la récente fusion AOL/Time Warner). Dès lors, le journaliste pourrait être présenté comme l'un des principaux artisans de cette globalisation, que cela soit dans la perspective marchande d'un « *international news manager* », ou celle, plus politique, d'un nouvel arbitre des échanges entre communautés virtuelles au sein d'un espace public universel ignorant les frontières. Cette tendance ne peut être exclue, mais aujourd'hui elle n'est pas nécessairement dominante.

(71) Voir sur ce point les différents travaux de François DEMERS, *op. cit.*

(72) Sur ces théories, voir Thomas BALDWIN *et alii*, *Convergence : Integrating Media, Information, Communication*, Sage, Londres, 1996.

Curieusement, en effet, l'un des effets les plus étonnants et paradoxaux d'un réseau censé favoriser l'explosion des échanges mondiaux est de susciter en parallèle un *retour en force du territoire*, en particulier au niveau local et régional, parfois celui d'une communauté ethnique, linguistique ou religieuse. A l'appui de cette idée, on peut constater le développement très rapide, que nous avons évoqué plus haut, des sites d'information en-ligne de proximité, qui assignent à leurs producteurs des fonctions très identitaires de valorisation et défense des territoires locaux (73). Notons d'ailleurs que, ces dernières années, des travaux réalisés sur les télévisions sans frontières avaient montré des résultats semblables, la voie satellitaire favorisant souvent un repli sur sa culture plutôt qu'une ouverture au cosmopolitisme (74). Pour revenir à la couverture médiatique du conflit du Kosovo, Daniel Bougnoux (75) a ainsi mis en évidence le fait que la mondialisation de cette couverture n'a pas empêché les journalistes de tous bords de raisonner en termes de « chauvinisme informationnel ». Une étude réalisée sur les sites Internet consacrés au conflit confirme cette hypothèse (76).

Mais quel est donc aujourd'hui le territoire de référence privilégié du journalisme ? La Planète ou la Tribu ? Probablement les deux à la fois, Internet favorisant un mouvement paradoxal d'unification et de fragmentation de l'information traduisant sa complexité croissante. D'où la pertinence de la référence effectuée par Bougnoux à la métaphore des Balkans : ce territoire n'a-t-il pas été depuis un siècle synonyme de fragmentation (poids des luttes ethniques, de globalisation (la première guerre mondiale y a commencé) et de complexité (imbrication en réseau entre les peuples autochtones) ? Ne peut-on aller plus loin et affirmer que la « balkanisation » actuelle de l'information va de pair avec celle d'une profession journalistique de plus en plus tiraillée par des échelles contradictoires et concurrencées par de nouveaux acteurs ne favorisant pas une intégration des pratiques d'information dans le sens d'une démocratisation plus affirmée de l'espace public ? Internet peut indubitablement faciliter cette intégration... mais tout aussi bien la condamner : lorsque ses « portails » se seront refermés et verrouillés, les changements seront plus difficiles.

Aux journalistes d'en prendre la mesure... mais également aux citoyens. Plus que jamais, la réflexion sur cette profession se doit d'être, non pas une question de « cuisine interne » propre à un corps de métier et à ceux qui l'étudient, mais bel et bien l'affaire de tous.

(73) Voir Dominique PAGÈS et Nicolas PÉLISSIER, *Territoires sous influences*, Paris, L'Harmattan, 2000.

(74) Voir le texte de Tristan MATTELART dans l'ouvrage précité.

(75) Daniel BOUGNOUX, *op. cit.*, 1999.

(76) Voir Jean LAGANE et Sokol SHYRI, « L'impact de l'édition électronique sur la crise du Kosovo », in Michel MATHIEN (dir.), *L'Information dans les conflits armés*, *op. cit.*

Bibliographie indicative

- Alain ACCARDO *et alii*, *Journalistes au quotidien : outils pour une socio-analyse de la profession journalistique*, Bordeaux, Le Mascaret, 1995.
- Gilles BALBASTRE, *Les Journalistes précaires*, Paris, Liber, 1999.
- Daniel BOUGNOUX, *La Communication contre l'information?*, Paris, Hachette, 1995.
- Jean-Marie CHARON, *Cartes de presse*, Paris, Stock, 1993.
- Jean CHARRON et Jean DE BONVILLE, « Le paradigme du journalisme de communication : essai de définition », *Communication*, Vol. 17, n° 2, 1997, pp. 51-97.
- Peter DAHLGREN, « Cyberspace et logique médiatique : repositionner le journalisme et ses publics », in Serge PROULX et André VITALIS, *Vers une citoyenneté simulée : media, réseaux et mondialisation*, Rennes, Apogée, 1999, pp. 73-98.
- Régis DEBRAY, *L'Emprise*, Paris, Odile Jacob, 2000.
- Olivier LAUGHT, *Discours d'experts et démocratie*, Paris, L'Harmattan, 2000.
- Jacques LE BOHEC, *Les Mythes professionnels des journalistes*, Paris, L'Harmattan, 2000.
- Cyril LEMIEUX, *Mauvaise presse*, Paris, Métailié, 2000.
- Michel MATHIEN, « Le journalisme professionnel face aux mutations de l'information et de la communication », *Quaderni* n° 37, Hiver 1999, pp. 11-42.
- Michel MATHIEN, *Les Journalistes et le système médiatique*, Paris, Hachette, 1992.
- Michael PALMER, *Des petits journaux aux grandes agences*, Paris, Aubier, 1983.
- Nicolas PÉLISSIER et Nicolas ROMAIN, « Journalisme de presse écrite et nouveaux réseaux d'information : reconfigurations théoriques et études de cas », *Les Cahiers du journalisme*, n° 5, décembre 1998, pp. 173-196.
- Nicolas PÉLISSIER, « La surexposition aux paradoxes pragmatiques : force ou faiblesse de la profession journalistique », in Claude LE BŒUF (dir.), *Rencontre de Paul Watzlawick*, Paris, L'Harmattan, 1999, pp. 181-207.
- Nicolas PÉLISSIER et Denis RUELLAN, « Le journaliste pris dans la toile : les réseaux numériques, accélérateurs paradoxaux? », Actes du 16^e Congrès International de l'Association Française de Marketing, Montréal, Canada, 18-20 mai 2000, pp. 645-655.
- Denis RUELLAN et Daniel THIERRY, *Presse locale et nouveaux réseaux d'information*, Paris, L'Harmattan, 1998.
- Denis RUELLAN, *Le Professionnalisme du flou*, Grenoble, PUG, 1993.
- Denis RUELLAN, *Les Pros du journalisme*, Rennes, PUR, 1997.
- Thierry WATINE et Michel BEAUCHAMP, « Journalisme public et gestion des enjeux sociaux », *Communication*, Vol. 19, n° 2, 1999-2000, pp. 91-127.
- Thierry WATINE, « Journalisme et complexité », *Les Cahiers du journalisme* n° 3, juin 1997, pp. 14-26.