

NOUS, JOURNALISTES

Déontologie et identité



Denis Ruellan

PUG



Collection dirigée par BERNARD MIÈGE, PIERRE MEGLIN ET ISABELLE PAILLIART

Pourquoi les journalistes, depuis le début de l'organisation de leur groupe professionnel il y a cent trente ans, tiennent-ils des discours récurrents sur la nécessité de créer un *tribunal d'honneur*, un *ordre professionnel* ou encore récemment un *conseil de presse*? Et pourquoi leurs initiatives s'arrêtent-elles aux discours, pourquoi semblent-ils ne jamais pouvoir traduire ces appels à la déontologie par des actions et des institutions de régulation de la morale?

Par un examen de ces discours, des contextes historiques durant lesquels ils ont été tenus, des organisations sociales qui les ont supportés, depuis les premières associations de journalistes et de directeurs de presse au XIX^e siècle jusqu'aux initiatives les plus actuelles, en passant par les débats corporatistes de l'entre-deux-guerres, l'aventure des sociétés de rédacteurs et les remises en cause des années 1990, l'auteur livre une explication d'ensemble. Il montre que les discours déontologiques ont été construits pour régler les relations des journalistes avec leurs pairs, leurs patrons, leurs sources et leurs publics. Ils disent comment se comporter et, partant, définissent le journalisme tel que les journalistes le conçoivent, expriment leur identité et leur altérité par rapport à d'autres acteurs des médias et de la communication.

Denis Ruellan est professeur des universités, enseignant à l'université Rennes 1 (IUT de Lannion), chercheur au CRAPE (Unité mixte de recherche CNRS 6051). Il est notamment l'auteur de Le Journalisme ou le professionnalisme du flou (PUG, 2007).

Avec la collaboration de Joël Langonné, ingénieur d'études.

PUG

www.pug.fr

ISBN 978-2-7061-4590-2 (e-book PDF)

ISSN 1158-9876

NOUS, JOURNALISTES
Déontologie et identité



Le code de la propriété intellectuelle n'autorisant, aux termes de l'article L. 122-5, 2° et 3° a, d'une part, que les «copies ou reproductions strictement réservées à l'usage privé du copiste et non destinées à une utilisation collective» et, d'autre part, que les analyses et les courtes citations dans un but d'exemple et d'illustration, «toute représentation ou reproduction intégrale ou partielle faite sans le consentement de l'auteur ou de ses ayants droit ou ayants cause est illicite» (art. L. 122-4).

Cette représentation ou reproduction, par quelque procédé que ce soit, constituerait donc une contrefaçon sanctionnée par les articles L. 335-2 et suivants du code de la propriété intellectuelle.

Image de couverture : © Photodisc, The Background Series – Elements 2 by Don Farral, image BS29057.

© Presses universitaires de Grenoble, octobre 2011
15, rue de l'Abbé-Vincent – 38600 Fontaine
www.pug.fr

ISBN 978-2-7061-4590-2 (*e-book PDF*)

L'ouvrage papier est paru sous la référence ISBN 978-2-7061-1680-3.

Denis Ruellan

NOUS, JOURNALISTES

Déontologie et identité

Presses universitaires de Grenoble

La collection « Communication, Médias et Sociétés »
est dirigée par Bernard Miège, Pierre Mœglin et Isabelle Pailliant

DÉJÀ PARUS DANS LA COLLECTION

- B. Miège, *La numérisation en cours de la société. Points de repères et enjeux*, 2020
B. Legendre, *Ce que le numérique fait aux livres*, 2019
F. Le Cam & D. Ruellan, *Émotions de journalistes. Sel et sens du métier*, 2017
J. Caune, *La médiation culturelle. Expérience esthétique et construction du Vivre-ensemble*, nouvelle édition revue et augmentée, 2017
R. Hadj-Moussa, *La télévision par satellite au Maghreb et ses publics. Espaces de résistance, espaces critiques*, 2015
V. Lépine, F. Martin-Juchat, C. Millet-Fourrier (dir.), *Acteurs de la communication des entreprises et organisations. Pratiques et perspectives*, 2014
P. Bouquillion, B. Miège & P. Mœglin, *L'industrialisation des biens symboliques. Les industries créatives en regard des industries culturelles*, 2013.
D. Ruellan, *Nous, journalistes. Déontologie et identité*, 2011
D. Marchetti, *Quand la santé devient médiatique. Les logiques de production de l'information dans la presse*, 2010
B. Miège, *L'espace public contemporain. Approche Info – communicationnelle*, 2010
C. Ollivier-Yaniv et M. Rinn (dir.), *communication de l'État et gouvernement du social. Pour une société parfaite?*, 2009
P. Bouquillion, *Les Industries de la culture et de la communication. Les stratégies du capitalisme*, 2008
D. Marchetti (dir.), *communication et médiatisation de l'État. La politique invisible*, 2008
J. Le Bohec, *Élections et télévision*, 2007
D. Ruellan, *Le journalisme ou le professionnalisme du flou*, 2007
P. Mœglin, *Outils et médias éducatifs – Une approche communicationnelle*, 2005
I. Pailliant (textes réunis par), *La Publicisation de la science – Exposer, communiquer, débattre, publier, vulgariser. Hommage à Jean Caune*, 2005
M. Coman, *Pour une anthropologie des médias*, 2003
J. Caune, *La culture en action – De Vilar à Lang: le sens perdu*, 1999
J. Caune, *Pour une éthique de la médiation – Le sens des pratiques culturelles*, 1999
D. Jacobi, *La communication scientifique – Discours, figures, modèles*, 1999
B. Miège, *La société conquise par la communication. Tome I, Logiques sociales*, 1989. Tome II, *La communication entre l'industrie et l'espace public*, 1997. Tome III, *Les TIC entre innovation technique et ancrage social*, 2007
B. Floris, *La communication managériale – La modernisation symbolique des entreprises*, 1996
T. Mattelart, *Le cheval de Troie audiovisuel – Le rideau de fer à l'épreuve des radios et télévisions transfrontières*, 1995
R. Bautier, *De la rhétorique à la communication*, 1994
Y. Achille, avec la collaboration de Jacques Ibanez Bueno, *Les télévisions publiques en quête d'avenir*, 1994

à Malo

*Bajo el naranjo, lava
pañales de algodón.
Tiene verdes los ojos
y violeta la voz.
¡Ay, amor,
bajo el naranjo en flor!
Federico García Lorca*

Avant-propos

L'intention de cet ouvrage est venue d'un moment pédagogique. J'avais demandé à un groupe de très récents apprentis en journalisme de rechercher une information pertinente à publier dans un quotidien, ce qui les avait conduits dans une caserne de pompiers, qu'ils trouvèrent toutes portes ouvertes et vide. Constatant que les bureaux et les garages demeuraient accessibles à quiconque, que les ordinateurs, les équipements spécialisés et même les camions d'intervention pouvaient s'envoler, ils m'appelèrent pour un conseil. Je leur dis alors que ce n'était pas une information, mais le début d'une éventuelle enquête, à commencer plus tard : pourquoi la caserne était-elle vide et comment la sécurité publique était-elle assurée ? Enquête qu'ils ne menèrent pas, préférant s'amuser au tournage d'un clip en plan séquence sur la caserne désertée, laissant entendre que la mission de secours n'était plus assurée. Je n'en sus rien à leur retour, et le film serait demeuré un jeu de potaches si le groupe n'avait pas eu l'idée de partager ses rires en mettant la vidéo sur internet, en un accès privé qui ne le resta pas longtemps. La blague était déjà une affaire quand elle me revint aux oreilles : les pompiers, la police, les renseignements généraux, l'institution universitaire, faisaient les gros yeux, convoquaient les étudiants, les menaçaient d'exclusion, tout cela en catimini pour que l'ébrulement de l'affaire ne crée pas un *buzz* dans la communauté étudiante. Les fautifs étaient atterrés, choqués même par leur inconséquence et ses résultats ; et l'enseignant que je suis, perplexe, car je ne sus jamais les choses que par eux, désespérés de me décevoir.

Un an plus tard, le même groupe d'étudiants, en cours de Déontologie, vint me proposer de réfléchir à sa bévue. Ce qu'ils entendaient, c'était mesurer, au-delà de leur propre conviction morale dont ils ne doutaient pas, les relations et interactions qui s'étaient nouées autour de l'affaire. Ils ne doutaient pas de leur rectitude, et moi non plus : intuitivement, alors qu'ils n'avaient jamais reçu le moindre enseignement de déontologie, ils avaient su leur faute dès l'instant de l'avoir commise : une blague n'en est plus une quand elle devient propos public, elle est imprécision, amalgame, erreur, et ainsi mensonge. Tout cela, ces jeunes étudiants le savaient parfaitement. Par contre, ils découvraient que leur faute, outre d'éventuelles dimensions judiciaires (qu'elle n'eut jamais), avait des résonances sociales. Ils observèrent que les institutions (sécurité, police, université) s'étaient entendues pour les circonscrire, les isoler, et les contraindre : à retirer la vidéo et à se taire alors que le point de départ de leur blague restait juste, la caserne manquait absolument de surveillance ce jour-là. Ils comprirent que les sources pouvaient être coopératives (ici les pompiers, toujours aimables et serviables avec les apprentis journalistes), mais demeuraient autonomes et pouvaient se servir de la situation à leur profit : la caserne bénéficia dans les mois qui suivirent des moyens de protection qu'elle réclamait en vain depuis des années... Ils analysèrent qu'ils étaient insérés et donc liés à une institution qui avait ses propres logiques et intérêts : l'université aurait puni les étudiants si nécessaire. Ils expérimentèrent surtout que la faute n'est jamais si douloureuse que quand elle est jugée par les pairs, que le reproche vient de ses semblables : en l'occurrence, les autres étudiants en journalisme, qui estimaient que l'opprobre allait rejaillir sur tous, ce qui fut le cas, malgré l'étouffement de l'affaire.

Une seconde incitation à la rédaction de cet ouvrage est venue d'un colloque professionnel, organisé par l'Association de préfiguration d'un conseil de presse (APCP), le 4 juin 2009, à Paris, qui se voulait une étape vers la constitution d'une telle institution de régulation, en France comme il en existe dans

plusieurs pays (Bernier, 2004 ; Bertrand, 1999 ; Cornu, 1999). Cette instance aurait vocation d'émettre des avis, voire préconiser des sanctions, à la suite de l'examen de situations d'interaction qui posent des difficultés d'ordre moral ; elle associerait des représentants des éditeurs de médias, des journalistes, des pouvoirs, et des publics. La question qui m'était posée, en tant qu'universitaire au milieu de professionnels, était : pourquoi en France semble-t-il impossible de mettre en place une telle instance de réflexion collective et d'expression d'avis, et depuis si longtemps ? Il y a eu, effectivement, de nombreux projets de création d'instances plus ou moins réflexives, dont l'intention parfois était coercitive. On parla de Tribunal d'honneur aux débuts de l'associativisme (fin du XIX^e siècle), puis de nouveau lors de l'émergence du syndicalisme (1918). Dans l'entre-deux-guerres, alors que l'on cherchait la voie d'un statut du journaliste, on s'énerma beaucoup autour de l'idée d'un Ordre des journalistes, pour la repousser car elle contenait un esprit répressif. À la Libération, plusieurs projets de réforme globale du statut de la presse comprenaient une instance d'examen moral. Dans les années 1960, le mouvement des Sociétés de rédacteurs portait en lui un même projet d'être moins un lieu de sanction individuelle que de réflexion collective et de recherche de réponses communes à des problèmes récurrents de mise en œuvre d'une morale professionnelle. Autour de 1990, l'organisation non gouvernementale et internationale Reporters sans frontières se fit le lieu de la critique des dérives professionnelles, puis les éditeurs (les syndicats de la presse régionale notamment) s'attelèrent à la tâche de rédiger des codes. Au cours des années 2000, les annuels Entretiens de l'information de l'université d'été d'Hourtin se proposaient comme un lieu de réflexion critique partagée et en public, tandis que plusieurs autres associations animaient la critique publique des médias. Et depuis cinq ans, il existe cette Association de préfiguration d'un conseil de presse, qui réfléchit à pas de loup à la mise en place d'une instance de débat sur la déontologie professionnelle. On n'a donc jamais cessé, depuis que les formes d'organisation du journalisme sont apparues,

de penser une instance qui pourrait recouvrir, peu ou prou, les attributs d'un Conseil de presse. Alors pourquoi tant de rémanence de cette proposition, qui semble toujours revenir dans le débat sur le journalisme, sous de formes diverses. Et pourquoi tant d'échecs?

Je répondis par une remarque et par une hypothèse. Même s'ils en appellent périodiquement à la création d'une instance de débat et/ou contrôle, on peut se demander si les journalistes (en tout cas leurs organisations représentatives) souhaitent vraiment que la discussion sur la morale de l'information associe d'autres acteurs qu'eux-mêmes. Les employeurs sont généralement les premiers mis en accusation dès qu'un sujet éthique est abordé. Les pouvoirs sont suspectés de vouloir s'immiscer dans ce qui n'est pas du domaine du droit mais des usages professionnels. Les publics sont les plus impensés, ils sont étrangers à la culture journalistique qui tend à réduire la relation avec eux à du marketing. Quant aux sources, il n'a jamais été question de les associer à quelque débat déontologique que ce soit, malgré leur place évidente dans le processus de production de l'information. La salle, pleine de journalistes et quasi vide des autres acteurs potentiellement intéressés (il y avait quelques représentants d'associations d'éducation populaire, faisant office de représentation du «public»), me donnait quelque impression que je n'étais pas dans le faux.

Je formulais alors l'hypothèse que si les journalistes refusent avec régularité de mettre en discussion la déontologie, c'est que celle-ci n'est pas un objet de débat. Elle est au contraire un discours qu'un groupe professionnel établit pour organiser ses relations avec son environnement et lui-même, elle est un discours sur soi qui participe à la régulation des rapports intrinsèques à l'activité, et à l'institutionnalisation d'une identité collective. En l'occurrence pour les journalistes, avec les quatre instances essentielles: les pairs, les éditeurs, les publics, les sources. La déontologie n'est pas un dialogue, elle est un monologue collectif nourri d'interactions, qui a permis – et permet – aux journalistes de se définir une identité par rapport aux autres instances intrinsèquement de l'information. C'était là s'avancer

bien hâtivement, il fallait désormais argumenter! J'entamais alors la recherche ici présentée¹.

Troisième raison d'engager cet ouvrage, l'absence d'une histoire de la déontologie comme usage et comme discours. Les travaux importants des auteurs de l'*Histoire générale de la presse française* (Bellanger *et al.*, 1969-1976), puis de Pierre Albert, de Gilles Feyel, de Michael Palmer, de Christian Delporte, de Marc Martin, ont accordé finalement peu (voire pas du tout) de place à cette dimension², pourtant essentielle à la construction d'une représentation du groupe et des journalistes par eux-mêmes, et par là d'un espace distingué. L'explication que je retiens de cette absence, je la tire d'un constat déjà souligné dans de précédents travaux: la déontologie est une dimension plus en creux qu'en saillie. J'entends par là que si les discours mobilisent largement l'argument quand il s'agit de propos généraux sur la profession et ses valeurs, il n'est guère présent à l'état pratique, dans des instances, dans des espaces, dans des acteurs, dans des usages réguliers. Comme le colloque de l'APCP le remarquait, voilà plus de 130 ans que les journalistes évoquent la nécessité d'habiter plus avant cette dimension professionnelle, sans que rien ne se passe concrètement, alors que dans d'autres pays, des structures et des habitudes ont été prises, il est vrai souvent avec difficulté, parfois sans lendemain. C'est cet écart entre l'usage et le discours qui m'a conduit à penser que si l'histoire de la pratique morale serait pauvre à faire, celle du discours mobilisé pour l'édification de l'espace professionnel, était possible. L'ouvrage a d'ailleurs été commencé par Magali Prodhomme (Prodhomme, 2005). Sa recherche s'attarde particulièrement sur l'action normative des entreprises de presse dans la période récente. Elle a porté aussi un regard sur la place de la déontologie dans le discours des syndicats de journalistes au cours des années

-
1. Joël Langonné, ingénieur d'études au CRAPE, a contribué à des recherches documentaires nécessaires à la mise en contexte et à des analyses de corpus pour les besoins des chapitres 4 et 5.
 2. On lira, chez Delporte, 1999, la plus importante contribution à ce sujet. Voir aussi les travaux de Feyel, 1995 & 2003.

1990. Elle montre que le propos moral n'est pas abstrait. Il est énoncé à des époques, dans des organisations ; il est travaillé par des intentions plus ou moins sous-jacentes. En cela, il est un bon indicateur de ce que les journalistes pensent et veulent être, des ajustements de ces conceptions, des continuités aussi. Il représente, et plus : il participe à la construction sociale, il en est une cheville ouvrière. S'intéresser au discours, ce n'est pas, comme trop souvent on le fait en matière morale, l'opposer à l'usage. Au contraire, c'est tenter de comprendre comment la représentation construit la pratique (et vice versa), comment celle-ci existe non seulement dans des institutions et des actions, mais aussi par l'idée que l'on se fait des choses, et que l'on fait exister par les mots échangés.

D'évidence, cette approche ne place pas la déontologie dans une visée fonctionnaliste, et c'est là ce qui la distingue de certains des rares travaux historiques qui ont pu aborder la dimension morale. Nous ne sommes pas ici dans la perspective qui considère la déontologie au rang des instruments et des indicateurs d'un progrès social. L'école fonctionnaliste, notamment quand elle s'est appliquée au journalisme, a considéré la morale (sa formalisation dans des codes, l'institutionnalisation du contrôle collectif) comme un signe pertinent de l'organisation du métier en profession, et partant d'une responsabilisation croissante des membres, telle que la corporation médicale en donne l'exemple. Observant que le journalisme ne parvenait pas à ce degré d'organisation et d'autocontrôle, d'aucuns ont parlé de « semi-profession », laissant entendre que sa trajectoire historique le menait inmanquablement à se doter de tous les instruments³. Las... il nous faudrait alors considérer que le journalisme français en est toujours à sa préhistoire car, s'il a quelque peu raffiné l'expression de sa morale, il n'a mis en place aucun organe de contrôle. Signalons au passage qu'il n'a fait que peu d'efforts déterminants pour généraliser l'enseignement de cette morale dans les écoles professionnelles (ni même généraliser l'enseignement professionnel lui-même), ce qui est un autre indicateur

3. À ce sujet, Ruellan, 1993 (réédition 2007).

d'un dysfonctionnement selon la théorie fonctionnaliste. Bref, tout concourt à changer la clé de lecture de la déontologie, à cesser de la prendre pour le signe d'une trajectoire ascendante du journalisme du mal vers le bien, du confus au précis, du désordre à l'ordre. Et à la considérer comme un indicateur à la fois de la continuité culturelle (elle est manifestement un socle commun, elle est régulièrement convoquée en discours depuis que le journalisme naît au xvii^e siècle) et de l'ajustement des usages et pratiques sur les contextes, les enjeux, les évolutions des conceptions et des morphologies. Indicateur d'une transformation constante, mais aussi discours mobilisé pour agir sur cette évolution, la freiner ou l'accélérer.

Introduction

Déontologie et identité

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

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

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

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

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

2. surlejournalisme.com

Table des matières

AVANT-PROPOS	9
INTRODUCTION. DÉONTOLOGIE ET IDENTITÉ	17
La morale pour organiser	23
La structure	28
La temporalité.....	40
CHAPITRE 1. DE LA NOTORIÉTÉ DES UNS À LA NOTABILITÉ DE TOUS 1879-1918.....	47
Reportage et République.....	48
Un groupe, une profession	57
«Maladies» de l'information et honneur du journalisme.....	64
L'impossible question de l'honneur	73
CHAPITRE 2. LE TEMPS DES EXCLUSIONS 1918-1943.....	83
Le retour des incertitudes.....	84
La force de négociation, ou le Syndicat des journalistes.....	90
Protéger des «intrus»	94
Bouter dehors les concurrents de l'intérieur.....	98
«Indignes» et «tarés» au piquet	108

CHAPITRE 3. LES JOURNALISTES EN SOCIÉTÉS	
1943-1980.....	115
Descendance tardive ou enfant abandonné?.....	117
Contrôler la gestion et la succession.....	124
Succès rapide et déception tout autant.....	130
Quatre principes.....	141
<i>Salariés à part</i>	142
<i>Participation</i>	145
<i>Argent et bien collectif</i>	148
<i>Responsabilité sociale</i>	150
CHAPITRE 4. LES HUMANITAIRES DE LA LIBERTÉ D'EXPRESSION	
1980-1995.....	157
L'ère de la communication.....	159
Reporters sans frontières.....	167
Face à la communication	179
<i>La télévision bonnie</i>	180
<i>La presse chérie</i>	183
Communiquer sur la communication.....	186
CHAPITRE 5. « LE » PUBLIC, UNE DÉFIANCE OPPORTUNE	
1995-2010.....	195
Rationalité économique et désamour.....	196
Public <i>versus</i> audience	201
Cinquième pouvoir?.....	214
Une critique « publique »	219
<i>Rencontres critiques</i>	222
<i>Public armé versus arme du public</i>	225
ÉPILOGUE.....	233
BIBLIOGRAPHIE.....	241