

« PPDA et Jean-Pierre Foucault font le même boulot ! »

« Il y a des gens qui se trompent dans les métiers de la télévision. Ils croient que pour devenir animateurs ou animatrices, ils doivent passer par le journalisme. Ce n'est pas la même chose, mais ils n'ont pas d'idée précise sur le journalisme, ils veulent présenter le journal ».

Responsable d'une chaîne de télévision,
cité par Dominique Marchetti

Devenir journaliste, La Documentation française, 2001

Le journaliste vedette du 20h00 de TF1, Patrick Poivre d'Arvor, titulaire du JT le plus regardé de France, et l'animateur star de la même « première » chaîne, Jean-Pierre Foucault, l'homme du « Dernier mot », ont évidemment un point commun : ils regardent fréquemment les Français les yeux dans les yeux. Pour beaucoup, ils font grosso modo le même « job » : ils présentent une émission. Cette confusion autour de leurs rôles respectifs s'accompagne d'une méconnaissance totale de l'étonnante diversité des métiers du journalisme. Dans un journal de presse écrite, la secrétaire de rédaction* qui corrige les textes, le photographe qui suit une manifestation, le chef de service qui écrit l'« édito », le reporter* qui couvre un coup d'État en Afrique, l'auteur des mots-croisés, la spécialiste du service politique chargée de suivre Matignon, le documentaliste, la maquettiste, le rubricard et le localier, tous sont des journalistes. Jusqu'à la dactylo qui tape le papier lu au téléphone par l'envoyé spécial* à l'étranger ; c'était du moins le cas jusqu'à ce qu'internet supplante cette dictée téléphonique.

Au sein de la rédaction d'une radio généraliste, on retrouve les mêmes reporters, auxquels s'ajoutent les présentateurs des journaux « parlés » comme l'on disait autrefois. À leur côté, des journalistes que l'on n'entend jamais, qui vérifient les montages des sons ou qui préparent la « note de nuit », sorte de bible-programme à l'usage de l'équipe des présentateurs du matin (les interviews étant rarement réalisées la nuit, tout est préparé la veille, consigné par écrit, quitte à ce qu'une information chamboule tout l'édifice au dernier moment.)

À la télévision, il y a encore un métier spécifique : les JRI*. On les connaît peu et ils font pourtant beaucoup. Les Journalistes Reporters d'Images portent leur caméra sur l'épaule et conduisent les interviews. Le JRI est né d'une fusion entre deux métiers, le cameraman et le rédacteur, à la faveur de la multiplication des chaînes de télé dans les années 1980, de la demande d'actualité immédiate et des exigences de rentabilité du secteur. Ils ont aussi leur carte de presse*.

Une profession, des métiers. Et ils sont d'une grande diversité, répartis dans les trois grandes familles de médias : presse écrite, audiovisuel, agences.

72,8 % des journalistes en activité travaillent dans la presse (Source : *Les Journalistes français à l'aube de l'an 2000, profils et parcours* de Valérie Devillard, Christine Leteinturier, Rémy et Rieffel, Panthéon Assas 2001).

Parmi eux, 7,4 % seulement dans la PQN, presse quotidienne nationale ; 20 % dans la PQR, presse quotidienne régionale. C'est le plus gros pourvoyeur d'emploi, avec la presse spécialisée grand public, qui compte 21 % des titulaires de la presse écrite (presse

« télé », titres féminins par exemple). Les jeunes journalistes ont donc tout intérêt à se tourner vers la province s'ils se destinent à la presse écrite.

Enfin, 11,7 % dans la presse technique et professionnelle, qui publie des titres dans les domaines essentiellement agricole, informatique et économique.

La presse magazine d'information générale, ce qu'on appelle communément les « news », empruntant ainsi au jargon anglo-saxon, les news emploient un peu plus de 5 % des journalistes. En queue de peloton, la presse régionale non quotidienne, 3 %.

La télévision emploie 12,4 % des journalistes, la radio, 8,6%. Dernière grande famille, les agences de presse* (AFP, Reuter, AP) qui recensent 6 % des journalistes. C'est une proportion modeste qui ne rend pas compte de son importance capitale dans la « fabrication » des informations. Elle est essentielle, indispensable, et pourtant loin des « sunlights », des paillettes du journalisme « télé », des stars de la presse écrite. Ces journalistes de l'ombre sont néanmoins régulièrement récompensés par des prix professionnels qui reconnaissent leur valeur souvent incomparable.

Le journaliste d'agence de presse est par nature le moins exposé au regard du public, qui d'ailleurs soupçonne rarement son existence, encore moins son importance. Pourtant, qui n'a jamais entendu la formule fréquemment utilisée par les présentateurs radio ou télé : « Une dépêche d'agence nous apprend à l'instant que... ». Derrière cette dépêche, il y a un ou une journaliste qui est allé « pêcher » l'information en question.

Pendant longtemps, on a parlé du bruit des téléscripteurs qui rythmait la vie des rédactions. Les machines sont désormais silencieuses, les dépêches

s'affichent sur les écrans des ordinateurs ; mais le rôle de l'agencier n'en est pas resté moins essentiel, tout au contraire. Les quotidiens gratuits *Métro* et *20 Minutes* sont par exemple presque entièrement obtenus par la reproduction de ces dépêches. Lorsque pour des raisons techniques ou sociales, les dépêches cessent de défiler, les rédactions arrêtent de respirer. Elles sont privées de leur oxygène, tant il est vrai que le plus souvent, c'est une information « tombée sur le fil » de l'AFP française, de Reuter la britannique ou de l'AP, l'américaine, qui décide du départ d'un reporter ou de l'interview de tel responsable ou anonyme.

« Le journal des journaux », c'est le surnom des agences de presse. Le rôle de leurs journalistes ? Collecter, rassembler, vérifier, synthétiser. Le plus rapidement possible.

L'Agence Française de Presse a été créée par Charles-Louis Havas en 1835. Il invente le principe des agences de presse et les premières concurrentes, l'allemande Wolff et la britannique Reuter, naîtront en 1851. L'AFP est présente sur toute la planète, elle emploie plus de 1 000 journalistes, 2 000 pigistes* répartis dans plus de 160 pays, et elle couvre l'actualité 24 heures sur 24, sept jours sur sept, quasiment en temps réel. Tous les secteurs sont couverts : politique, étranger, sport, social, économie, faits-divers, médias, culture, etc.... le reporter d'agence se distingue par sa rigueur, sa concision, sa rapidité, et sa solide connaissance d'un sujet. Pas de recherche de style dans une dépêche : à quelques exceptions près, les papiers se limitent aux faits. Il y a peu de place pour les grands formats, les longs récits digressifs... On n'est pas là pour se faire plaisir.

Une grande majorité de ces journalistes sont au *desk* : c'est-à-dire le lieu où parviennent tous les

articles des centaines de correspondants*. Ils sont relus, plus ou moins réécrits pour être adaptés aux différents clients : ils sont traduits en plusieurs langues, et formatés en fonction de l'intérêt qu'ils représentent pour chacun ; le compte-rendu d'un match de foot ou de cricket sera plus ou moins développé selon qu'il « part » pour Hongkong ou Rio. C'est de ce desk que les papiers sont renvoyés vers les abonnés du monde entier. La règle veut que chaque journaliste doive régulièrement revenir se frotter au *desk* après une nomination en province ou à l'étranger.

L'agencier est au plus près des sources de l'information. Il est le canal privilégié qui « arrosera » tous les autres médias. On se souvient que Lionel Jospin annonça sa candidature à la Présidence de la République en adressant un fax à l'AFP. Dans les minutes qui suivirent, l'information était relayée à toutes les rédactions de France. Lorsqu'on veut qu'une information soit connue rapidement, on la transmet à l'AFP, les responsables politiques ou syndicaux le font couramment. Cela n'exonère pas, naturellement, les agenciers de l'indispensable travail de vérification. Compte-tenu de sa puissance de frappe, une agence ne peut se permettre de diffuser une fausse information. Plus que tout autre, le journaliste d'agence doit se garder de toute tentative de manipulation. Car dans l'esprit de ses confrères, son information est « béton ».

Les « Tintin de l'info » : deux formes d'exercice ont nourri le mythe pendant des décennies, le grand reportage et le l'investigation. Tintin, né en 1929 de l'imagination de son créateur Hergé, génial dessinateur fasciné par les Joseph Kessel, Albert Londres et Ernest Hemingway, ce héros de BD à la frimousse de poupon incarne les deux facettes les plus embléma-

tiques du journalisme : reporter et enquêteur. Dans la réalité, ce sont souvent des profils différents, même si le titre de grand reporter correspond parfois à la fonction d'enquêteur.

Une formule commune dans les rédactions veut qu'il n'y ait pas de grands et de petits reporters, mais des grands et des petits reportages. Sans doute, le principe est noble, mais cela reste souvent un vœu pieu. Car la hiérarchie entre les deux existe bel et bien au sein des rédactions. Le cliché du journaliste toujours entre deux avions, le stylo ou le micro à la main, la valise en bandoulière, intrépide, débrouillard, baroudeur, « macho », polyglotte, héros de BD (Tintin et Ric Hochet), de cinéma (Bogart) de littérature (Rouletabille), cette figure-là existe toujours, mais elle s'est banalisée. La preuve de cette banalisation résiderait dans le fait que les femmes, longtemps absentes de ce champ journalistique, en font maintenant largement partie... Elles ont en effet prouvé leurs compétences en matière de grand reportage, qui n'est plus la chasse gardée de leurs confrères.

La fonction de grand reporter subit aussi de nouvelles contraintes. Certes, toutes les rédactions qui en ont les moyens financiers envoient leurs journalistes couvrir une information plus ou moins « brûlante », en France ou à l'étranger. Ils parcourent des milliers de kilomètres, sont toujours sur la brèche, sur le départ, leurs reportages sont valorisés dans la mise en page du journal ou à l'antenne. Ils reviennent auréolés de leurs exploits, surtout lorsque l'actualité internationale est forte, dramatique. On l'a encore vu récemment dans la couverture de la guerre en Irak. Travaillent-ils différemment selon qu'ils appartiennent à la presse écrite ou à l'audiovisuel ? Ils se rassemblent quoiqu'il en soit... et chassent en

meute : ils se regroupent souvent en colonies, sur le terrain. La différence essentielle tient à la fréquence des éditions de radio et de télévision : une correspondance toutes les heures en radio ou en télévision, un papier par jour ou par semaine pour un quotidien ou un hebdomadaire.

Mais le grand reportage coûte cher, et les entreprises de presse dont l'économie est globalement fragile confient des missions moins longues qu'auparavant à leurs journalistes. Ils partent moins souvent, et pour des séjours plus courts.

En outre, le grand reporter ne bénéficie pas – ou plus – d'un statut protégé dans les rédactions. Entre ses missions à l'étranger, il est susceptible de travailler sur des informations moins « prestigieuses ». Il n'est pas à l'abri d'une tendance de fond dans la profession : la polyvalence.

Qu'est ce qui le différencie d'une autre forme légendaire de journalisme qu'est l'investigation ? Le grand reporter a d'abord pour objectif de traduire une atmosphère tandis que l'enquêteur-investigateur doit débusquer la réalité derrière le secret. Mais dans les deux cas, ils doivent s'immerger dans un milieu et entrer dans la vie des acteurs de l'histoire qu'ils traquent.

Qu'est-ce que le travail d'enquête, qui constitue avec le reportage, l'autre grande facette du journalisme ? C'est « un amas indigeste de petits faits qui tombent les uns après les autres sans qu'aucun ferment des idées mette en jeu et fasse lever cette pâte » ! Le constat date du XIX^e siècle et il renvoie parfaitement au dédain qu'inspirera longtemps en France ce journalisme de fourmi, de recherche minutieuse, d'enquête laborieuse. On a coutume de dire que le journalisme français est un journalisme de commentaires. Les

journalistes ont hérité d'une profession née de la combinaison de la vie littéraire et de la vie politique. Quant à l'opinion publique, les enquêtes montrent assez qu'elle doute de l'honnêteté du journaliste ; comme l'écrit Mark Hunter dans *Le journalisme d'investigation*, PUF, 1997 : « Le journaliste indépendant d'investigation n'est pas perçu comme une figure naturelle de ce paysage ». C'est dire que l'investigation n'est pas appréciée à sa juste valeur, encore aujourd'hui.

Mais il y a néanmoins un « avant » et un « après » Watergate. Entre 1972 et 1974, l'enquête de deux journalistes du *Washington-Post*, Bob Woodward et Carl Bernstein, contraignent le président du plus puissant pays du monde à démissionner ! Deux enquêteurs sont allés jusqu'au bout de leurs recherches, au point de déstabiliser les institutions les plus importantes du pays ! En France, l'affaire impressionne durablement les journalistes.

Dans les années 80, l'actualité est d'ailleurs dominée par la révélation des affaires : Sophie Gerbaud dans sa recherche universitaire (*Le journalisme d'investigation en France de 1945 à nos jours*, Université de Paris X - Nanterre, 1993), n'en recense pas moins de neuf entre 1981 et 1989 : les avions renifleurs, les Irlandais de Vincennes, Greenpeace, Carrefour du développement, Chaumet et l'affaire Luchaire.

Jean-Marie Pontaut, Jacques Derogy, Edwy Plenel, Serge Raffy, Gilles Gaetner et d'autres font fructifier ce journalisme qui débouche sur un des plus grands scandales – sinon le plus grand – révélé par la presse : l'affaire du sang contaminé, mise au jour par les papiers d'Anne-Marie Casterets publiée dans *L'Événement du Jeudi* en 1991.

Mark Hunter dissèque la méthode de travail de la

journaliste, exemplaire de l'enquête à l'américaine. En premier lieu, alors qu'on met souvent en avant les contraintes de temps et de rentabilité qui pèsent sur les journalistes d'investigation, la journaliste a conduit ses recherches sur plusieurs années. C'est aussi une enquête qui a reposé en partie sur l'étude de la documentation publique, pratique habituelle aux États-Unis où les pièces sont plus facilement mises à la disposition de la presse qu'en France. Alors qu'elle est chroniqueuse médicale à *L'Express*, Anne-Marie Casterets est contactée par un hémophile qui prétend avoir été contaminé par les produits du CNTS, le Centre Nationale de Transfusion Sanguine. On est en 1987. Quelques années plus tard, après avoir pénétré les réseaux médicaux, reconstitué la chronologie des faits avec une rigueur qui met en lumière les contradictions des responsables, elle obtient enfin une preuve, en 1991 : un compte-rendu de réunion de 1985 qui établit que la direction avait continué d'écouler des lots de sang sachant qu'ils étaient contaminés. Anne-Marie Casterets prend le soin de transmettre ses documents à d'autres rédactions françaises et étrangères pour faire pièce à toute tentative d'étouffement.

De la belle ouvrage ... Remarquable étude de cas du « journalisme d'investigation » : certains affirment que cette formule est d'ailleurs d'un pléonasmisme. La recherche d'éléments est à la base du travail journalistique. Une définition, proposée par Pierre Bilger précise toutefois la mission de l'enquêteur : « Le journalisme d'investigation est celui qui, confronté au secret, dans le domaine des institutions, de la politique, de la société... ne s'arrête pas. Une sorte de vocation le conduit à mettre de la transparence là où il n'y en a pas » (*Droit de la presse*, "Que Sais-je",

PUF). Chercher le fait derrière le fait. La succession des affaires politico-financières révélées par la presse, suivie d'une kyrielle de mises en examen de ministres dans les années 90, ont fini d'asseoir la bonne réputation de ces journalistes « fouineurs ».

Néanmoins, une étude sociologique publiée en 1999 et consacrée aux candidats à l'IUT de journalisme de Bordeaux nous apprend que les jeunes sont peu nombreux à mettre en avant ce journalisme d'investigation : 14 seulement, sur 470, se sont déclarés prêts à suivre cette voie. Son auteur Edith Rémond conclut que cette « dimension du métier (qui) a disparu de l'horizon du rêve » (Télérama n° 2663 « La presse débordée par les affaires »). Pourquoi ? Est-ce à cause de l'amalgame entre révélations et manipulations qui se fait dans l'esprit du plus grand nombre, à en croire les sondages récurrents qui témoignent de cette défiance ? Les liens qui unissent étroitement les magistrats et les journalistes, les premiers s'appuyant sur les seconds pour s'affranchir de la tutelle politique, ces liens peuvent également brouiller l'image de l'investigation. Faut-il alors contribuer à la valorisation de l'enquêteur en lui accordant des récompenses et des prix remarquables, à l'instar des grands reporters de guerre ? Faut-il aussi codifier davantage l'éthique, les règles de l'investigation ? Là aussi, la réflexion est engagée. Si elle aboutit, elle permettra de clarifier la vision d'un des métiers du journalisme. Cela contribuera à discerner les contours d'une profession extraordinairement exposée, et dont les différentes déclinaisons sont parfois mal connues.