Nature et transformation du journalisme

Théorie et recherches empiriques

© Colette Brin, Jean Charron et Jean de Bonville

INTRODUCTION

Un des défis de la recherche sur le journalisme consiste à démêler l'écheveau des relations complexes entre les conditions sociales de production du discours journalistique et les caractéristiques de ce discours, dont les objets, les formes, les règles, les intentions de communication, varient dans le temps et dans l'espace. Les débats théoriques et méthodologiques auxquels cet ouvrage veut contribuer portent essentiellement sur l'élaboration de concepts susceptibles de rendre compte de l'état et des variations spatio-temporelles du journalisme et sur la conceptualisation et la pondération des facteurs et des processus susceptibles d'expliquer cet état et ces variations. Il s'agit pour nous de poursuivre un travail amorcé dans des publications antérieures[1] et par lequel nous voulons proposer des voies de solution à certains problèmes théoriques et méthodologiques épineux que pose l'analyse du changement dans les pratiques culturelles en général et dans les pratiques journalistiques en particulier. Nous voulons en somme poser quelques jalons conceptuels à partir desquels il est possible, pensons-nous, d'échafauder une théorie du changement applicable au journalisme et traduisible dans des concepts opératoires. Ces propositions doivent être suffisamment spécifiques pour donner lieu à des opérations de recherche susceptibles de rendre compte de la réalité d'une manière satisfaisante, en même temps qu'elles doivent avoir une portée suffisamment générale pour s'appliquer, *mutatis mutandis*, aux différentes phases de mutations que le journalisme a connues dans son histoire, que ce soit en Amérique du Nord ou ailleurs.

Nos propositions prennent en compte un ensemble de notions sinon courantes du moins présentes dans la sociologie du journalisme ou les sciences sociales (système, discours, code, règles, structure, paradigme, idéal-type, etc.). Sur le plan historiographique, elle se démarque de deux approches opposées : l'approche libérale / téléologique selon laquelle l'histoire du

[1] Notre approche a d'abord été esquissée dans deux articles publiés en 1996 : CHARRON, Jean et DE BONVILLE, Jean. « Le paradigme du journalisme de communication : essai de définition ». *Communication*. Vol. 17, no 2 (1996). P. 51-97 ; CHARRON, Jean et DE BONVILLE, Jean. « Journalismes en mutation. Perspectives de recherche et orientations méthodologiques ». *Communication*. Vol. 17, no 2 (1996). P. 15-49. Par la suite, quelques aspects plus spécifiques ont été abordés dans différentes publications ; voir notamment : CHARRON, Jean et DE BONVILLE, Jean. « Le journalisme ». Dans LEMIEUX, Denise (dir.). *Traité de la culture. Le Québec, son patrimoine culturel, son mode de vie et ses productions culturelles*. Québec : Éditions de l'IQRC, 2002. P. 889-907 ; CHARRON, Jean et DE BONVILLE, Jean. *Le journalisme dans le système médiatique : concepts fondamentaux pour l'analyse d'une pratique discursive*. Québec : Département d'information et de communication, Université Laval, 2003 (Études de communication publique ; 16). ; CHARRON, Jean et DE BONVILLE, Jean. *Les mutations du journalisme au Québec : une problématique de recherche*. http://www.com.ulaval.ca/grmj/accueil.html (2002) ; CHARRON, Jean. « Parler de soi en faisant parler les autres : identité journalistique et discours rapporté ». Dans RIEFFEL, Rémy et WATINE, Thierry. *Les mutations du journalisme en France et au Québec*. Paris : Editions Panthéon-Assas, 2002. P. 83-99 ; CHARRON, Jean et DE BONVILLE, Jean. « Le paradigme journalistique : usage et utilité du concept ». *CIFSIC-Bucarest-2003*. http://archiveSIC.ccsd.cnrs.fr/documents/archives0/00/00/07/90/index_fr.html (2003); CHARRON, Jean. et JACOB, Loïc. *Énonciation journalistique et subjectivité : les marques du changement*. Québec : Département d'information et de communication, Université Laval, 2003. (Études de communication publique ; 14) ; DE BONVILLE, Jean. « Proposition d'un modèle d'explication du changement dans la pratique journalistique ». Dans RIEFFEL, Rémy et WATINE, Thierry. *Les mutations du journalisme en France et au Québec*. Paris : Editions Panthéon-Assas, 2002.

journalisme s'inscrirait dans une longue marche vers la liberté et l'approche professionnelle / chronocentriste selon laquelle le véritable journalisme serait celui que nous connaissons aujourd'hui et qui serait apparu à la fin du 19e siècle avec le mouvement de professionnalisation des journalistes. L'originalité de notre approche est donc de mettre un appareillage théorique et méthodologique complexe, mais éprouvé et validé par une longue tradition scientifique, au service d'une conception nouvelle de l'historiographie du journalisme et de la presse.

1 Paradigme journalistique et types de journalisme

Le vaste champ d'observation sur lequel notre réflexion théorique prend appui couvre toute l'histoire du journalisme en Amérique du Nord, des origines de la presse jusqu'à nos jours[2]. Cette histoire est constituée d'épisodes de relative stabilité et ponctuée par des phases de transformations profonde. En faisant remonter nos observations jusqu'à l'apparition de la presse en Amérique du Nord, nous pouvons distinguer au moins quatre épisodes dans l'histoire du journalisme, chacune étant caractérisée par une manière spécifique et singulière de concevoir et de pratiquer le journalisme (manière que nous désignerons dans cet ouvrage par le syntagme *paradigme journalistique*) .

Les premiers journaux qui apparaissent au 17e siècle sont le fait d'imprimeurs qui recueillent, consignent et diffusent dans leur gazette des correspondances, des annonces et autres renseignements qu'on veut bien leur faire parvenir. Dans ce *journalisme de transmission,* l'imprimeur agit, pour l'essentiel, comme un relais entre des « sources » et des lecteurs. Il n'a pas à proprement parler de droit de parole ; s'il lui arrive de s'adresser de son propre chef à ses lecteurs, c'est sous couvert d'un pseudonyme et à titre de correspondant. Ni le gazetier, ni le journal n'ont, à cette époque, de véritable identité discursive. Ils n'en acquièrent une qu'avec l'émergence au 19e siècle du *journalisme d'opinion*. Dans un contexte de transformation des institutions politiques (débats sur le droit de vote et la responsabilité ministérielle, développement d'un système partisan, etc.), le gazetier, devenu éditeur, met son journal au service de luttes politiques. Lieu d'expression et de combat politiques, le journal d'opinion prêche à des convertis recrutés chez les élites politique, religieuse et marchande. Les limites des moyens techniques disponibles et l'analphabétisme d'une grande partie de la population l'empêchent de rejoindre un plus vaste public. Le journal d'opinion, financé en partie par ses lecteurs et le mécénat politique et en partie par la publicité, demeure une feuille modeste et austère qui ne nourrit pas de réelles visées commerciales.

Au cours des dernières décennies du 19e siècle, les échanges commerciaux s'intensifient à la faveur de l'amélioration des conditions de transport et de l'industrialisation de la production de biens de consommation courante. Avec la production de masse apparaissent des pratiques de commercialisation fondées sur la marque de commerce et sur un usage intensif de la réclame. L'afflux de publicité crée de nouvelles « opportunités d'affaires » ; le journal peut devenir en

[2] Bien que nos travaux empiriques aient porté principalement sur les transformations du journalisme au Québec depuis la fin du 19e siècle jusqu'à nos jours, les limites de notre objet formel de recherche excèdent largement celles de l'objet concret. Ce qui nous intéresse au premier chef, c'est donc moins le journalisme québécois dans ce qu'il a de spécifique et d'irréductible que les processus par lesquels une pratique discursive régulée comme le journalisme peut, mine de rien et avec le temps, se transformer fondamentalement.

effet un commerce fort lucratif. Des entrepreneurs réalisent qu'en délaissant les débats politiques, sources de division dans la population, au profit de contenus plus susceptibles d'intéresser un grand nombre de lecteurs, même parmi les moins scolarisés, les journaux peuvent accroître substantiellement leur lectorat et, par conséquent, leurs revenus publicitaires. Or, les conditions techniques et économiques qui ont rendu possibles la production et la distribution sur une vaste échelle de biens de consommation courante permettent aussi de créer un réseau de collecte de nouvelles d'actualité (chemin de fer, télégraphe, téléphone, etc.), d'accroître la pagination et le tirage (stéréotypie, rotatives, papier bon marché) et, enfin, d'étendre la distribution. C'est ainsi que le *journalisme d'information* apparaît dans les grandes villes nord-américaines entre 1880 et 1910 et se généralise par la suite jusqu'à devenir la forme dominante de journalisme à partir des années 1920.

Plus récemment, à partir des décennies 1970 et 1980 (bien que des facteurs de changement soient à l'œuvre avant ces décennies), le journalisme entre à nouveau dans une phase de transformation. La pratique journalistique se conforme de moins en moins au modèle du journalisme d'information et se rapproche plutôt de ce nous appelons le *journalisme de communication*. Les entrepreneurs de presse et les investisseurs, en quête de nouveaux marchés à développer, et stimulés en cela par l'innovation technique et par le mouvement de déréglementation et de libéralisation des marchés, favorisent la multiplication des supports médiatiques et des services d'information. Le marché des médias se caractérise dorénavant par une grande diversification et par une surabondance de l'offre. La presse écrite quotidienne et les grands réseaux de télévision, qui dominaient l'industrie des médias, voient leurs parts du marché s'effriter au profit des nouveaux médias, plus spécialisés, plus innovateurs, moins respectueux des normes établies. La numérisation et la miniaturisation des équipements, le développement des télécommunications et, plus récemment, l'implantation rapide d'Internet, voilà autant de techniques dont l'usage tend à remettre en question les normes et les pratiques usuelles de production, de diffusion et de consommation de l'information et qui placent producteurs et consommateurs d'information dans un environnement médiatique en pleine mutation.

Pour tirer leur épingle du jeu face à une concurrence exacerbée par la surabondance des messages, les médias et les professionnels de l'information eux-mêmes doivent à la fois se distinguer des concurrents et se soucier davantage des préférences du public. Les journalistes affichent plus ouvertement leur subjectivité et tentent d'établir avec le public, devenu de plus en plus « ciblé », des liens de connivence et d'intersubjectivité. Les genres journalistiques qui font une large place au commentaire (chroniques d'opinion, d'humeur et thématiques, tribunes téléphoniques, etc.) sont en nette progression ; la nouvelle, genre par excellence du journalisme d'information, incorpore de plus en plus de jugements et de commentaires. Le métissage entre le discours de presse et les autres formes du discours médiatique est toléré, voire encouragé : la fiction se mêle à la réalité ; l'anecdote acquiert le statut d'événement ; l'information se fait divertissante et adopte volontiers le ton de l'humour ou encore celui, familier, de la conversation ; l'effusion et l'émotion tiennent lieu d'explication ; le ton et le style du discours promotionnel imprègnent le discours de presse.

Ce schéma narratif divise l'histoire de la presse nord-américaine en quatre phases en apparence distinctes auxquelles correspondent quatre paradigmes journalistiques. Une intention de clarté

nous a incités à présenter comme nous venons de le faire les différents paradigmes discutés dans cet ouvrage comme une succession relativement cohérente de phases ayant eu une existence historique réelle. Cette prétention n'est pas dépourvue de fondement, mais le modèle narratif employé à des fins rhétoriques risque d'induire en erreur et appelle immédiatement une remarque sur laquelle nous reviendrons à plusieurs occasions dans les chapitres suivants : ces étapes sont des « modèles » de développement historique et ne constituent pas en soi une description socio-historique. En d'autres termes, nous ne nous proposons pas d'élaborer une histoire du journalisme, mais nous voulons plutôt à tracer les grandes lignes d'un modèle théorique de son développement, comportant un certain nombre d'étapes types que nous avons ici ordonnées selon l'ordre que la plupart des historiens nord-américains empruntent[3].

Ce modèle fera, dans ce livre, l'objet de développements théoriques et méthodologiques substantiels. Mais, dès à présent, quatre séries de remarques préliminaires s'imposent afin d'éviter tout malentendu.

2 Problèmes de définition

Les **premières remarques** portent sur la justification du choix qui est le nôtre de faire débuter une typologie du journalisme avec les débuts de la presse et non, comme certains auteurs le suggèrent[4], avec le début du journalisme, entendu au sens contemporain d'une pratique professionnelle distincte. Le mot « journalisme » prend ici un sens générique large ; il renvoie au mot « journal », lui-même entendu dans un sens générique et intemporel, incluant donc les premières gazettes. Le journalisme peut alors être défini par deux traits essentiels : premièrement, il recouvre une pratique discursive sur des objets réels d'intérêt public telle qu'elle se manifeste dans les journaux depuis qu'ils existent ; deuxièmement il renvoie à une pratique interdiscursive en ce sens que le journalisme est la rencontre dans un même support matériel (d'abord le journal, auquel s'ajoutent plus tard d'autres types de médias) de plusieurs discours et de plusieurs sources de discours (autrefois, la lettre d'un correspondant, le sermon du curé ou du pasteur, le débat parlementaire, la décision royale ; aujourd'hui : le communiqué de presse, la réponse du ministre aux questions pressantes du reporter, la déclaration du chef des pompiers, le rapport du coroner ou du juge d'instruction, etc.). Ces dimensions essentielles du journalisme sont présentes dès les débuts de la presse et suffisent à définir le journalisme en tant que pratique de production, de collecte et de mise en forme, dans un journal ou un autre média, de discours relatifs à des objets réels d'intérêt public. Le caractère professionnel ou spécialisé de cette pratique serait donc un trait accidentel plutôt qu'essentiel. Suivant notre définition, les premiers journalistes sont les gazetiers du 17^{e} siècle, puisque ce sont eux qui produisent les premiers journaux. Plus tard, au 19^{e} siècle, les éditeurs de journaux revendiquent plus souvent que les rédacteurs le titre de « journaliste ». Pourtant, ce sont les rédacteurs politiques qui, les premiers, seront reconnus comme des journalistes professionnels, et ce n'est que plus tard encore

[3] On trouve déjà une bonne description des trois premières étapes dans un article précurseur d'A. Beaulieu et J. Hamelin publié en 1966 (BEAULIEU, André et HAMELIN, Jean. « Aperçu du journalisme québécois d'expression française ». *Recherches sociographiques*. Vol. 7, no 3 (1966). P. 305-346.).

[4] CHALABY, Jean. *The invention of journalism*. London : Macmillan Press, 1998 ; NEVEU, Erik, « Four generations of political journalism ». Dans KUHN, Raymond et NEVEU, Erik. *Political journalism : new challenges, new practices*. London ; New York : Routledge, 2002. P. 21-43.

qu'on associera le mot journaliste aux « reporters ». Le journalisme, dans le sens contemporain du terme, n'apparaît donc que par spécification progressive de pratiques anciennes. Entre ces pratiques, il n'y a pas de rupture, mais continuité[5]. C'est pourquoi il y a plus d'avantages que d'inconvénients, sur le plan théorique, à les désigner toutes par le même terme générique[6].

Cela étant dit, nous ne nous interdirons pas, lorsque le contexte le justifie et que le risque d'équivoque est nul, de désigner les journaux par des termes ou des expressions chronologiquement marqués (par exemple, *gazettes*, *feuilles*, *entreprises de presse*). De même, lorsque le contexte est marqué sur le plan socio-historique, nous pourrons substituer au mot *journaliste* des termes dont l'extension est plus restreinte que celle de journaliste, comme *gazetier* (terme congruent dans un contexte de journalisme de transmission), *rédacteur* (terme congruent dans un contexte de journalisme d'opinion) ou *reporter* (terme congruent dans un contexte de journalisme d'information). Nous utiliserons aussi, au besoin, d'autres termes moins spécifiques que *journaliste* pour désigner les personnes qui écrivent dans le journal. En effet, sous certains types de journalisme (les journalismes de transmission et d'opinion, en particulier), le journaliste, entendu dans son sens contemporain, n'assume la responsabilité que d'une partie du contenu du journal, une proportion importante des textes étant pris en charge par d'autres catégories d'individus (correspondants, chefs politiques ou religieux, visiteurs, etc.). Nous utiliserons, selon le contexte, les mots *auteur* (lorsque nous voulons insister sur la dimension expression d'idées personnelles ou communes, appropriation individuelle ou collective du texte) ou *scripteur* (lorsque nous voulons insister sur la dimension *écriture* de l'activité) pour désigner ce collectif d'individus. La présence de l'un ou l'autre de ces termes signifie donc la présence de plusieurs catégories importantes, autres que les journalistes, parmi les agents de la communication journalistique.

La **deuxième série de remarques** concerne notre choix de désigner les paradigmes journalistiques par des attributs relevant du discours (transmission, opinion, information, communication) de préférence à d'autres considérations, par exemple, politiques, économiques ou techniques. Certes, les différentes formes de journalisme varient en fonction de phénomènes ou de processus extra-discursifs comme l'économie, la politique ou l'innovation technique. Le

[5] On pourrait faire valoir, avec raison, que le journal, à ses origines, n'est lui aussi que la spécification de pratiques antérieures (l'affiche, les nouvelles à la main, la harangue publique, la correspondance, etc.) et que, par conséquent, pour expliquer les formes sous lesquelles le journalisme apparaît au 17e siècle, il faut les reporter au contexte créé par les formes préexistantes des discours publics relatifs aux affaires d'intérêt public. Au-delà des arguments que nous pourrions faire valoir à propos de la spécificité du journal et du « journalisme » par rapport aux formes antérieures (des arguments portant, par exemple, sur la forme imprimée, sur la reproductibilité et la périodicité des messages ou sur le caractère public du processus et des objets de communication) et au-delà des calculs des avantages et des inconvénients qu'il peut y avoir à faire débuter une typologie du « journalisme » avec les premiers journaux, il reste qu'à la fin nous devrions invoquer le principe de la division du travail scientifique pour justifier de circonscrire notre objet de recherche à l'histoire de la presse depuis le 17e siècle.

[6] Le syntagme pratique *journalistique* désigne ce que nous entendons aujourd'hui par ces termes, soit la pratique *des journalistes*, mais il subsume aussi, dans cet ouvrage, le syntagme pratique *journalique*, qui renvoie à la pratique *de ceux qui fabriquent des journaux* ou qui collaborent directement à leur fabrication. Le terme *journalique* apparaît sous le plume de M. Mouillaud (MOUILLAUD, Maurice. « Le système des journaux » (Théories et méthodes pour l'analyse de la presse) ». *Langages.* No 11 (1968). P. 61-83.), qui l'a lui-même tiré de PRUNIÈRES, Bernard. *La presse sans politique*. Paris : Librairie générale de droit et de jurisprudence, 1964 .

journalisme de la fin du 20e siècle est manifestement plus influencé par des considérations commerciales que celui du 17e siècle. Le journalisme du 19e siècle est plus fortement conditionné par les filiations politiques et partisanes que celui du 20e siècle. Il serait donc possible de définir des types de journalisme en fonction de considérations de ce genre, et opposer, par exemple, presse artisanale et presse industrielle, journalisme d'élite et journalisme populaire, journal d'idées et journal commercial, presse conservatrice et presse libérale. Cependant, un paradigme journalistique, dans la mesure où il renvoie à une pratique discursive, ne se définit pas à partir de critères économiques ou politiques, comme la recherche du profit ou la liberté de presse, mais à partir de considérations proprement discursives. Ainsi, ce n'est pas la prégnance des considérations commerciales qui caractérise le journalisme de la fin du 20e siècle, mais la manière dont ces considérations influent sur le discours journalistique. La recherche du profit était déjà très forte à la fin du 19e siècle dans l'industrie de la presse nord-américaine, mais les formes discursives qui en étaient les manifestations étaient singulièrement différentes de celles de la fin du 20e siècle. En toute logique, les paradigmes journalistiques doivent donc être caractérisés par les attributs distinctifs du discours journalistique sous les différents paradigmes, de préférence à des considérations extra-discursives. Les syntagmes par lesquels nous désignons les différents paradigmes (journalisme de transmission, journalisme d'opinion, journalisme d'information et journalisme de communication) témoignent de ce souci.

Certes, il ne s'agit pas prétendre que journalisme de transmission est le seul à avoir une fonction de « transmission », ni que seul le journalisme de communication implique une « communication » avec le public, ou encore que l'opinion est absente du journalisme d'information et qu'on ne trouve pas d'information dans le journalisme de communication. Transmission, opinion, information et communication sont des dimensions présentes à des degrés divers dans toutes les formes de journalisme ; c'est leur importance relative qui varie. Suivant le modèle de la communication proposé par Jakobson[7], nous pouvons en effet caractériser chaque paradigme en fonction de la manière dont il pondère les fonctions du discours. Selon Jakobson, tout discours met en œuvre six éléments (un destinateur, un destinataire, un contact, un code, un référent et un message) auxquels correspondent six fonctions discursives[8]. La fonction *référentielle* est centrée sur l'objet du message (le référent) alors que la fonction *expressive* est centrée sur le destinateur et plus particulièrement sur l'expression de son point de vue. Ainsi, le journalisme d'information, dès lors qu'il cherche à rendre compte de l'état du monde, accentue la fonction référentielle, alors que le journalisme d'opinion, dès lors qu'il est le lieu de l'expression de la vision idéologique et subjective du rédacteur, accentue la fonction expressive. La fonction *conative* est centrée sur le destinataire et sur son action ; cette fonction est particulièrement accentuée lorsque le discours, adoptant le registre impératif de l'ordre et du commandement, vise à faire agir ou à faire obéir le destinataire. C'est une fonction plus susceptible d'apparaître dans les journalismes de

[7] JAKOBSON, Roman. *Essais de linguistique générale*. Paris : Éditions de Minuit, 1963.

[8] Il n'y a pas lieu de penser que la typologie des fonctions du discours de Jakobson est complète et exhaustive. Nous nous référerons plus loin dans cet ouvrage (notamment au chapitre 5) à d'autres fonctions du discours, empruntées à d'autres typologies construites à partir d'autres dimensions du discours (par exemple les fonctions idéologiques et de régie, empruntées à la typologie que G. Genette (GENETTE, Gérard. *Figure III*. Paris : Seuil, 1972. P. 263) et la fonction ostensive, empruntée à D. SPERBER, et D. WILSON (SPERBER, Dan et WILSON, Deirdre. *La pertinence : communication et cognition*. Paris : Éditions de Minuit, 1989 P. 79-80).

transmission (qui répercute les avis des autorités officielles) et d'opinion (qui cherche à influer sur les choix politiques des lecteurs) que dans le journalisme d'information. La fonction *métalinguistique* renvoie au code du discours ; cette fonction est accentuée quand le message ou une partie du message a le code lui-même comme objet ; par exemple, lorsque le destinateur ou le destinataire s'assurent qu'ils utilisent bien le même code, que la transmission est exempte de bruit. Toutes les formes de journalisme activent cette fonction à chaque fois qu'un texte ou un journal, par souci d'efficacité de la communication, doit incorporer à son discours des consignes relatives au code utilisé. La fonction *phatique* porte sur le lien ou le contact entre le destinateur et le destinataire : certains messages ou parties de message, sémantiquement pauvres (*Bonjour. Comment allez-vous?*) visent essentiellement à établir et maintenir (ou au contraire interrompre : *Bon alors, ça y est, je m'en vais.*) la communication entre le destinataire et le destinateur. L'accentuation de cette fonction est un des traits distinctifs du journalisme de communication. Finalement, la fonction *poétique* est centrée sur le message en lui-même et pour lui-même. Par exemple, les préoccupations esthétiques ou stylistiques qui prévalent dans la construction d'un message relèvent de cette fonction. Celle-ci est sans doute plus accentuée dans les journalisme d'opinion et de communication que dans les journalismes de transmission et d'information.

Chaque paradigme journalistique peut donc être caractérisé par l'importance relative des éléments et des fonctions du discours. Dans le type pur du journalisme d'opinion, on voit que l'accent est placé principalement sur la fonction expressive et secondairement sur la fonction conative (dans la mesure où le journal prétend dire à ses lecteurs ce qu'ils doivent penser et faire) et poétique (dans la mesure où la subjectivité du propos s'accompagne souvent d'un souci esthétique et stylistique). Dans le type pur du journalisme d'information, le rédacteur se fait un devoir d'assujettir tout le discours à sa seule visée référentielle. Les autres fonctions ne sont pas pour autant absentes ; elles sont plutôt mises en oeuvre plus ou moins discrètement de manière à créer l'illusion que le référent s'offre au lecteur de lui-même, sans intermédiaire. On peut dire qu'en regard des objectifs qu'il poursuit (susciter l'attention, établir et maintenir le contact), le journalisme de communication accentue la fonction phatique ; cependant, pour atteindre ces objectifs, il mobilise ostensiblement tous les éléments et les fonctions du discours de manière à créer l'illusion d'une communication interpersonnelle avec le public.

Il convient ici de préciser le sens dont nous investissons le mot « communication ». Les journalistes et leurs critiques s'entendent pour opposer le journalisme (entendu comme pratique d'information générale et politique au service de la démocratie et du bien commun) et la « communication » (entendue comme l'ensemble des discours promotionnels au service d'intérêts – politiques, commerciaux, idéologiques – particuliers). Dans cette perspective, une notion comme celle de « journalisme de communication » contient une contradiction dans les termes et ne peut désigner que des pratiques condamnables parce que suspectes d'assujettissement du journalisme à la communication. On comprendra que cette perspective normative n'est pas nôtre. Non pas que nous encouragions une pratique journalistique qui emprunterait au code de la promotion et de la propagande ; en ces matières, et en tant que chercheurs, nous n'encourageons (ni ne décourageons) rien du tout. Soyons clairs : dans le syntagme *journalisme de communication*, le mot « communication » fait référence au modèle de Jakobson ; nous disons que ce journalisme est « de communication » parce qu'il tend à activer toutes les fonctions du discours dans le but d'établir avec le public une communication (qui

n'est, en fait, qu'un simulacre de communication) « totale » inspirée par la communication interpersonnelle.

3 La méthode de l'idéal-type

La troisième série de remarques porte sur le caractère idéal-typique de notre typologie des formes de journalisme. Suivant l'hypothèse générale de cet ouvrage, l'histoire du journalisme, plutôt que de dessiner une droite orientée vers le progrès social et la démocratie, est ponctuée par des mutations paradigmatiques : à chaque type d'organisation sociale apparaissant dans l'histoire depuis la création des premiers journaux, correspondrait un type de journalisme qui y serait « fonctionnel » parce que le mieux adapté aux circonstances. La validation d'une telle proposition pose déjà un défi méthodologique majeur. Comment en effet circonscrire, comparer et caractériser ces époques de stabilité et ces phases de mutation qui, soi-disant, ponctuent l'histoire du journalisme ? Comment dresser un tableau exhaustif du journalisme à une certaine époque afin de le comparer ensuite au tableau exhaustif du journalisme à une autre époque ? La réalité sociale est inépuisable et incommensurable ; elle présente une telle complexité qu'il serait illusoire d'ambitionner la décrire dans sa totalité. Pour résoudre cette difficulté, nous adoptons la méthode idéal-typique, préconisée par Max Weber, qui constitue un instrument essentiel de la comparaison socio-historique. Ce choix méthodologique a des implications importantes quant à la manière dont sont construites et formulées nos propositions théoriques et quant à la manière dont elles doivent être entendues. C'est pourquoi il convient, en introduction, de nous y attarder.

À défaut de pouvoir décrire une réalité de manière exhaustive, Weber suggère de substituer à cette description un idéal-type, c'est-à-dire une représentation abstraite de cette réalité qui n'en retient que les quelques traits jugés typiques ou caractéristiques par le chercheur. Weber systématise une méthode que d'autres avant lui ont empruntée. Il est difficile en effet d'imaginer une sociologie historique qui ne fasse pas appel à des idéal-types. Des distinctions classiques comme de celles de tradition et modernité, de communauté et société (Tönnies), de société à solidarité mécanique et société à solidarité organique (Durkheim), de société féodale et société capitaliste (Marx), de société industrielle et société post-industrielle (Touraine) mettent toutes en opposition des idéal-types. Ce sont toutes des représentations épurées, simplifiées et cohérentes de phénomènes, d'objets ou de processus dont la complexité excède largement les capacités analytiques du chercheur mais qui, réduites à leurs quelques dimensions essentielles, deviennent intelligibles. L'idéal-type subsume dans un type pur un grand nombre de situations concrètes infiniment complexes et variées et dont aucune ne correspond parfaitement au modèle théorique.

Selon Weber, on obtient ce modèle en « accentuant unilatéralement un ou plusieurs points de vue et en enchaînant une multitude de phénomènes donnés isolément, diffus, discrets, que l'on trouve tantôt en grand nombre, tantôt en petit nombre et par endroits pas du tout, qu'on ordonne selon les précédents points de vue choisis unilatéralement, pour former un tableau de pensée homogène. On ne trouvera nulle part empiriquement un pareil tableau dans sa pureté conceptuelle : il est une utopie »[9]. Ainsi conçu, l'idéal-type ne constitue pas une description de la réalité ; le tableau clair et cohérent qu'il dessine n'a pas de prétention à une parfaite conformité

[9] WEBER, Max. *Essais sur la théorie de la science*. Paris : Plon, 1992. P. 172-173.

au réel ; il s'agit d'un ensemble de propositions qui servent de guide dans l'observation de la réalité et la formulation d'hypothèses.

Mais comment une « utopie », dont la conformité au réel n'est pas l'ambition, peut-elle nous être d'une quelconque utilité pour rendre compte du réel ? L'idéal-type a une fonction essentiellement heuristique ; il sert en quelque sorte d'étalon pour comparer des situations socio-historiques concrètes. Chaque situation est unique, et l'idéal-type ne prétend pas les représenter toutes, ni même aucune ; cependant il permet d'évaluer dans quelle mesure une situation, dans ses dimensions concrètes observables, se rapproche davantage qu'une autre du modèle pur. Ce faisant, l'idéal-type fournit des critères pour comparer deux ou plusieurs situations concrètes. Par exemple, dans son usage courant, le concept de « bureaucratie » est employé comme un idéal-type. La bureaucratie « idéale » peut se ramener à quatre attributs essentiels : une hiérarchie organisationnelle fondée sur la fonction, des relations impersonnelles entre les agents, une organisation rationnelle du travail et des normes formelles explicites. Or, dire d'une organisation qu'elle est bureaucratique ne signifie pas que les caractéristiques définies par le concept s'y retrouvent à l'état pur. Dans les faits, aucune organisation bureaucratique ne correspond parfaitement à ce modèle théorique : au-delà des organigrammes officiels, on retrouve dans toutes les organisations, même les plus bureaucratisées, des hiérarchies informelles et des relations de pouvoir fondées sur tout autre chose que la fonction (sur, par exemple, l'ancienneté, le charisme, le genre, les réseaux informels, qui sont autant de ressources pertinentes à la vie de l'organisation) ; les relations entre les agents sont traversées par des considérations personnelles parfois déterminantes ; comme le savent les administrés, l'organisation du travail dans les grandes administrations, même si elle vise un minimum d'efficacité, est loin d'être parfaitement rationnelle ; les normes informelles et implicites abondent et ont souvent préséance sur les normes officielles. Aucune organisation n'étant parfaitement bureaucratique, le concept de bureaucratie est-il invalidé pour autant ? Bien au contraire. La bureaucratie existe bel et bien ; cependant l'idéal-type ne sert pas à décrire cette réalité (par ailleurs incommensurable), mais à nous la faire reconnaître par ses traits essentiels, au-delà de la diversité et de la complexité de ses formes concrètes. C'est ainsi que le concept idéal-typique de bureaucratie est un puissant outil théorique qui permet de distinguer des formes organisationnelles concrètes et de rendre intelligibles des phénomènes éminemment complexes comme les transformations des modes de régulation de l'action organisée dans la société traditionnelle et dans la société moderne.

Comme le rappelle Weber :

> *L'idéal-type est un tableau de pensée, il n'est pas la réalité historique ni surtout la réalité « authentique », il sert encore moins de schéma dans lequel on pourrait ordonner la réalité à titre d'exemplaire. Il n'a d'autre signification que d'un concept limite purement idéal, auquel on mesure la réalité pour clarifier le contenu empirique de certains de ses éléments importants, et avec lequel on la compare. Ces concepts sont des images dans lesquelles nous construisons des relations, en utilisant la catégorie de possibilité objective, que notre imagination formée et orientée d'après la réalité juge comme adéquates. Dans cette fonction, l'idéal-type est en particulier un essai pour saisir les individualités historiques ou leurs différents éléments dans des concepts génétiques*[10].

[10] WEBER, Max. *Essais sur la théorie...* P. 175-176.

En sciences sociales, un grand nombre de concepts sont, en réalité, des idéal-types. Par exemple, la proposition selon laquelle entre 1880 et 1920 les journaux montréalais délaissent la rhétorique du débat polémique au profit de la rhétorique d'objectivité, fait appel à au moins deux idéal-types : celui de « rhétorique du débat polémique » qu'elle oppose à celui de « rhétorique d'objectivité ». Aucun de ces types ne prétend décrire fidèlement et dans toute leur complexité le contenu et les formes des textes que l'on pouvait lire dans les journaux de 1880 ou de 1920. La proposition est plutôt entendue de la façon suivante : au-delà de leur complexité infinie, on peut déceler dans les textes publiés en 1880 des traits significatifs (du point de vue du chercheur) qui les rapprochent du type pur « rhétorique du débat polémique » (qui n'existe pas en réalité, du moins pas dans cet état de « pureté ») davantage que du type pur « rhétorique d'objectivité », alors qu'en 1920, c'est l'inverse. Ces types purs rendent la réalité intelligible en isolant des traits que le chercheur estime importants ou significatifs. La réalité, qui demeure infiniment complexe, se trouve ainsi simplifiée et « ordonnée » dans des catégories binaires (en l'occurrence), lesquelles permettent de faire le constat suivant : entre 1880 et 1920, quelque chose de significatif a changé. Au chercheur de nous convaincre que ce changement est significatif ou important. À lui aussi d'expliquer le changement. L'idéal-type, en lui-même, n'explique rien. Il n'est pas une théorie, il est plutôt une cheville qui articule le domaine de théorie avec celui de l'observation, celle-ci étant rendue intelligible par celle-là.

Bien que la méthode idéal-typique soit essentielle aux « sciences de la culture » (que Weber oppose aux sciences de la nature) et plus particulièrement aux études comparatistes, et malgré qu'elle soit d'un usage courant (quoique souvent inconscient), son utilisation reste une affaire délicate. En effet, la méthode a été et demeure source de malentendus. Le risque de confusion est d'autant plus élevé que, comme c'est le cas ici, c'est l'objet central du travail de théorisation (les paradigmes journalistiques) qui est de nature idéal-typique.

Un malentendu fréquent tient à la « pureté » du modèle. À ce chapitre, il faut souligner avec force que l'idéal-type n'est pas un modèle normatif ; sa construction ne repose pas sur des jugements de valeur et il n'est *idéal* ou *utopique* que dans sa pureté conceptuelle et logique. Cette précision s'impose, car les auteurs de cet ouvrage, bien qu'ils n'adoptent pas de point de vue normatif sur le journalisme, traitent tout de même d'un objet à propos duquel les jugements de valeur abondent dans la société. Il y a alors un risque que leurs propositions théoriques, si elles sont lues dans une perspective normative, soient investies de significations qu'elles ne devraient pas avoir (comme lorsque l'idéal-type du journalisme d'information, par exemple, devient, dans l'esprit du lecteur, la représentation du journalisme idéal et, par conséquent, éminemment désirable).

Mais c'est sans doute le statut ontologique de l'idéal-type qui est la source de la plus grande confusion. Le scientifique et plus encore son public risquent, à l'usage, d'oublier qu'il s'agit d'un modèle et d'y voir une réalité. Le risque est d'autant plus grand que, dans certains cas, la réalité s'approche beaucoup du modèle. Ce risque est décuplé quand le type pur fait lui-même l'objet d'une description « réaliste » et, éventuellement, d'une exemplification. Ainsi, pour préciser le contenu du concept de « bureaucratie » et faire valoir la pertinence des traits retenus pour le construire, on évoquera le cadre formel, hiérarchique, rigide, impersonnel et

technocratique des grandes administrations telles qu'elles existent. Pour faire saisir ce que le type « journalisme de communication » cherche à désigner dans le réel, on ne manquera pas d'exemples puisés à même des pratiques journalistiques réelles et observables. Ce procédé est certes légitime, voire nécessaire, mais la vigilance théorique et méthodologique s'impose car, confondant le réel et le modèle, on risque soit de ne voir dans le réel que ce que comporte le modèle (comme la lumière qui, au lieu d'éclairer, aveugle), soit de recherche sans succès et inutilement la parfaite correspondance entre le modèle et le réel. Disons-le avec force : les concepts de journalisme de transmission, journalisme d'opinion, journalisme d'information et journalisme de communication, dont il sera question dans cet ouvrage, sont des idéal-types et non des descriptions de pratiques journalistiques réelles. Le journalisme réel est un objet infiniment complexe et ne s'est jamais conformé dans son histoire ni à l'un ni à l'autre de ces modèles théoriques purs. Dès lors, chercher, à coups de contre-exemples, à montrer le caractère unilatéral, radical, réducteur, incomplet ou encore excessif d'un idéal-type est un exercice facile, mais inutile parce que non pertinent.

Voilà l'ornière dans laquelle est tombé Michel Mathien qui, n'ayant pas saisi le caractère idéal-typique de la notion de « journalisme de communication » et assimilant « communication » à « promotion », « propagande », « manipulation » et autres étiquettes du même genre, cherche dans la réalité du journalisme européen des éléments d'observation pour montrer que cette réalité ne se conforme pas l'idéal-type[11]. Évidemment, il en trouve ! C'est pourquoi, il conclut que « l'importation du concept de *journalisme de communication* avec tout ce qui l'accompagne – le modèle concurrentiel et relativiste en matière d'information – ne saurait donc être satisfaisant (sic) sur le plan de la connaissance sociologique et culturelle de la profession [journalistique] qui, malgré tous les efforts faits pour la définir et lui donner des contours […] n'a jamais été *uniforme* et *monocolore*. »[12] Puis, estimant que la « cohérence d'un ensemble n'est jamais parfaite, tout système a ses contradictions et a fortiori une organisation très intégrée – ce que la profession journalistique n'est pas et n'a jamais été – ne fonctionne jamais selon un seul principe »[13], il s'emploie à nous rappeler ce qu'on savait déjà, à savoir que le réalité du journalisme contemporain est plus complexe, plus nuancée, plus ambivalente que ce que suggère notre concept, lequel ne constitue à ses yeux (c'est-à-dire lorsqu'il est vu comme une description du réel) qu'une approche « stéréotypée »[14], empreinte de « naïveté »[15] et « discutable sur le plan épistémologique par son incomplétude »[16], et parce qu'elle est fondée sur une « théorisation généralisatrice » et « réductrice », voire « normative »[17].

Véronique Nguyên-Duy et Suzanne Cotte nous opposent des arguments différents, mais fondés sur la même erreur ; il s'agirait cette fois de l'incapacité d'expliquer, dans le cadre de nos

[11] MATHIEN, Michel. « Le journalisme de communication : critique d'un paradigme spéculatif de la représentation du journalisme professionnel ». *Quaderni*. No 45 (automne 2001). P. 105-135.
[12] MATHIEN, Michel. « Le journalisme de communication... ». P. 111.
[13] MATHIEN, Michel. « Le journalisme de communication... ». P. 113.
[14] MATHIEN, Michel. « Le journalisme de communication... ». P. 126.
[15] MATHIEN, Michel. « Le journalisme de communication... ». P. 110.
[16] MATHIEN, Michel. « Le journalisme de communication... ». P. 126.
[17] MATHIEN, Michel. « Le journalisme de communication... ». P. 111.

propositions théoriques, la réalité du journalisme culturel au 20e siècle[18]. Les auteures soulignent d'abord que, tout au long du 20e siècle, le journalisme culturel a fait l'objet de critiques constantes parce qu'il ne s'est jamais conformé au paradigme du journalisme d'information : « traitant de sujets qu'on [les critiques] considère toujours secondaires et parfois même triviaux en comparaison avec les affaires publiques ou économiques, recourant à des stratégies discursives relevant davantage du divertissement et de la publicité que de l'information « sérieuse » et assumant explicitement un fonction commerciale, le journalisme culturel est donc constamment refoulé aux frontières de la pratique journalistique »[19]. Elles se demandent alors comment il est possible de concevoir l'existence d'un paradigme journalistique dominant si une pratique aussi déviante que le journalisme culturel peut durer sans s'y conformer ? À leur avis, cette « anomalie », jamais « réparée », pose un « défi à l'interprétation paradigmatique des mutations journalistiques »[20]. L'idéal-type du *journalisme d'information* serait donc invalide parce que le réel ne serait pas aussi « pur » que lui… Tout au long du 20e siècle, la chronique culturelle a été, dans les pages des journaux comme dans l'idéologie professionnelle des journalistes, un genre, sinon mineur, du moins « périphérique », confié à des scripteurs qui s'identifiaient autant à la communauté des artistes qu'à celle des journalistes. En raison de leur position excentrique (mais aussi sans doute en raison des bénéfices qu'en retiraient les éditeurs, qui, aujourd'hui comme hier, veillent à leurs affaires), ils ont pu, comme d'autres qui ont occupé le même genre de position (qu'on pense aux journalistes sportifs ou aux titulaires des pages féminines), produire et reproduire des règles de discours propres à leur domaine de couverture et plus ou moins éloignées des canons du « journalisme d'information générale et politique ». Leur position d'excentricité devait cependant être maintenue (ce à quoi s'employaient les critiques) et les principes de légitimation de leur pratique (droit à la critique, liberté d'expression, information du public, éducation populaire, confrontation des points de vue, etc.) devaient être un tant soit peu congruents avec ceux de la presse de leur époque. Le chercheur qui s'intéresse à ces questions doit bien sûr chercher à mesurer la distance qui sépare le journalisme culturel des normes journalistiques dominantes et (ce qui n'est pas du tout la même chose) mesurer la distance entre cette pratique et les modèles abstraits et épurés que constituent les idéal-types. Le cas échéant, il pourra tenter d'expliquer les écarts. Cependant, du point de vue d'une théorie des mutations paradigmatiques pour laquelle les idéal-types ont été créés, l'important est surtout de savoir si, entre le début et la fin du 20e siècle, les transformations observables dans les normes du journalisme culturel sont congruentes avec l'hypothèse d'une mutation paradigmatique. Autrement dit, les déplacements dans l'espace de la planète « journalisme culturel » s'effectuent-ils dans la même direction et à la même vitesse que les déplacements de l'ensemble du système planétaire « journalisme »[21] ? L'hypothèse logique, en regard de notre théorie, serait la

[18] NGUYÊN-DUY, Véronique et COTTE, Suzanne. « Le journalisme culturel : un défi à l'interprétation paradigmatique des mutations journalistiques ». Dans RIEFFEL, Rémy et WATINE, Thierry. *Les mutations du journalisme en France et au Québec*. Paris : Éditions Panthéon Assas, 2002. P. 279-290.
[19] NGUYÊN-DUY, Véronique et COTTE, Suzanne. « Le journalisme culturel... ». P. 288.
[20] NGUYÊN-DUY, Véronique et COTTE, Suzanne. « Le journalisme culturel... ». P. 288.
[21] V. Nguyên-Duy et S. Cotte n'envisagent pas la question du point de vue changement. Pour elles, la déviance du journalisme culturel et la critique que suscite cette déviance ont été constantes au 20e siècle ; elles ne s'intéressent donc pas au fait que la chronique culturelle de 1940 n'est pas celle de 2000 et que les mêmes reproches adressés à l'une et l'autre (« commercialisme », confusion des genres, trivialité, etc.) n'ont pas la même signification, ni le même référent à soixante ans d'intervalle.

suivante : bien que, tout au long du 20e siècle le journalisme culturel ait pu être une pratique peu orthodoxe en regard des normes dominantes (ce qui reste à vérifier), les règles qu'il actualise aujourd'hui sont plus proches qu'elles ne l'étaient naguère du type « journalisme de communication » et, en raison des traits qui le distinguent des autres domaines de couverture (notamment sa popularité, sa convivialité et sa rentabilité), sa position dans le système, autrefois périphérique, tend à devenir plus centrale. En somme, le journalisme culturel, autrefois plus ou moins déviant, tendrait à devenir aujourd'hui un cas type de la nouvelle orthodoxie. L'idéal-type est un instrument heuristique dont la fonction est précisément de produire ce genre d'hypothèses.

Retenons donc que l'idéal-type, loin de prétendre décrire fidèlement le réel, cherche précisément à relever et à accentuer des aspects jugés cruciaux d'un phénomène de manière à les constituer en un modèle conceptuellement pur qui sert de base de comparaison pour établir dans quelle mesure plusieurs occurrences du phénomène s'écartent plus ou moins du modèle théorique.

Si ce n'est pas en vertu de sa conformité au réel que l'on peut juger de l'intérêt et de la fécondité d'un idéal-type, alors sur quelle base le faire ? Un idéal-type s'évalue à son caractère heuristique, qui est lui-même fonction de la pertinence des traits retenus dans sa construction. Or, cette pertinence ne s'évalue pas dans l'absolu, mais en regard de l'usage que l'on veut faire de l'idéal-type. Pour distinguer un individu dans la foule, le type « grand blond à lunettes » regroupe des traits plus pertinents que le type « fils d'instituteur qui préfère Brahms à Mozart ». Que l'individu recherché dans la foule soit blond n'est pas en soi un attribut plus important ou plus fidèle au réel que ses goûts musicaux ou sa filiation parentale, mais c'est, en l'occurrence, une donnée plus utile parce qu'elle renvoie à un trait aisément repérable dans la foule. Or, c'est précisément en fonction de cet objectif que ce type a été forgé. Ainsi, à propos du concept de « journalisme de communication », on n'a pas à se demander si les caractéristiques retenues dans la construction du concept (subjectivité de l'énonciation, appel à l'intersubjectivité, accentuation de la fonction phatique, métissage des genres, etc.) permettent de produire une description parfaitement fidèle et exhaustive du journalisme tel qu'il se pratique aujourd'hui. La réponse à cette question est connue. Par contre, dans le cadre d'une problématique de recherche relative aux mutations paradigmatiques du journalisme, il faut se demander si les traits retenus dans la construction de l'idéal-type « journalisme de communication » correspondent à des aspects des pratiques journalistiques qui sont, non pas représentatifs, mais typiques du journalisme contemporain, des aspects propres à saisir ce qui est fondamentalement et essentiellement différent dans le journalisme contemporain par opposition à d'autres formes antérieures de journalisme.

Un idéal-type est défini à partir d'un point de vue, et plusieurs points de vue sur une même réalité sont possibles ; par conséquent il est possible de construire plusieurs idéal-types différents correspondant à une même réalité. Les chercheurs peuvent, en vertu de préoccupations de recherche différentes, sélectionner et mettre en relief des aspects différents des pratiques journalistiques et construire d'autres idéal-types. Non seulement est-ce possible, mais c'est souhaitable à chaque fois que, par le croisement de points de vue, on pense pouvoir affiner la connaissance d'un objet ou d'un processus. Par exemple, les types « journalisme d'opinion » et « journalisme d'information » peuvent être couplés à ceux de « presse artisanale » et de « presse industrielle », ou encore à ceux de « journalisme d'élite » et « journalisme grand public ». Ces

typologies ne sont pas concurrentes, mais complémentaires. Aucune ne prétend être plus fidèle au réel qu'une autre, ni plus heuristique. En revanche, on doit exiger d'elles qu'elles soient les mieux adaptées aux problèmes de recherche en vertu desquels les chercheurs les ont fait naître. Ou, pour dire la chose autrement, on se demandera laquelle, en regard d'un problème de recherche, est la plus féconde, c'est-à-dire la plus apte à mener à des hypothèses et des observations pertinentes.

Par ailleurs, un idéal-type peut se décomposer en sous-types. Par exemple, les idéal-types « journalisme d'opinion » et « journalisme d'information », qui renvoient à des périodes relativement longues, peuvent, en fonction de l'abondance et de la précision des données empiriques disponibles, donner lieu à d'autres idéal-types, renvoyant à des périodes plus brèves et à des phénomènes plus fins. Ainsi, l'idéal-type du journalisme d'opinion pourrait faire place à ceux du journal d'opinion politique (générale) et du journal de parti. Dans le journalisme d'information, le statut socio-économique du public visé permet de segmenter les journaux en grandes classes (presse d'élite, presse populaire, etc.) pour lesquelles il serait possible de construire des idéal-types distincts, qui introduiraient des nuances dans l'idéal-type général. Les formules de traitement de l'information (information entendue en un sens très large et non dans le sens étroit de contenu des nouvelles, incluant donc les textes d'opinion) peuvent aussi servir à construire des idéal-types, comme presse de combat ou presse tabloïd. Dans le cas du journalisme de transmission, certains ont distingué le journal polyphonique, qui fait intervenir plusieurs catégories d'acteurs sociaux plus ou moins opposés, et le journal monophonique, qui prête sa voix aux seules vues du pouvoir établi.

Enfin, l'idéal-type peut représenter des concepts d'« état », comme ceux de presse, journalisme, opinion publique, objectivité, etc., mais aussi des « processus » comme ceux de développement, changement, évolution, révolution, mutation, etc. Il peut ainsi arriver qu'une théorie rassemble plusieurs idéal-types, les uns d'état, les autres de processus, dans une configuration spécifique. C'est le cas ici puisque nos propositions théoriques associent des idéal-types d'état (comme les paradigmes) à des idéal-types processuels (comme ceux de « changement normal » et de « crise paradigmatique »). Dans tous les cas, cependant, il faut se rappeler la recommandation et la mise en garde de Weber :

> *Pour savoir si le cours empirique du développement a été effectivement le même que celui qu'on a construit, il faut le vérifier à l'aide de cette construction prise comme moyen heuristique, en procédant à une comparaison entre l'idéal-type et les « faits ».[...] Ce procédé ne suscite aucune objection méthodologique aussi longtemps qu'on garde présent à l'esprit que construction idéal-typique du développement et histoire sont deux choses rigoureusement distinctes et que la construction a été le moyen de faire méthodiquement l'imputation valable d'un développement historique à ses causes réelles parmi toutes celles qu'il nous est possible d'établir en l'état de notre connaissance.*[22]

4 Plan de l'ouvrage

[22] WEBER, Max. *Essais sur la théorie...* P. 187-188.

Ce livre n'est pas, répétons-le, une « histoire de la presse ». Il s'agit plutôt d'une réflexion théorique, multi-, trans-, inter-, voire in-disciplinaire, qui emprunte tantôt à l'histoire culturelle et à la théorie sociologique, tantôt aux sciences du langage ou aux sciences cognitives, à la sociologie du journalisme ou à l'économie des biens culturels, et dont l'objectif est de jeter les bases d'une théorie sur les mutations du journalisme. L'ouvrage se divise en deux parties : la première (qui comprend les chapitres 1 à 6) est consacrée à l'analyse de problèmes théoriques et à la présentation de concepts fondamentaux ; la seconde (qui comprend les chapitres 7 à 11) illustre par des études empiriques la fécondité et le caractère opératoire de ces concepts. L'objectif de l'ouvrage étant essentiellement d'ordre théorique et méthodologique, les études empiriques qui y sont présentées visent moins à valider des propositions de recherche qu'à exemplifier une approche et à éprouver des concepts.

Dans le **chapitre 1,** Jean Charron et Jean de Bonville s'attachent à explorer les implications théoriques et méthodologiques du concept de *paradigme journalistique*, pierre angulaire de notre problématique de recherche. Pour que des chercheurs et des observateurs, considérant, soit la période contemporaine, soit celle de la fin du 19^{e} et du début du 20^{e} siècles, puissent en arriver à la conclusion que ces périodes représentent des phases de mutation du journalisme, il faut que les règles qui régissent la production de ce discours aient à ce point changé que le discours lui-même en devient méconnaissable. Nous empruntons à la théorie des révolutions scientifiques de Thomas Kuhn[23] la notion de *paradigme* pour rendre compte de cet ensemble de règles, de savoir-faire et de savoir-penser, qui constitue ce que, dans un cadre spatio-temporel donné, on désigne par le mot *journalisme*. La notion de paradigme (au sens où l'entend Kuhn, mais aussi au sens où l'entendent les linguistes) suggère l'idée d'un système normatif de référence, d'un ensemble de modèles pratiques reproductibles par imitation. Le paradigme est constitué du code de production discursive incorporé par les journalistes et du répertoire de schémas cognitifs acquis par l'expérience et qui conditionnent la « lecture » et l'interprétation du réel. Si on considère la réalité du journalisme contemporain, on est à même de constater que, au cours de sa socialisation professionnelle, l'apprenti journaliste incorpore par mimétisme des modèles de comportement professionnel et des schémas cognitifs qu'il va tendre à reproduire plus ou moins fidèlement, c'est-à-dire en les adaptant éventuellement aux conditions concrètes et particulières d'exercice de son métier. Ainsi on peut dire, par analogie et en schématisant, que le journaliste apprend à concevoir et à produire un reportage ou une chronique à propos d'un référent quelconque en suivant des exemples paradigmatiques, un peu à la manière dont on apprend à conjuguer les verbes en suivant des exemples qui tiennent lieu de modèles (les fameux *aimer, finir, prendre* du *Bescherelle*). Mais ne poussons pas l'analogie trop loin. À la différence de la conjugaison des verbes, le journalisme ne fait pas l'objet d'une normalisation formelle et univoque, consignée dans les manuels. Un paradigme journalistique constitue plutôt ce que les ethnométhodologues appellent un *accomplissement* ; il est produit et reproduit quotidiennement par les journalistes eux-mêmes et par le fait de leur pratique, de la même manière qu'une langue est produite et reproduite par le seul fait de la parler.

Dans ce premier chapitre (et dans d'autres) nous nous intéressons au fait que le journalisme, tel qu'il est pratiqué dans un temps et un lieu donnés, présente un caractère structuré, cohérent,

[23] KUHN, Thomas. *La structure des révolutions scientifiques*. Paris : Flammarion, 1983.

régulé. En somme, le journalisme n'est pas laissé à la discrétion et la fantaisie des individus qui le pratiquent. Si l'on peut dire que le journalisme est produit et reproduit chaque jour par les journalistes eux-mêmes, collectivement, il reste que les normes, les règles, les représentations, les méthodes qui le constituent ont une existence autonome, indépendante des individus journalistes, et, dans une certaine mesure, s'imposent à eux. Cela ne signifie pas pour autant que tout, dans la réalité concrète du journalisme, puisse se ramener à une application systématique de règles implacables dont les journalistes seraient à la fois les agents (puisqu'ils les mettent en application) et les prisonniers (puisqu'ils ne pourraient pas faire autrement). En filant la métaphore du langage, nous dirons que, dans ce chapitre particulièrement, il est question de grammaire et non d'usage ; or, c'est le propre de la grammaire de ne pas prendre en compte les erreurs, les déviances, les idiosyncrasies et autres anomalies qui pullulent dans l'usage. En revanche, et une fois établi ce caractère régulé du journalisme, la problématique du changement nous renvoie à l'usage. Il arrive en effet que par incompétence ou par stratégie (notamment de distinction) les locuteurs commettent des « fautes » qui, si elles se répètent et s'étendent dans le temps et l'espace, vont devenir l'usage et vont finalement être reconnues dans la grammaire. Il n'en va pas autrement pour le journalisme.

Un paradigme journalistique est donc, comme la langue, un ensemble de règles susceptibles de se transformer au fur et à mesure que les journalistes adaptent leur pratique aux changements dans les conditions concrètes de cette pratique. Par effet de cumul et d'accélération du changement, des composantes essentielles du paradigme sont susceptibles de se transformer rapidement et fondamentalement ; il ne s'agit plus alors de changement **dans le** paradigme, mais d'une crise paradigmatique qui mène à terme à un changement **de** paradigme. Le **chapitre 2** est consacré à cette distinction entre *changement normal* (dans le cadre du paradigme) et *crise paradigmatique*. Dans l'exercice quotidien de son métier, le journaliste a tendance à reproduire tout naturellement les règles usuelles du journalisme. À moins que les circonstances le justifient, il n'a aucune raison d'agir autrement. Mais il arrive parfois que des circonstances inusitées l'incitent ou l'invitent à innover, à adopter un comportement qui s'écarte légèrement de la pratique normale. Une telle innovation, qui fait figure de précédent, si elle est imitée par d'autres et qu'ainsi elle s'étend suffisamment dans le temps et dans l'espace, peut devenir une nouvelle règle. L'innovation peut aussi résulter de l' « usure » des règles elles-mêmes. Le journaliste, devant produire un discours susceptible de susciter et de retenir l'attention du public auquel il s'adresse, mise sur la nouveauté, non seulement quant au propos (aux informations qui, par définition, doivent être nouvelles), mais quant aux objets et aux formes de son discours. Dans ce cas de figure, l'innovation tient au souci d'éviter la monotonie et la répétition. Les changements de ce genre se réalisent dans le cadre du paradigme ; celui-ci se transforme, mais il conserve sa structure d'ensemble qui le rend reconnaissable.

Cependant, le processus d'innovation peut s'accélérer et s'intensifier quand des changements importants affectent les structures sociales (économiques, politiques, culturelles, etc.) dans lesquelles la pratique du journalisme est imbriquée. Ces changements affectent significativement le degré de congruence entre le système de règles que constitue le paradigme journalistique et les systèmes de règles qui prévalent dans l'environnement (à commencer par celui que constitue l'organisation de presse, qui, elle-même, ajuste son système de règles aux règles qui prévalent dans son environnement). Les tensions suscitées par ce déphasage entre les différents systèmes

de règles forcent les journalistes à chercher, par l'innovation, à produire des règles plus congruentes, c'est-à-dire à adopter une pratique discursive plus en phase avec les conditions concrètes d'exercice de leur métier. Or, l'importance de cette adaptation est à la mesure des changements qui affectent les institutions et les structures sociales dont la presse et le journalisme subissent l'influence. On dira qu'il y a crise paradigmatique et changement **de** paradigme quand les changements dans l'environnement sont tels que le processus d'innovation s'intensifie suffisamment pendant une période suffisamment longue pour affecter significativement et durablement un nombre suffisamment important de règles, de sorte qu'à terme, le système perd sa cohérence et se métamorphose en une nouvelle configuration de règles. Certes, toutes les règles n'ont pas changé pour autant, mais le système dans son ensemble est devenu méconnaissable.

Nous évoquions au début de cette introduction la difficulté à laquelle est confrontée la sociologie du journalisme et qui consiste à conceptualiser et à hiérarchiser les facteurs qui expliquent l'état et les variations du journalisme dans le temps et l'espace. Le défi consiste à concevoir des modèles explicatifs qui associent des changements concrets, observables dans le discours journalistique (dans le « texte » lui-même), à des phénomènes ou des facteurs explicatifs qui se situent à une tout autre échelle d'observation et qui présentent un degré beaucoup plus élevé de généralité. Comment, par exemple, établir théoriquement et empiriquement une « chaîne de causalité »[24] qui relierait, d'une part, des changements mesurables dans la mise en page des journaux ou dans l'art de rédiger un article et, d'autre part, l'expansion du chemin de fer à la fin du 19e siècle ou encore la financiarisation de la propriété des médias au passage du 20e au 21e siècles ? Dans le **chapitre 3**[25], Jean Charron et Jean de Bonville proposent un modèle qui hiérarchise quatorze « niveaux » de « paramètres », du plus circonscrit (le texte journalistique) au plus général (l'économie), en passant par une douzaine de niveaux intermédiaires qui médiatisent, en quelque sorte, les relations entre les niveaux macroscopique et microscopique. Pour fixer les idées, considérons la situation du journalisme contemporain ; dans ce cas, le modèle nous mène à concevoir que le *texte journalistique* (1) (l'article de journal ou de magazine, le reportage radiophonique ou télévisé), qui est lui-même incorporé dans un *texte « journalique*» (2) (le journal, le magazine, le bulletin de nouvelles, etc.), est le produit de *pratiques* professionnelles (3), qui sont celles de *journalistes (*4) œuvrant dans le cadre d'organisations qui sont, en l'occurrence, des *entreprises de presse* (5). Celles-ci fabriquent et mettent en marché un produit culturel qui est un sous-ensemble de la *production médiatique* (6) constituée de la somme des discours produits par les *médias* (7) et qui influe, d'une manière plus ou moins diffuse, sur le discours journalistique lui-même. Dans le processus de production de l'information, les journalistes entrent en relation avec des *sources d'information* (8), alors que dans le processus économique de production de la valeur, l'entreprise de presse entre en relation avec des *sources de financement* (9) qui comprennent les annonceurs, les consommateurs (lecteurs, auditeurs, téléspectateurs et internautes), l'État (par divers mécanismes de financement public) et, dans certains cas, le mécénat privé. Le public qui représente une source de financement, doit aussi être considéré en tant que destinataire du

[24] C'est à des fins de schématisation que nous parlons de « chaîne de causalité » ; les analyses que nous proposons dans cet ouvrage ne se déploient pas sous le mode du déterminisme.

[25] Ce chapitre est une version remaniée d'un article paru en 1996 dans la revue *Communication* (vol, 71, no 2, p.15-49*)* sous le titre « Journalismes en mutation : perspectives de recherche et orientations méthodologiques ».

discours journalistique, c'est-à-dire en tant que condition de production de ce discours ; en effet, les caractéristiques socio-économiques et démographiques du *public* (10) auquel s'adressent les journalistes ainsi que ses *pratiques culturelles et ses valeurs* (11) conditionnent les stratégies commerciales des entreprises de presse et les stratégies discursives des journalistes. Les caractéristiques du public, ses pratiques, ses préférences, ses valeurs sont elles-mêmes façonnées par les *institutions socio-culturelles* (la famille, l'École, la religion, etc.) (12) dans un temps et un lieu donnés. Enfin, tous ces paramètres sont tributaires de l'organisation du *système politique et du cadre légal* (13) ainsi que l'état de développement et le mode de fonctionnement de l'*économie* (14).

La distinction entre les niveaux de paramètres est théorique et formelle. S'il convient en effet de distinguer analytiquement des paramètres et de les disposer en « niveaux », ce n'est pas dans le but de les isoler les uns des autres ni d'établir une hiérarchie *a priori* ; c'est au contraire afin de mieux saisir les interactions complexes entre les niveaux de paramètres et de pouvoir reconstituer la dynamique, ou mieux la dialectique, de l'ensemble. Les explications sur l'état du journalisme et sur ses variations dans le temps et dans l'espace doivent articuler les paramètres les uns aux autres afin de montrer par quelles médiations des phénomènes en apparence extérieurs à la logique d'action propre aux journalistes (comme, pour reprendre nos exemples, l'expansion du chemin de fer et la financiarisation du capital) contribuent à la transformation des pratiques quotidiennes des journalistes.

Ce modèle explicatif et les préceptes méthodologiques qui l'accompagnent prennent toute leur mesure dans le cadre d'une problématique du changement. Le journalisme, avons-nous dit, a connu dans son histoire des phases de relative stabilité et des phases de mutations paradigmatiques ; nous avons, schématiquement, distingué quatre périodes de stabilité auxquelles correspondent quatre paradigmes journalistiques. Ces paradigmes ayant été définis comme des idéal-types, nous avons prévenu le lecteur qu'il était vain de chercher leur parfaite correspondance dans la réalité. Pourtant, les pratiques auxquelles renvoient ces paradigmes ont bien une existence réelle ; il y a bien eu aux 17^{e} et 18^{e} siècles des gazettes qui ont partagé suffisamment de points communs entre elles et dont le contenu et la forme présentent suffisamment de différences par rapport aux journaux des 19^{e} et 20^{e} siècles pour que nous ayons jugé pertinent d'y associer un paradigme journalistique spécifique. Le bien fondé de ce jugement demeure affaire de cohérence théorique et de pertinence, dont il faudra faire la preuve ; mais c'est aussi affaire de validation empirique. Or, sur le terrain de l'empirie, une question préalable se pose, celle de la périodisation. Dans le **chapitre 4**, Jean de Bonville se demande en effet sur la base de quels critères l'historien, considérant les transformations du journalisme dans la longue durée, peut-il décider qu'une période s'achève et qu'une autre commence ? L'histoire politique organise commodément le temps historique en « périodes » balisées par des « événements » jugés significatifs soit en raison de leur impact sur le cours des choses, soit parce que, s'inscrivant dans une séquence d'événements, ils marquent un point de rupture. C'est ainsi qu'une bataille, un coup d'État ou la mort d'un roi sont perçus par l'historien comme des moments charnières à partir desquels il structure le récit de l'histoire. S'il s'agissait de relater l'histoire des journaux, on pourrait opter pour le même modèle événementiel et organiser le temps historique autour d'événements marquants (comme la mort d'un éditeur fameux ou la création d'un journal qui changera le cours de l'histoire politique de son époque). Mais

s'agissant de l'évolution de la presse en tant qu'institution sociale et du journalisme en tant que pratique culturelle, les critères événementiels ne suffisent plus (à moins de vouloir se contenter de balises extra-journalistiques et, par conséquent, tout à fait arbitraires du point de vue de l'objet de la recherche).

Jean de Bonville reprend le problème à sa source en cherchant les critères de périodisation dans la nature même de la presse et du journalisme. Il définit la presse (et par extension le journalisme) comme « l'ensemble des conditions et des modalités de réalisation d'un contrat de communication d'un type spécifique, c'est-à-dire une communication sociale, imprimée et périodique ». (p….). Les agents qui participent à la réalisation de ce contrat (éditeurs, scripteurs, lecteurs, sources d'informations, annonceurs, etc.) le font en vertu d'une configuration spécifique de règles connues et d'attentes réciproques, configuration qui dessine à son tour une configuration de relations entre les agents. Ces configurations (de règles et de relations) sont produites, reproduites et éventuellement transformées du fait même de la participation des agents. L'alternance de phases de stabilité (c'est-à-dire de relative homogénéité) et d'instabilité (d'hétérogénéité caractéristique des processus de reconfiguration) dans les règles et dans les relations créent ce qui, aux yeux de l'historien, devient des « périodes ». Ainsi, une période « se caractérise par le maintien, parmi un ensemble des publications ou dans la partie la plus importante de cet ensemble, des conditions et modalités de réalisation d'une forme spécifique de contrat de communication ». Le travail de l'historien consiste donc à discerner, à partir des indices dont il dispose (le principal étant le contenu de la presse) « les différentes formes spécifiques de contrat de communication dans leur succession chronologique » (p…), c'est-à-dire les différentes configurations spécifiques de règles et de relations. Plus concrètement, et de manière plus opératoire, « une période en histoire de la presse correspondrait à un laps de temps plus ou moins long au cours duquel des rapports relativement stables caractérisent les éléments suivants : régime démographique, organisation interne, infrastructure technique et financière, modes de collecte et de traitement de l'information, contenu, caractéristiques du lectorat et conditions et modes de réception des messages » (p….).

Décrire et relier tous ces éléments pour chaque période de l'histoire de la presse et sous toutes les latitudes constitue un programme de recherche dont la réalisation mobiliserait une armée de chercheurs ! À défaut de pouvoir tout observer et tout lier, on peut tout de même chercher à cerner les éléments essentiels qui « typifient » une période, c'est-à-dire qui permettent de la distinguer d'autres périodes, et à propos desquels on pourra formuler des propositions de recherche (notamment sur le nature, la genèse et la configuration de ces éléments) que l'on tentera de valider à partir des indices les plus accessibles. C'est exactement l'objet de la méthode idéal-typique, qu'empruntent Jean Charron et Jean de Bonville dans le **chapitre 5**. Les auteurs s'emploient à préciser le contenu des quatre idéal-types que nous avons évoqués au début de cette introduction (journalismes de transmission, d'opinion, d'information et de communication) en regard de deux dimensions essentielles du journalisme : son caractère « réaliste » et son mode d'énonciation. Selon les auteurs, le journalisme, de tout temps, a été une pratique discursive « réaliste » (au sens où le discours porte sur le réel) et qui se reproduit par et dans des « textes », c'est-à-dire par et dans des actes d'énonciation. Au chapitre du réalisme, les paradigmes journalistiques se distinguent quant au rapport que le journal et le journalisme entretiennent avec les autres institutions sociales et quant aux différentes classes de référents auxquels les

journalistes sont les plus sensibles. Ils varient également quant à leur rapport au temps, à l'espace et à la nouveauté, quant aux modalités d'accès au réel et aux principes normatifs régissant le rapport des journalistes au réel. Au chapitre de l'énonciation, les auteurs retiennent trois sous-dimensions en regard desquelles les quatre idéal-types peuvent être distingués : les facteurs contextuels, comme les conditions techniques, organisationnelles et culturelles de l'énonciation ; les agents de la communication journalistique, dont les visées, la situation d'énonciation et l'identité discursive varient ; et, finalement, l'énonciation elle-même. Cette typologie se veut une invitation à la recherche empirique ; loin d'apporter des réponses, elle se présente plutôt comme un programme de recherche constitué d'un vaste réseau d'hypothèses.

Dans le chapitre 5, les auteurs donnent une représentation idéal-typique et abstraite des paradigmes journalistiques de transmission, d'opinion, d'information et communication. Les paradigmes qu'ils décrivent n'existent pas sous cette forme dans la réalité. N'empêche que, suivant le sens dont le mot paradigme est investi dans notre théorie, les paradigmes journalistiques ont une existence réelle. Un paradigme réel ou concret est constitué de l'ensemble de règles discursives que l'on peut inférer à partir de la pratique concrète des journalistes, c'est-à-dire dans les traces que laisse l'application des règles et des schémas cognitifs dans le discours de presse. Ce paradigme concret est la résultante, au niveau collectif, de l'application par les journalistes, dans un temps et un lieu donnés, d'un ensemble plus ou moins cohérent et homogène de règles et de schémas cognitifs. Il s'agit d'un effet émergent ou, pour dire la chose autrement, d'une « structure émergente ». C'est cette résultante qui nous fait dire, par exemple, que les journalistes du 19^{e} siècle pratiquent un « journalisme d'opinion » que l'on distingue du « journalisme d'information » que pratiquent ceux du 20^{e} siècle. Une telle proposition n'implique évidemment pas que les paradigmes concrets (les structures émergentes) que l'on désigne par les expressions « journalisme d'opinion » et « journalisme d'information » soient la parfaite incarnation des paradigmes abstraits correspondants, c'est-à-dire des idéal-types construits par les chercheurs à des fins heuristiques. Au paradigme idéal-typique, qui est une représentation épurée et ordonnée, correspond un paradigme concret infiniment plus complexe et pas mal moins ordonné que le premier.

Les journalistes qui, dans un temps et un lieu donnés, appliquent des règles et des schémas dotés d'une telle expansion spatio-temporelle que l'on peut les désigner comme un paradigme, le font dans un cadre social, organisationnel et technique congruent avec cet ensemble de règles. Sans doute vaut-il mieux inverser la proposition : les agents de la communication forgent des règles et des schémas congruents avec le contexte social, organisationnel et technique dans lequel ils agissent. C'est en somme l'hypothèse à la base du modèle théorique exposé au chapitre 3. Mais il y plus. L'ensemble de règles qui constitue un paradigme n'est pas une simple addition de prescriptions ; cet ensemble présente les propriétés d'un système et il est le produit non seulement des journalistes eux-mêmes, mais aussi d'un ensemble d'organisations (les journaux) qui présente, lui aussi, les propriétés d'un système. En d'autres mots, un système de règles qui constitue un paradigme est en phase avec un système de journaux (ou un système médiatique), dont il est, en somme, le produit. Voilà l'idée générale que Jean de Bonville et Jean Charron s'attardent à développer dans le **chapitre 6.** Après avoir distingué la notion de système de journaux d'autres notions apparentées, dont celles de structure et de champ (de journaux), les auteurs en proposent une première définition ; des journaux, *présents sous des coordonnées*

spatio-temporelles communes, dont le fonctionnement et le contenu sont déterminés en fonction les uns des autres forment un système de journaux (p.…). Mais qu'entend-t-on par « fonctionnement » et « contenu » ? Au terme d'une analyse dimensionnelle du concept, les auteurs précisent leur définition en identifiant les principaux aspects sous lesquels les journaux sont susceptibles de s'influencer mutuellement : *des journaux forment un système si le contenu de chacun d'eux est déterminé par les relations (a) qu'un ensemble donné de sources d'information cherchent à établir (b) avec un ensemble donné de destinataires (public), (c) à l'aide d'un ensemble donné de moyens financiers et techniques, (d) en se pliant aux règles psycho-cognitives d'un ensemble donné d'intermédiaires par le truchement desquels les messages sont transmis* (p.…). Les journaux formant système s'ajustent les uns aux autres dans un processus de mimétisme et de distinction au cours duquel, par un dosage stratégique d'imitation et de différentiation, chacun cherche à s'aménager la meilleure position possible dans le système. Les auteurs examinent ensuite la dimension spatio-temporelle pour montrer que le fonctionnement du système est conditionné par son ancrage dans le temps et dans l'espace. Le système se déploie en effet dans un espace circonscrit par des facteurs techniques, culturels, politiques et économiques : par exemple, la circulation de l'information et la distribution du journal sont à la mesure des techniques disponibles et de leur coût d'acquisition et d'utilisation ; l'aire de diffusion d'un média financé par la publicité doit correspondre au mieux aux marchés qui intéressent les annonceurs ; l'intérêt des lecteurs pour l'information en provenance de pays étrangers varie selon des paramètres culturels et politiques (qui font que Paris est plus « proche » de Montréal que de Toronto). De même, le fonctionnement du système de journaux est tributaire de la vitesse à laquelle circule l'information. Le contenu du journal est congruent avec sa périodicité, laquelle est soumise aux contraintes de la technique et de l'économie.

Ainsi conçue, la notion de système nous fait voir un ensemble de médias qui, dans un cadre spatio-temporel donné, se transforment ou évoluent à travers les (et raison des) multiples interactions qu'ils entretiennent. Du point de vue du problème du changement, la perspective systémique conduit les auteurs à formuler trois recommandations à caractère méthodologique : 1) une explication du changement dans le système doit prendre en compte toutes les dimensions pertinentes du fonctionnement du journal ainsi que les relations entre les dimensions ; 2) l'explication systémique est, par définition, dialectique, d'abord parce qu'elle prend appui sur les interactions entre les journaux et, plus précisément, sur le processus d'imitation et de distinction ; dialectique aussi en ce sens qu'elle tient compte des effets de retour, des boucles de rétroaction entre les journaux et entre les dimensions ; 3) enfin, nous disent les auteurs, l'explication doit être « génétique » ; plutôt que de considérer le changement comme une catégorie discrète, en lien avec des « événements » historiques qui auraient valeur d'explication, il faut plutôt *incorporer les états successifs de chaque journal sous chacune des dimensions ainsi que les états successifs du système de journaux dans son ensemble* (p. …). Nous voilà, à nouveau, face à un programme de recherche ambitieux !

Dans le **chapitre 7,** Jean de Bonville se livre à un exercice éclairant, bien qu'inusité. Il commente un article paru en 1917 dans lequel un ancien journaliste, Charles F. Hamilton, critique le journalisme de son époque. Comme le suggère le titre du chapitre (*Le métier de journaliste au début du 20e siècle vu par un contemporain : de l'utilité des concepts théoriques*) l'objectif est moins de décrire le métier de journaliste tel que le percevait Hamilton à l'aube du

20e siècle que de démontrer la puissance heuristique des concepts théoriques. Hamilton, observateur informé et critique perspicace du journalisme, n'apprécie guère les modes auxquelles les journalistes de son époque semblent succomber. Il constate et déplore quelques innovations dans la pratique journalistique (les gros titres, l'amorce, l'accent placé sur l'intérêt humain, la conception de la une comme une « vitrine », le recours aux clichés, etc.), autant de nouveautés qui peuvent paraître anodines aux yeux du profane mais qui, selon Hamilton, en disent long sur la manière dont les journalistes de son époque conçoivent leur métier. Après avoir rapporté en substance les propos de Hamilton, de Bonville entreprend d'interpréter les propositions du journaliste à la lumière des éléments théoriques inhérents au concept de paradigme journalistique. Cet exercice d'ordonnancement et de pondération des faits par la théorie permet de structurer les observations de Hamilton dans un modèle explicatif qui, conformément aux recommandations méthodologiques formulées au chapitre précédent, fait ressortir la chaîne de causalité qui les lie. Ce modèle, que Hamilton, faute de théorie, ne pouvait concevoir, met en relief le rapport dialectique entre le journalisme en tant que pratique discursive (ou entre les règles du discours journalistique) et les conditions socio-économiques de cette pratique.

Dans le **chapitre 8**, Jean Charron et de Jean de Bonville s'intéressent au journalisme contemporain et s'emploient à montrer en quoi la croissance exponentielle de l'offre d'information, qui caractérise actuellement le système médiatique, contribue à la transformation des pratiques journalistiques. Ils proposent la notion d'*hyperconcurrence* pour dénoter à la fois une intensification du jeu concurrentiel et un déplacement conséquent, ou plutôt un élargissement, du champ dans lequel se livre la bataille de la concurrence. Dans le type pur du journalisme d'information, la concurrence commerciale est conçue comme relevant des entreprises de presse elles-mêmes et non des journalistes. Certes les journalistes tirent éventuellement avantage du succès commercial de leur entreprise et n'y sont pas indifférents, mais il n'entre pas dans leur fonction d'y contribuer directement. La concurrence qui les occupe est d'une autre nature, plus « noble » et s'exprime dans une règle simple : ne pas se laisser devancer par les collègues concurrents dans le dévoilement des nouvelles. Dans ce jeu, la reconnaissance des pairs compte davantage que les données de tirage ou de cotes d'écoute. Cependant, dans un contexte d'hyperconcurrence, les journalistes doivent composer avec une situation dans laquelle le public, constamment sollicité par une offre d'information pléthorique, tend à élever son seuil d'attention. Voyant leur capacité de saisir et de retenir l'attention d'un nombre significatif de personnes s'émousser, ils doivent innover pour adapter leur discours à ces conditions nouvelles. Cette adaptation se traduit, sur le plan des objets de discours, par une diversification et une certaine « privatisation » des domaines d'activités couverts par les médias et par une relative spécialisation des contenus, qui va de pair avec une segmentation plus fine des marchés. Il s'agit en somme de serrer au plus près les préférences des consommateurs, de manière à accroître la pertinence et, conséquemment, l'attrait du discours de presse. Celui-ci tend également et pour les mêmes raisons, à emprunter à d'autres types de discours publics ou médiatiques (comme la dramatisation, l'humour ou la polémique) et à d'autres registres que ceux qui sont traditionnellement les siens (comme le langage populaire et le ton de la conversation) des traits susceptibles d'accroître sa valeur d'attention. La recherche de la distinction dans un contexte de surinformation incite en outre les journalistes à mettre en valeur un certain « point de vue ». En effet, quelle valeur a l'information sur l'état du monde quand, du fait de l'omniprésence des médias dans la vie des gens, cet état est présumé déjà connu ? Il ne s'agit

plus, comme dans le journalisme d'information, de « montrer le monde » (plus précisément : de laisser le monde se montrer lui-même) mais de projeter un certain regard sur le monde. D'autant que la surabondance de l'information ne s'accompagne pas d'une croissance équivalent de la capacité cognitive du public. Celui-ci lutte contre l'entropie en recherchant moins des informations brutes qu'une « perspective » structurée et, de préférence, familière et largement redondante. La valorisation de la subjectivité du regard journalistique va donc de pair avec la valorisation de la subjectivité du public lui-même, qu'on cherche à fidéliser à travers un rapport d'intersubjectivité, de « communication », de reconnaissance mutuelle.

Si, comme nous l'enseignent les sciences du langage, tout discours est porteur de traces des conditions de sa production, alors on peut dire que les conditions de production du discours journalistique sont, en quelque sorte, « inscrites » dans le texte journalistique. On conçoit en effet que ce dont parle un journal, ce qu'il en dit et la manière dont il le dit sont fonction du public auquel il s'adresse, des ressources dont il dispose, des sources auxquelles il s'approvisionne, des conditions économiques et techniques qui rendent son existence possible, des objectifs de l'organisation qui le publie et de ceux qui la financent, des règles et des normes qui, dans une société donnée, définissent ce qu'est le journalisme, etc., bref d'un vaste ensemble de facteurs et d'acteurs qui constituent ce que l'on désigne de manière abstraite par le syntagme *conditions de production*. Plus précisément, les conditions de production définissent les termes d'une sorte de convention tacite qui lie les acteurs du système d'information, à savoir : les journalistes (terme entendu ici comme catégorie générale), les sources (qui sont aussi le plus souvent les protagonistes des événements et des situations) et le public. Cette convention, qui constitue ce que les analystes de discours appellent un *contrat de communication*, définit en somme la position (la « posture », le statut, l'identité, la fonction) des acteurs les uns face aux autres et, par conséquent, la nature de la relation entre eux. C'est en vertu de ce contrat que chacun sait, dans une certaine mesure, à quoi s'attendre de l'autre. Ce contrat de communication est, en quelque sorte, la dimension disons « sociologique » du paradigme journalistique, celle qui s'incarne dans des relations concrètes entre les acteurs du système d'information.

C'est dans cette perspective que, dans le **chapitre 9**, Jean de Bonville et Lise Moreau cherchent à saisir, par une analyse du discours de presse, la nature et les transformations des relations entre la magistrature et les journalistes. Partant du principe que l'identité des journalistes en tant que producteurs professionnels de discours ne peut pas ne pas s'exprimer à travers leurs choix discursifs (de quoi ils parlent, ce qu'ils en disent et la manière dont ils le disent), les auteurs ont cherché à saisir l'identité professionnelle des chroniqueurs et reporters judiciaires à travers les traces linguistiques et textuelles laissées dans un corpus de nouvelles publiés en 1950 et en 2000 dans le quotidien *La Presse* et portant sur des procès de diverses natures. L'exercice présente un grand intérêt sur les plans théorique et méthodologique. Si, en effet, il y a crise paradigmatique, on doit supposer que les termes du contrat de communication s'en trouveront profondément transformés. La notion d'*identité discursive* nous permet de conceptualiser et d'observer de tels changements. Il apparaît en tout cas qu'entre 1950 et 2000, les relations entre la magistrature et les journalistes telles qu'elles se donnent à lire dans le compte rendu des procès a changé radicalement de nature. En 1950, le journaliste est, discursivement, au service de la magistrature ; le compte rendu de procès adopte des normes de présentation et des critères de pertinence qui sont ceux de l'institution judiciaire elle-même. En 2000, le rapport est inversé : la cour n'apparaît

plus comme une instance d'administration de la justice ; elle est devenue un lieu de création d'événements, dont le journaliste rend compte suivant des critères et des formats proprement médiatiques. Bien que ces observations contribuent à valider l'hypothèse d'un changement paradigmatique, tel n'est pas l'objectif premier des auteurs. Fidèles aux objectifs de cet ouvrage, ils cherchent plutôt à définir et à fonder théoriquement le concept d'identité discursive, d'établir sa pertinence dans une théorie du changement appliquée au journalisme et d'en tester le caractère opératoire sur un corpus de presse.

Si Moreau et de Bonville abordent la question de la construction de l'identité discursive dans une perspective diachronique, c'est en conformité avec notre objectif qui est de rendre compte des processus de production et reproduction des paradigmes journalistiques en comparant différentes phases de mutations du journalisme dans le temps. Cependant, pour valider nos propositions théoriques et pour satisfaire, dans la mesure du possible, à l'exigence scientifique de la généralisation, il convient de compléter les analyses diachroniques avec des comparaisons synchroniques, c'est-à-dire de faire varier non seulement le temps, mais aussi l'espace[26]. On doit notamment se demander si, dans le domaine des médias et du journalisme, les mêmes causes produisent les mêmes effets, quels que soient les contextes nationaux. Par exemple, a-t-on raison de penser que le journalisme « à la française » tel qu'il se pratique notamment dans les grands quotidiens parisiens est aujourd'hui moins différent de celui de la presse nord-américaine qu'il l'était il y a trente ou quarante ans ? Si oui, qu'est-ce qui explique cette convergence entre les traditions journalistiques différentes ? Sinon, qu'est-ce qui explique la persistance de modèles journalistiques distincts ? Est-ce que les canaux d'information continue accessibles par le câble ou par les satellites se sont implantés au même rythme en Amérique du Nord et en Europe ? Si non, pourquoi ? Si oui, ont-ils eu le même effet de morcellement des auditoires et ont-ils provoqué le même érosion de l'écoute des bulletins de nouvelles des réseaux nationaux ? L'impact sur la pratique du journalisme télévisé aura-t-il été le même ? Une théorie générale sur les changements paradigmatiques devrait pouvoir rendre compte des différences comme des similitudes dans l'évolution des pratiques journalistiques dans des contextes nationaux ou régionaux différents ; la prise en compte des variations dans l'espace est donc une condition nécessaire à la construction théorique.

Dans ce contexte, le **chapitre 10**, signé par Jean-Michel Utard, présente un intérêt particulier. D'une part, son étude sur la construction des figures énonciatives des journalistes dans le bulletin de nouvelles de la chaîne culturelle franco-allemande *Arte* prolonge et valide, dans une certaine mesure, certaines propositions théoriques et méthodologiques de Lise Moreau et de Jean de Bonville à propos du concept d'identité discursive. D'autre part, la situation assez inusitée dont il rend compte (celle de la production d'un bulletin de nouvelles télévisé binational) représente un cadre quasi-expérimental pour l'étude comparative de paradigmes journalistiques. En effet, l'expérience de la chaîne *Arte* a ceci d'intéressant du point de vue de la problématique des changements paradigmatiques, qu'elle met en présence, dans un cadre de travail commun, des journalistes français et allemands qui appartiennent à des traditions journalistiques différentes et qui doivent produire un même journal télévisé diffusé en deux langues. Il s'agit donc, pour le

[26] Il est entendu que temps et espace représentent ici des variables « factices », au sens où ni l'un ni l'autre ne constituent, en soi, des variables explicatives.

chercheur, d'un cas rare de coexistence dans une même production discursive de modèles journalistiques (de paradigmes) différents. Concrètement, les journalistes français et allemands de *Arte* doivent, dans le cadre d'une politique d'information commune et conformément à la mission que s'est donnée la chaîne culturelle, produire, à propos des mêmes événements ou des mêmes sujets et sur le même fond d'images (fournies pour la plupart par l'Union européenne de radiodiffusion), des comptes rendus (en voix *off*) dont l'un n'est, en principe, que la traduction de l'autre. Or, l'analyse des titres des nouvelles et des commentaires qui accompagnent les images montre que la figure énonciative et, plus largement, le contrat de communication qu'actualisent les versions française et allemande diffèrent sensiblement. Le modèle journalistique allemand commande un effacement de toute trace de subjectivité énonciative alors que, suivant le modèle français, le journaliste adopte plutôt la posture du médiateur qui pose un regard sur le monde. Dans les catégories qui sont les nôtres, nous dirions que la pratique allemande est davantage congruente avec l'idéal-type du journalisme d'information, alors que l'autre se rapproche plutôt de celui du journalisme de communication.

Dans le **chapitre 11**, Colette Brin et Michèle Gervais s'intéressent à deux magazines télévisés consacrés à la consommation et produits par la Société Radio-Canada : *Consommateurs avertis*, diffusé entre 1970 et 1978 et qui fait figure de pionnier dans le domaine, et *La Facture,* diffusé depuis 1995 et qui est une des émissions de télévision les plus populaires au Québec, tous genres confondus. Considéré par nombre de journalistes comme un secteur d'affectation mineur, propice à la confusion entre information, divertissement et publicité, le journalisme de consommation suscite pourtant un grand intérêt chez les téléspectateurs et semble avoir été un terrain propice à l'innovation sur le plan journalistique. En effet, fort populaire en son temps, l'émission *Consommateurs avertis* était considérée comme novatrice, voire audacieuse quant au style, au ton et au contenu. On peut en dire autant aujourd'hui de *La Facture* qui doit une bonne part de sa popularité à son style dynamique et au type de journalisme d'enquête qu'on y pratique. Tout se passe comme si la prétendue trivialité ou la simple « légèreté » des sujets traités (comme l'entretien des thermopompes et la quantité d'eau dans les boîtes de petits pois !) procuraient aux journalistes une plus grande marge de liberté dans le traitement de l'information. Si, à vingt-cinq ans de distance, les deux émissions présentent plusieurs similitudes, il n'en demeure pas moins que les différences qu'on peut observer dans le traitement de l'information, dans le dispositif de l'émission et dans la mise en scène des reportages témoignent des transformations qui affectent plus largement les pratiques journalistiques. En ce sens, les deux émissions sont bien de leur temps. Rétrospectivement, en effet, le journalisme légèrement audacieux de *Consommateur avertis* apparaît, selon les critères d'aujourd'hui, plutôt conservateur et ancré dans la tradition du journalisme d'information. Quant à *La Facture*, on y observe des tendances typiques du journalisme contemporain. Par exemple, le fait de construire les reportages sur la base des points de vue des consommateurs plutôt que de celui, plus officiel, des institutions et des experts est symptomatique d'une reconfiguration plus générale du rapport entre le public, les journalistes (les médias) et les institutions, reconfiguration qui traverse tout le journalisme contemporain et que mettent en relief Lise Moreau et Jean de Bonville en parlant de la couverture de des affaires judiciaires. De manière conséquente, la place qu'occupe le journaliste et le rôle qu'il joue dans les reportages de *La Facture* actualise cette « posture de médiateur » qui est aussi celle des journalistes français de la chaîne *Arte* dont parle Jean-Michel Utard.

Les propositions théoriques avancées dans cet ouvrage ont été forgées au fil des travaux de recherche menés par les membres du *Groupe de recherche sur les mutations du journalisme* (GRMJ) ; ces travaux ont porté principalement sur les transformations du journalisme au Québec[27]. Jean Charron et Jean de Bonville, professeurs au département d'information et de communication de l'Université Laval, animent cette équipe de recherche depuis 1993. Colette Brin, également professeure à la même université, s'est jointe à l'équipe en 2003. Michèle Gervais a rédigé un mémoire de maîtrise dans le cadre des travaux du GRMJ. Lise Moreau est actuellement étudiante au doctorat en droit et communication à l'Université Laval. Jean-Michel Utard est professeur à l'Université Robert Schuman de Strasbourg. Nous l'avons invité à se joindre à ce collectif en raison de l'intérêt particulier que présente son travail du point de vue de notre propre réflexion sur les transformations du journalisme.

[27] Les recherches du GRMJ ont été rendues possible grâce au soutien financier du Conseil de la recherche en sciences humaines de Canada et du Fonds québécois de recherche sur la société et la culture.

Chapitre 1 . LA NOTION DE PARADIGME JOURNALISTIQUE : ASPECTS THÉORIQUE ET EMPIRIQUE

Jean Charron et Jean de Bonville

Dans des textes précédents, nous avons employé le terme *paradigme* pour désigner le journalisme en tant que pratique discursive concrète située dans un lieu et un temps particuliers[28]. Le concept nous servait alors à élaborer des idéal-types pour mieux comprendre l'évolution du journalisme. Toutefois, dans ce contexte, nous n'insistions pas sur le contenu, théorique ou empirique, du concept même de *paradigme*. Aussi certains lecteurs ont-ils pu se méprendre sur ce que nous entendions par ce terme et lui donner des significations différentes de celles que nous avions à l'esprit[29]. Il nous semble donc impérieux de revenir sur le concept et de l'explorer plus systématiquement, sous ses différents angles. Nous commencerons par présenter quelques usages antérieurs du terme en insistant sur les affinités entre les différentes définitions. Nous exposerons ensuite plus longuement notre définition de *paradigme journalistique*. Nous verrons enfin que le contenu du concept est différent selon qu'on le considère d'un point de vue théorique, celui du chercheur, ou d'un point de vue empirique, celui du journaliste.

1 Usages du terme et du concept

Le terme paradigme s'est répandu dans les sciences sociales en grande partie sous l'inspiration des thèses développées par Thomas Kuhn en épistémologie et en histoire des sciences. Rappelons-en brièvement les éléments principaux. Pour Kuhn, la connaissance scientifique ne progresse pas uniquement de manière linéaire, par accumulation progressive de connaissances, mais aussi par bonds ou, pour utiliser sa terminologie, par « révolution ». Par ailleurs, la science ne se définit pas d'abord comme un corpus de connaissances, mais plutôt comme une manière d'observer et d'interpréter la nature. Les instruments, les techniques, les méthodes, les problèmes, les théories communs à un groupe de scientifiques constituent ce que Kuhn appelle un paradigme. En d'autres termes, à l'intérieur d'un paradigme, les scientifiques s'entendent sur ce qui constitue un problème scientifique, sur les observations à mener, les données à recueillir, les manipulations à exécuter et sur la signification à donner aux résultats. Le travail du scientifique consiste à accumuler des observations sur les problèmes définis par sa communauté scientifique conformément aux règles en usage dans cette communauté. En régime de « science normale », les observations concordent entre elles et permettent d'accroître le corpus de connaissances de manière congruente avec les connaissances déjà disponibles. Lorsque leurs observations donnent lieu à des résultats non conformes avec ces connaissances, les scientifiques cherchent à adapter la théorie à ces « anomalies ». La science progresse ainsi en surmontant les difficultés que présente le travail d'observation et d'expérimentation. Il arrive, toutefois, que

[28] Voir, en particulier, CHARRON, Jean et DE BONVILLE, Jean. « Le paradigme du journalisme de communication : essai de définition ». *Communication*. Vol. 17, no 2 (1996). P. 51-97.
[29] MATHIEN, Michel. « Le journalisme de communication, critique d'un paradigme spéculatif de la représentation du journalisme professionnel ». *Quaderni*. No 45 (automne 2001).

l'accumulation des anomalies remette en cause la théorie même rendant nécessaire la formulation d'une nouvelle théorie capable de résoudre ces difficultés. Lors de ces révolutions scientifiques, c'est l'ensemble du paradigme qui est éventuellement remis en cause[30].

En proposant de désigner par le terme *paradigme* une pratique journalistique spatio-temporellement située, nous ne prétendons innover ni du point de vue du vocabulaire ni du point de vue de la conception du journalisme. Depuis une vingtaine d'années, en effet, plusieurs auteurs ont appliqué ce terme au journalisme. Dans un article de 1985, Lance W. Bennett[31] et ses collaborateurs cherchaient à établir un parallèle entre les difficultés que peut poser la couverture journalistique de certains événements et la manière dont les scientifiques « réparent » leur paradigme. Le syntagme « news paradigm » a aussi été utilisé dans une perspective historique pour désigner le type de journalisme apparu aux États-Unis à la fin du 19e siècle[32]. En français, le terme entre dans la composition de plusieurs syntagmes renvoyant à des objets apparentés à la pratique journalistique. Ainsi, Dominique Maingueneau parle dans un sens voisin de *paradigme discursif*[33], Marlène Coulomb-Gully emploie les expressions *paradigme de l'information* et *paradigme du divertissement* pour rendre compte de la manière dont sont produits les programmes télévisés[34], tandis que, pour Maurice Mouillaud et Jean-François Tétu, le *paradigme factuel* est composé de « règles canoniques [...] [qui] ne sont rien d'autre que l'expression en surface d'une lecture de l'expérience qui est codée et arbitraire »[35]. Si l'on applique au journalisme le modèle de Kuhn, les journalistes formeraient donc, comme les scientifiques, une communauté d'observateurs partageant une même définition de la réalité et disposant de techniques communes pour la décrire. L'apprentissage et la transmission du métier se ferait par l'imitation des modèles de ce que constitue *le* journalisme.

Toutefois, plus que le mot même de *paradigme*, c'est cette idée que la pratique journalistique repose sur un ensemble de conventions qui nous importe. Or, l'idée a été fortement mise en lumière par les tenants d'une approche constructiviste, pour qui le journalisme se résume à un ensemble de « routines ». Ainsi, du constat que les journalistes obéissent à des normes professionnelles, à des codes ou à des conventions, on est passé à une « rule-based conception of

[30] Ce très bref rappel de la thèse de Kuhn suffit à nous convaincre que le journalisme et la science ne sont pas des pratiques discursives assimilables l'une à l'autre. Aussi, en empruntant à Kuhn la notion de paradigme, nous ne cherchons évidemment pas à transposer au journalisme sa théorie sur la « structure des révolutions scientifiques ».
[31] BENNETT, W. Lance, GRESSETT, Lynne A., HALTOM, William. « Repairing the news : a case study of the news paradigm ». *Journal of communication*. Vol. 35, no 2 (1985). P. 50-68.
[32] HØYER, Svennick. « News : general ». Dans SMELSER, Neil J. et BALTES, Paul. *International encyclopedia of social and behavioral sciences. Vol. 16.* Amsterdam ; New York : Elsevier, 2001. P. 10639-10640.
[33] MAINGUENEAU, Dominique. *Genèse du discours*. Bruxelles : Pierre Mardaga, 1984. P. 52. Le paradigme en question porte essentiellement sur le contenu sémantique du discours alors que dans notre conception le paradigme concerne surtout la manière dont ce contenu est aménagé.
[34] COULOMB-GULLY, Marlène. *Les informations télévisées*. Paris : Presses Universitaires de France, 1995.
[35] MOUILLAUD, Maurice, TÉTU, Jean-François. *Le journal quotidien*. Lyon : Presses Universitaires de Lyon, 1989. P. 16.

the journalistic process »[36]. D'autres ont vu dans ce corpus de règles une « idéologie professionnelle »[37].

L'idée de *paradigme* se retrouve aussi dans plusieurs travaux qui s'inspirent de la linguistique structurale dans l'étude du journalisme, comme dans la citation suivante, tirée d'un article de Maurice Mouillaud : « l'homme qui parle, parle la structure d'une langue sans la connaître ; n'y a-t-il pas une langue des journaux ou, au moins, un codage systématique de l'information ? »[38]. Ainsi, le couple langue/parole, paradigme/syntagme, serait susceptible, selon Mouillaud, de servir de modèle explicatif de la production journalistique. En linguistique structurale, le terme *paradigme* désigne les modèles sur lesquels se déclinent les formes linguistiques ainsi que les règles servant à produire des énoncés, tandis que les énoncés produits à l'aide de ces règles ou les formes déclinées relèvent du *syntagme*. De même en est-il, pourrait-on dire, de toute production discursive ou symbolique qui n'est pas « livrée au hasard », selon les mots de Maurice Mouillaud. Ainsi, une toile de Picasso et un texte de nouvelle sont-ils les manifestations syntagmatiques de règles constitutives d'un paradigme artistique ou discursif. Ce paradigme est *pour ainsi dire* hors du temps et de l'espace, mais il existe bel et bien : il est présent « en creux », tel une matrice, dans le cerveau des acteurs et jusque dans la main du peintre ou au bout des doigts du journaliste. Il affleure dans l'activité des acteurs, dans leur production artistique ou discursive, laquelle est étroitement circonscrite dans le temps et l'espace. Toutefois, dans des situations exceptionnelles, lorsqu'interrogé sur les motifs de son action ou sommé de se justifier, l'acteur peut décliner, souvent sur le mode négatif, des parties du modèle, des éléments du paradigme : « Ce n'est pas comme cela qu'on écrit un article... », « Je ne pouvais pas utiliser cette information... », « J'ai raté un bon « scoop »... », etc.

2 Définition du concept

Notre définition de *paradigme journalistique* ne s'éloigne guère des définitions plus ou moins complètes que nous venons d'évoquer. Un paradigme journalistique peut être défini, selon nous, comme « un système normatif engendré par une pratique fondée sur l'exemple et l'imitation, constitué de postulats, de schémas d'interprétation, de valeurs et de modèles exemplaires auxquels s'identifient et se réfèrent les membres d'une communauté journalistique dans un cadre

[36] BENNETT, Lance W. « An introduction to journalism norms and representations of politics ». *Political communication*. Vol.13 (1996). P. 383.
[37] ELLIOTT, P. « Professional ideology and organisational change : the journalist since 1800 ». Dans BOYCE, George, CURRAN, James et WINGATE, Pauline. *Newspaper history from the seventeenth century to the present day*. London : Constable, 1978. P. 172-191.
[38] MOUILLAUD, Maurice. « Le système des journaux (Théorie et méthodes pour l'analyse de la presse) ». *Langages*. No 11 (1968). P. 72. D'autres auteurs, évidemment, exploitent le parallèle avec la langue. T. C. Leonard, par exemple, parle d'une langue de la presse (« press vernacular ») : « Reporting grew and changed with the flexibility of a living language. No one set down standards at the outset, and few conventions have proved lasting. Devices for telling political stories often had no sanction stronger than the popular culture of the day (LEONARD, Thomas C. *The power of the press : the birth of American political reporting*. New York ; Oxford : Oxford University Press, 1986. P. 4).

spatio-temporel donné, qui soudent l'appartenance à la communauté et servent à légitimer la pratique. »[39]. Attardons-nous un instant aux éléments de cette définition.

Il s'agit d'un *système normatif*, c'est-à-dire un ensemble de règles dans l'acception large que lui donne la théorie de la structuration[40]. Nous entendons donc *normatif* non pas seulement dans le sens d'une règle juridique ou déontologique, c'est-à-dire une règle formelle, explicite, dont les violations sont sanctionnées (ne serait-ce que moralement)[41], mais aussi et surtout dans le sens d'une règle informelle, tacite et faiblement sanctionnée. Cette dernière catégorie de règles affectent la pratique des acteurs sociaux en profondeur, de manière diffuse mais très généralisée, tandis que les premières règles se manifestent de manière plus superficielle et plus localisée, souvent à l'occasion de conflits de normes[42]. La structure d'un texte de nouvelle, le type de propositions qu'on y retrouve (essentiellement des énoncés narratifs ou descriptifs), le lexique à employer et surtout à ne pas employer (par exemple, on n'écrira pas : « Le premier ministre *a rendu l'âme* » ; encore moins : « Le premier ministre *a passé l'arme à gauche* », mais « Le premier ministre *est mort* » est acceptable.) : tout cela fait partie des règles tacites dont l'existence n'apparaît, comme en creux, que lorsqu'elles sont *textuellement* enfreintes.

En plus de la dénotation qu'il se voit assigner dans la théorie de la structuration (large extension dans le temps et l'espace à une proportion importante d'une communauté quelconque), le terme *système* (*normatif*) connote aussi la congruence interne de ces ensembles de règles ; il implique leur caractère organisé et organisateur. Pour faire consensus et apparaître naturelles à leurs utilisateurs, les règles doivent présenter un degré élevé de compatibilité entre elles. Par exemple, à partir du moment où le référent journalistique privilégié devient un événement récent, encore inconnu des lecteurs, les types d'assertion les plus appropriés sont la narration et la description[43]. Dans le même ordre d'idée, puisque l'événement est perceptible sensoriellement, il est possible de tenir un discours objectif à son sujet[44]. Ce rapport au réel événementiel est d'autant plus

[39] CHARRON, Jean et DE BONVILLE, Jean. « Le paradigme du journalisme de communication : essai de définition ». P. 58.

[40] GIDDENS, Anthony. La constitution de la société : éléments de la théorie de la structuration. Paris : Presses Universitaires de France, 1987.

[41] Sens dans lequel on l'entend souvent (par exemple DICKEN-GARCIA, Hazel. *Journalistic standards in nineteenth-century America*. Madison : University of Wisconsin, 1989).

[42] On peut ranger parmi les règles « profondes » d'un paradigme journalistique, les conventions portant sur l'objet de la pratique journalistique. Par exemple, dans le journalisme d'information du 20e siècle, on considère que les nouvelles doivent relater des événements récents. L'évidence de la proposition est un indice manifeste de la *profondeur* de la règle ; pour vérifier cet effet de naturalisation, il suffit de demander à notre lecteur d'imaginer un autre *contenu typique* que celui-là. Pourtant, les éléments *nouvelles*, *événement* et *récent* ne relevaient pas de l'évidence pour les journalistes d'opinion du 19e siècle, dont plusieurs s'insurgeaient contre la mode de la *nouvelle*. Autre évidence : on peut rapporter ce qui arrive de normal ou de routinier aux institutions et aux personnalités publiques, mais, en ce qui concerne les *gens ordinaires*, on se limite à ce qui leur advient d'exceptionnel. Cette dernière proposition est valide pour la fin du 20e siècle, mais ne l'est pas au 19e siècle.

[43] De même, lorsque les médias deviennent redondants, et l'information, pléthorique, narration et description perdent de leur pouvoir attractif, et d'autres stratégies discursives sont mises au point.

[44] Comme le suggère R. Kunelius, le contenu de ce que nous appelons un paradigme est souvent abordé de manière analytique sans souci de comprendre la congruence d'ensemble des systèmes normatifs : « We have studies of what people think – i.e. the ideals. We also have studies that show what they actually produce – i.e. the fragmented, stereotyped etc. (textual) reality of journalism. What we lack is inquiries into the *relationship* between the ideals and

approprié qu'aucun point de vue subjectif ne rallierait une forte proportion du lectorat diversifié d'un journal d'information à grand tirage. De même, dans une société démocratique, dans laquelle la presse prétend jouer un rôle civique[45], il est essentiel de rendre compte du fonctionnement des institutions parlementaires. L'importance accordée aux personnalités publiques découle de leur rôle de représentants *responsables* (c'est-à-dire devant rendre des comptes à leurs mandants) dans le système politique. Sur le plan linguistique, le registre soutenu s'impose lorsque l'on s'adresse publiquement à des citoyens à propos des gestes officiels posés par leurs représentants politiques[46]. Le caractère systémique des règles journalistiques s'explique par le caractère contingent du code journalistique ; celui-ci doit être adapté aux propriétés du *système* social d'une part et du *système* (socio)linguistique d'autre part. Il exprime un code social à partir du code linguistique disponible dans la société : sur le plan discursif, sa fonction spécifique est d'adapter l'un à l'autre[47].

Ce système normatif n'est nulle part formulé tel quel, de manière explicite et dans son intégralité. Certes, des éléments, comme les normes déontologiques, peuvent faire l'objet de discours officiels ou de pétitions de principe. Mais, pour l'essentiel, le système doit être décodé à partir de la pratique professionnelle, dont il est le point de départ et d'arrivée. L'initiation au journalisme consiste donc dans l'imitation et l'intériorisation de ce que font les journalistes : des normes déontologiques sans doute, mais surtout des « réflexes », des « automatismes » qui font qu'un journaliste est capable de distinguer un « événement » ponctuel, là où un profane ne voit qu'une suite ininterrompue d'activités[48], de retenir d'emblée les éléments « pertinents » et d'écarter des informations qui pourtant, aux yeux du profane, ne semblent pas avoir moins d'importance, d'ordonner, dans son texte, les différentes informations afin de mettre en valeur les plus significatives à ses yeux. Acuité de vision, justesse de décision, rapidité d'exécution, maîtrise des procédés stylistiques : autant de composantes de la compétence journalistique qui ne s'acquièrent que par la pratique. C'est pourquoi la formation des journalistes s'est, traditionnellement, faite sur le tas. Même dans les écoles de journalisme, on vise la transmission des règles du métier tel qu'il se pratique dans l'environnement ; on cherche même à restituer les conditions de la pratique en créant des journaux-laboratoires sur le modèle de salles de rédaction.

---

the practices » (KUNELIUS, Risto. *The* n*ews, textually speaking : writings on news journalism and journalism research*. Tampere : University of Tampere, 1996. P. 25).

[45] Les discours sur les objectifs du journalisme abordent souvent cette question et appartiennent à l'idéologie du journalisme.

[46] À partir du moment où cette règle cesse de s'appliquer, on est en droit de se demander si le statut des institutions politiques n'a pas changé, dans la société en général, dans l'esprit des lecteurs ou celui des journalistes (ou dans les trois).

[47] Cette adaptation est dialectique et ne doit pas être considérée comme une fonction explicite, qui ferait l'objet d'un démarche téléologiquement orientée. Elle peut être désignée par le terme fonction qu'*a posteriori* et à des fins analytiques.

[48] Une séance parlementaire, par exemple, n'est qu'une suite de discours, mais le correspondant saura y découvrir et y découper un « événement ». Le journalisme parlementaire est particulièrement intéressant du point de vue de l'étude des paradigmes journalistiques (le pluriel implique que nous renvoyons ici au terme en tant qu'objet matériel, spatio-temporellement contingent) , puisque le référent demeure relativement inchangé depuis plus d'un siècle, mais que la représentation qu'en donne la presse s'est profondément transformée en réponse aux changements de paradigme ou du paradigme.

Mais qu'est-ce donc que l'on souhaite transmettre dans les écoles de journalisme et que les aspirants journalistes tiennent à acquérir ? S'agissant du droit et de la médecine, la réponse serait plus simple. Cependant, dans le cas du journalisme, il n'existe aucun ensemble spécifique de connaissances définissant ou constituant le *journalisme*. Il n'existe pas un corpus équivalent au code civil et au code criminel en droit, ou un ensemble de « lois » scientifiques comme on en trouve dans les manuels de biologie. Le seul corpus pertinent de connaissances concernerait le référent journalistique, c'est-à-dire l'environnement social sur lequel s'exerce le journalisme, mais cet environnement est si divers, si complexe, si ramifié qu'il est illusoire d'imaginer une formation universitaire qui puisse y préparer adéquatement. Quant aux écoles de journalisme, elles cherchent moins à transmettre des connaissances qu'à favoriser l'acquisition d'un savoir-faire d'ordre cognitif portant sur la manière de discerner des référents spécifiquement journalistiques, de trouver le point de vue qui les rendra pertinents aux yeux du lecteur, et de les présenter conformément aux conventions. À la base de ce savoir-faire, des postulats généraux[49], des cadres d'interprétation[50], des valeurs[51], enfin et surtout, des modèles[52] dont on peut s'inspirer dans sa propre pratique. Ces modèles ne proviennent pas de manuels, mais du milieu même dans lequel s'initie le novice : c'est un collègue expérimenté qui « couvre » le même secteur, un journaliste connu d'un média concurrent, le style ou le ton d'un média en vogue, etc. Durant son initiation, le journaliste novice cherche plus à imiter qu'à se distinguer : se faire remarquer risque de ne pas être une stratégie gagnante auprès du secrétariat de rédaction et des collègues expérimentés. Mieux vaut un profil bas.

Le respect des règles du savoir-faire, c'est-à-dire du savoir-regarder, du savoir-penser et du savoir-écrire spécifiquement journalistiques, permet au nouveau journaliste d'intégrer la communauté professionnelle. Mais respect ne signifie pas docilité. Un journaliste qui maîtrise les conventions, pour les avoir beaucoup fréquentées, peut se permettre quelque familiarité avec elles. Mais tous ne peuvent ainsi prendre leurs distances : s'écarter de la règle suppose que l'on dispose d'une solution de rechange acceptable. Comme toutes les traditions, la pratique journalistique trouve sa légitimité dans son existence même et dans le consensus sur sa pertinence.

3 Contenu théorique et empirique du concept

Dans la définition que nous venons d'en donner, *paradigme journalistique* est un concept théorique. Il tient sa place dans une théorie visant à expliquer la pratique journalistique et son évolution, mais il est absent, en tant que tel, de la pratique concrète des journalistes. Dans l'expérience concrète de la pratique journalistique, en effet, le concept ne peut être appréhendé,

[49] Le journal présente l'actualité ; l'actualité est constituée d'événements ; un événement manifeste un écart par rapport au prévisible ; moins les protagonistes de l'événement sont socialement importants plus l'écart doit être grand ; etc.
[50] Le silence d'un ministre en réponse à la question d'un journaliste cache quelque chose de louche ; l'annonce d'un investissement est une bonne nouvelle ; les critiques à l'endroit des autorités établies recèlent certainement une bonne part de fondement ; etc.
[51] L'impartialité pour les uns, la justice pour d'autres ; la démocratie pour les uns, le progrès pour d'autres ; etc.
[52] Modèles d'articles, de journalistes, de journaux, etc.

construit ou inféré, qu'à partir de traces cognitives dans l'intellect[53] de journalistes individuels. Bien plus, du point de vue du journaliste, le concept n'est pas, dans son versant théorique, accessible en tant que tel, c'est-à-dire dans sa compréhension logique, mais plutôt dans son extension logique, c'est-à-dire dans son contenu spécifique (commun à une collectivité de journalistes) ou particulier (un journaliste individuel). Dans cette partie, nous commencerons par décrire, dans son extension logique, le concept théorique de *paradigme*. Puis, nous avancerons quelques propositions sur la forme sous laquelle le concept existe dans l'expérience empirique du journaliste[54].

3.1 L'extension logique du concept

Dans son versant théorique, le concept comporte deux classes principales d'éléments : un savoir commun ou savoir encyclopédique spécifique aux journalistes et un ensemble de règles de production discursive. Le savoir commun varie, pour l'essentiel, avec chaque contexte spatio-temporel et présente peu de caractéristiques génériques. Par ailleurs, la manière dont ce savoir commun est organisé, sur le plan cognitif, sera discutée dans la présentation du versant empirique du concept. Les règles occupent, en revanche, une place centrale dans la définition du concept ; nous leur accorderons en conséquence plus d'attention.

3.1.1 Le savoir commun

Le discours journalistique porte sur un lieu et un temps circonscrits auxquels correspond un ensemble relativement limité de connaissances. Ces connaissances concernent les référents journalistiques typiques : les institutions et les dirigeants des sphères politique, économique, sociale, culturelle, etc. Elles varient en volume, en précision et en accessibilité selon plusieurs critères, mais on peut supposer qu'elles seront d'autant plus importantes, précises et accessibles que la fréquence de leur référent est grande dans le discours journalistique. Ainsi, les connaissances relatives à la France seront plus nombreuses, plus détaillées et plus accessibles en mémoire (temps de rappel, automaticité) dans le savoir commun des journalistes français que dans celui des journalistes québécois (et réciproquement). Le savoir commun des journalistes comporte aussi des croyances et des valeurs. Par exemple, les notions de *démocratie*, d'*économie de marché*, de *liberté d'expression* sont considérées comme allant de soi par les journalistes américains contemporains.

Jean de Bonville a employé le syntagme *système typologique des référents* pour désigner la structure hiérarchique indexant ce savoir commun[55]. Ce système comporte des classes d'acteurs (chefs d'État, dirigeants syndicaux, entrepreneurs, artistes), des individus (George W. Bush, Jean-Paul II, Coluche, etc.), des États (États-Unis, Lettonie, etc.), des institutions (ONU, Communauté des communes du pays de Lunel), des événements (Guerre du Golfe, grève des

[53] Nous donnons à ce terme l'acception très générale de support des cognitions, sans lui attribuer un contenu théorique particulier.
[54] Dans la suite du texte, par souci de clarté, nous désignerons au besoin ces deux acceptions par les syntagmes *paradigme abstrait* et *paradigme concret*.
[55] DE BONVILLE, Jean. « Les notions de texte et de code journalistiques : définition et critique ». *Communication*. Vol. 17, no 2 (1996). P. 99-142.

cols bleus de la ville de Québec, etc.), etc. Il est hiérarchisé dans le sens où certaines catégories privilégiées comportent plus d'information et sont cognitivement plus accessibles. Couplé avec les topiques journalistiques (les 5 *W* du reportage américain), le contenu du système typologique constitue ce que l'on pourrait appeler la *doxa* journalistique. En somme, ce savoir commun spécifique est orienté vers la production journalistique.

3.1.2 Les règles

Le *paradigme journalistique* comporte aussi un ensemble de règles dont nous proposons d'explorer le contenu à partir de deux classifications possibles. La première est basée sur la catégorie de personnel concerné par les règles, à savoir le secrétariat de rédaction (*règles d'édition*) ou les rédacteurs (*règles de rédaction*), tandis que la seconde est basée sur la nature des activités visées (sélection, collecte, traitement, diffusion de l'information). Nous approfondirons ensuite la notion même de règle.

3.1.2.1 Classification des règles

Les *règles d'édition* concernent l'allocation des ressources (le personnel et la surface rédactionnelle), la sélection des occurrences et la mise en valeur des événements. Ces règles sont perceptibles dans plusieurs dimensions du journal : dans la définition de l'objet référentiel (des événements récents, en journalisme contemporain), dans la distribution des thèmes (plus ou moins de politique, d'économie, de sport, etc.), dans l'exploitation des genres journalistiques (*éditorial* sur un événement de politique nationale, *nouvelle* (*hard news*) pour un accident de la route, *reportage* (*soft news*) sur le problème du décrochage scolaire, *billet* sur un événement artistique, etc.), le formatage des informations (manchette sur six colonnes à la une ou entrefilet sous le pli de la page 27, etc.)

Les *règles de rédaction* se manifestent d'abord dans les genres journalistiques, qui constituent des condensés de prescriptions implicites[56]. Ainsi, dans le journalisme américain du 20e siècle, les « 5 *W* » et la pyramide inversée évoquent des règles fondamentales du reportage : le contenu typique prescrit dans une nouvelle et l'ordre de présentation des informations[57]. Les sujets et les genres autorisent aussi des choix stylistiques plus ou moins larges, plus ou moins impérieux[58].

---

[56] François Rastier fait écho à Bakhtine, à ce sujet : « [L]a langue n'est jamais le seul système sémiotique à l'oeuvre dans une suite linguistique, écrit-il, car d'autres codifications sociales, le genre notamment, sont à l'oeuvre dans toute communication verbale ». (Cité dans ADAM, Jean-Michel. « Unités rédactionnelles et genres discursifs : cadre général pour une approche de la presse écrite ». *Pratiques*. No 94 (juin 1997). P. 14.)

[57] Parlant du journalisme de la fin du 19e siècle et début du 20e, Michael Schudson donne l'exemple suivant: « Theodore Dreiser remembered Maxwell of the Chicago *Globe*, his editor when he first entered journalism in 1892. Maxwell told him that the first paragraph of a news story had to inform the reader of « who, what, how, when, and where ». Maxwell noted, for emphasis, that there was a sign in the office of the Chicago *Tribune* which read, « WHO OR WHAT ? HOW ? WHEN ? WHERE ? » When Dreiser would bring in a story, Maxwell would go at it with a blue pencil, advising as he went : « News is information. People want it quick, sharp, clear — do you hear ? » Dreiser was not surprised, then, when he moved to New York and walked into the city room of the New York *World*. « I looked about the great room, as I waited patiently and delightedly, and saw pasted on the walls at intervals printed cards which read : Accuracy, Accuracy, Accuracy ! Who ? What ? Where ? When ? How ? The Facts — The Color — The Facts ! I knew what those signs meant : the proper order for beginning a newspaper

Nous distinguons règles de *rédaction* et d'*édition* à des fins analytiques, mais la pratique professionnelle transcende cette dichotomie. Ainsi, le fait qu'un conflit se manifeste à un niveau élevé dans une administration publique sert d'indice de sélection (*règles d'édition*), de collecte et de traitement de l'information (*règles de rédaction*) comme le suggère Lance W. Bennett[59].

Les règles peuvent aussi être classées en règles sémantiques, procédurales ou normatives, à partir du type d'opérations impliquées. Les règles *sémantiques* renvoient en gros aux activités de sélection et d'interprétation de l'information, au niveau macrostructurel[60] ou microstructurel[61]. Les règles *procédurales* portent sur la manière dont se déroulent les activités professionnelles. Ces règles concernent les assignations quotidiennes, les contextes de collecte de l'information comme une conférence de presse ou une entrevue, la technique de traitement ou de « formatage » du message, etc. Les règles *normatives*, enfin, prescrivent des comportements professionnels. Parmi les reporters et les sources observés par Mark Fishman, dans son étude de la couverture de l'actualité municipale, par exemple, il était convenu qu'on ne rapportait pas un crime dans les médias avant qu'il ne soit connu de la police. Le cas échéant, on attendait qu'elle en soit saisie pour faire le reportage[62]. Ces règles s'apparentent aux règles procédurales, mais s'en distinguent en ce qui concerne l'évaluation et la sanction. Un manquement à une règle procédurale est interprété comme un manque de rigueur ou de compétence professionnelles, tandis qu'un manquement à une règle normative est interprété comme un manque d'honnêteté ou un bris de confiance. Dans les deux cas, la sanction est fonction de l'importance du manquement.

3.1.2.2 Le concept de *règle*

---

story. Another sign insisted upon Promptness, Courtesy, Geniality ! Most excellent traits, I thought, but not as easy to put into execution as comfortable publishers and managing editors might suppose ». (SCHUDSON, Michael. *Discovering the news : a social history of American newspapers*. New York : Basic Books, 1978. P. 79.)

[58] « Edwin L. Shuman, in his handbook for aspiring journalists, *Steps into journalism* (1894), wrote that a reporter with sparkle would be forgiven inaccuracy, just as a reliable reporter would be forgiven « a moderate degree of dullness » in style, but that the combination of « reliability and sparkle » was the recipe for professional success. This was the spirit of the times and it is remarkable how far even texts for journalists would go in promoting color, as well as facts. Shuman advocated the reporter's using his imagination to create images he had not witnessed and had no direct testimony about » (SCHUDSON, Michael. *Discovering the news*... P. 79).

[59] « A closely related second rule of political coverage involves keying a story to disagreements among officials – particularly officials with the power to affect the outcome of the developing news event. Such conflict serves as a signal for journalists to expand a story to encompass the views of experts, social groups, opinion polls, and other sources that reflect the observed differences among powerful politicians ([BENNETT, Lance W. « Toward a theory of press-state relations in the United States ». *Journal of communication*. Vol. 40 (1990). P. 103-125.]). This second rule of political reporting is that sources and viewpoints are « indexed » (admitted through the news gates) according to the magnitude and content of conflicts among key government decision makers or other players with the power (as perceived by journalistic insiders) to affect the development of a story. » (BENNETT, Lance W. « An introduction to journalism norms and representations of politics ». *Political Communication*. Vol. 13 (1996). P. 376-377).

[60] Ce sont les règles guidant le choix par le secrétariat de rédaction d'une occurrence dans le but d'en faire un événement journalistique ou, en d'autres termes, les règles guidant le processus de « gatekeeping ».

[61] Ce sont les règles qui guident le reporter dans le choix des éléments d'information qui seront retenus au moment de la rédaction de l'article : une citation, une statistique, etc.

[62] FISHMAN, Mark. *Manufacturing the news*. Austin : University of Texas Press, 1980. P. 75-76.

Même si la conception du journalisme comme pratique régulée est largement répandue, la réflexion sur les implications théoriques de cette approche demeure embryonnaire et devra être développée. Nous insisterons ici sur la définition du concept de *règle* et évoquerons brièvement son utilité pour l'analyse des dimensions cognitive et sociale de la pratique[63].

« A rule, écrit Susan B. Shimanoff, is a followable prescription that indicates what behavior is obligated, preferred or prohibited in certain contexts »[64]. Le terme anglais *followable* (dans sa terminaison *able* : *follow<u>able</u>*) implique que la règle vise un comportement contextuellement pertinent. Ainsi, la règle qui consiste à mettre à la « une » les événements les plus importants de la journée était sans pertinence au 19e siècle, à l'époque de la presse d'opinion. De même, la règle qui, à cette même époque, prescrivait d'encadrer la première page d'un large filet noir lors du décès d'un personnage très important (comme ont pu le faire des journaux canadiens lors du décès de la reine Victoria) est aujourd'hui sans objet. Ce terme implique aussi que les personnes touchées par la règle possèdent une certaine discrétion dans l'adoption du comportement visé. Même si l'écart par rapport à la règle est sanctionné, cet écart reste possible, ce qui n'est pas le

---

[63] Aux auteurs, déjà cités, qui postulent l'existence de conventions pour expliquer le caractère cohérent et réglé du discours journalistique, il faudrait en ajouter d'autres qui vont jusqu'à soutenir qu'il existe une « grammaire » du journalisme (par exemple LEMIEUX, Cyril. *Mauvaise presse : une sociologie compréhensive du travail journalistique et de ses critiques*. Paris : Métailié, 2000 et RIVET, Jacques. *Grammaire du journal politique : à travers* Le Devoir *et* Le Jour. Montréal : Hurtubise HMH, 1979). Sans nier l'intérêt rhétorique et heuristique de la métaphore, nous ne sommes pas disposés à nous engager aussi loin. S'il faut retenir l'idée d'une grammaire et de règles de grammaire, ce n'est pas d'une grammaire descriptive ou prescriptive qu'il s'agirait, mais d'une grammaire générative dans le sens évoqué par A. E. Darbyshire : « A transformational grammar tries to show how fluent speakers and writers of the language make choices of the signs of the language-code when they make utterances which, given the conventions of the language or part of it in which the utterances are made, have grammatical meaning, though not necessarily any other kind of meaning, in the understanding of at least some members of the speech-community. […]
A transformational grammar presupposes both convention and authority. It assumes that there are fluent speakers and writers of the language who produce well-formed sentences which can command respect because of their well-formedness. In this way it shares with traditional prescriptive grammar the notion that some speakers and writers are better at speaking and writing than others, or at least, that some speakers and writers use their language differently from others and that this kind of difference is in some way approved of by some people in the speech community ». Par ailleurs, le type de grammaire générative applicable au journalisme ne concernerait pas la langue dans son ensemble, mais seulement la norme stylistique, c'est-à-dire la production d'énoncés correspondant à ce que l'on pourrait désigner comme un style journalistique : « We base our grammar of the norm on two assumptions. The first is that the English language – and perhaps other languages too, but English is our language of exemplification – consists of an infinite set of sentences which can be expressed in only a limited number of ways. The second is that this limited number of ways is in a small fixed set of forms. It follows from this, although it is not so much a linguistic fact *per se* as an inference about human behaviour, that it is the ability to recognize these forms as such that makes it possible for speakers of English to know what an English sentence is when they come across one. At any rate, it could be said that this is how we know what we are talking about » (DARBYSHIRE, A.E. *A grammar of style*. London : Andre Deutsch, 1971. P. 60-61, 63). La conception de la production journalistique proposée par E. Veron se rapproche de ce type de grammaire. Selon lui, les traces qui renvoient aux conditions de production des discours « sont le support d'opérations que l'on se doit de reconstituer, opérations qui prennent la forme de *règles d'engendrement* de ces discours. Un paquet de ces règles, définissant les contraintes d'engendrement d'un type ou d'un genre […], c'est ce que j'appelle une *grammaire de production* » (VÉRON, Eliséo. « Presse écrite et théorie des discours sociaux : production, réception, régulation ». Dans CHARAUDEAU, Patrick. *La presse : produit, production, réception.* Paris : Didier Érudition, 1988. P. 17).

[64] SHIMANOFF, Susan B. *Communication rules : theory and research*. Beverly Hills : Sage, 1980. P. 57.

cas des « lois » de la nature. Ainsi, pour reprendre un exemple de S. Shimanoff, au volant de ma voiture, je peux violer le code de la route qui m'interdit de rouler à plus de 100 kilomètres à l'heure, mais je ne peux dépasser la vitesse de la lumière.

La règle est une *prescription*. Il s'ensuit que, en vertu d'une règle, « quelque chose » doit arriver ; si « ce qui » advient s'écarte de ce que la règle prévoit, une évaluation quelconque du comportement visé par la règle est déclenchée. On doit distinguer ici entre la prescription inhérente à la règle et la pression normative que représente le comportement des autres. Un comportement conforme à la règle qui s'écarte de la norme statistiquement observée ne sera pas négativement sanctionné, tandis que le comportement conforme à la norme observée qui s'écarte de ce qui est prescrit par la règle risque d'être négativement sanctionné. Ainsi, l'utilisation d'un titre de civilité, *Monsieur*, *Madame*, etc. pour désigner une personnalité publique est une pratique de moins en moins fréquente, mais demeure la règle « officielle » et s'y conformer s'entraîne aucune sanction. En revanche, si l'éditeur de son journal fait une déclaration publique, le reporter a tout intérêt à employer le titre de civilité pour en rapporter les propos.

La force avec laquelle un comportement est prescrit peut varier. Certains comportements sont soumis à des prescriptions univoques (« catégorielles » pourrait-on dire) : ils sont obligatoires ou prohibés. Dans un grand nombre de cas, toutefois, ceux où la règle exprime une préférence, la force de la prescription peut varier. Ainsi, il est absolument interdit de rapporter des événements fictifs, mais le journaliste qui fait appel à son imagination dans la description de l'ambiance d'un événement n'est pas susceptible d'encourir une sanction sévère.

La règle est *contextuelle*, c'est-à-dire qu'elle s'applique aussi souvent que la situation visée par la prescription se présente et aussi longtemps que cette situation se maintient. La règle est contextuelle aussi dans le sens où elle concerne un type de comportements dans *tous* les contextes semblables. Ainsi, le type d'interactions verbales qui s'applique à *une* entrevue ou à *une* conférence de presse particulières est en principe applicable à toutes les autres entrevues ou conférences de presse. L'aire d'application d'une règle peut être plus ou moins étendue, et la précision des prescriptions, plus ou moins grande.

La règle vise des *comportements*. Cela implique premièrement que la règle ne s'applique pas aux cognitions en tant que telles. Certes, la règle peut servir dans la production d'évaluations mentales, d'interprétations, d'inférences, mais elle ne prescrit pas ce que l'on doit ou ne doit pas penser. En somme, les règles ne portent pas sur les cognitions, pour la raison évidente qu'il est impossible de les observer et de les sanctionner. La proposition implique ensuite que la règle se distingue des ordres ou des commandements, qui assignent un comportement particulier à un individu ou à un groupe d'individus, tandis que la règle concerne le comportement typique d'un ensemble spécifique d'acteurs. De même, s'il importe de savoir de qui proviennent les ordres, il est relativement indifférent de connaître l'auteur de la règle.

Les comportements visés par la règle sont contrôlables. Cela ne signifie pas pour autant que ces comportements soient intentionnels. En effet, un comportement routinier, en apparence automatique, répond à une règle dans la mesure où l'acteur peut, s'il y réfléchit, le modifier. Les comportements visés par la règle sont aussi soumis à la critique : leur opportunité ou leur

pertinence peut être mise en cause ; ils peuvent être loués ou blâmés. Enfin, les règles peuvent aussi servir à interpréter, à expliquer, à prédire : elles donnent du sens à des comportements qui autrement sembleraient aléatoires. Les règles servent aussi à justifier, évaluer et à corriger les comportements : elles permettent « la sanction des modes de conduites sociales »[65].

3.1.2.3 Utilité du concept de règle : cognition et action

Selon Olivier Favereau, d'un point de vue cognitif, les règles jouent plusieurs rôles importants. Elles permettent l'acquisition de savoirs nouveaux, tandis que leur application récursive renforce des savoirs antérieurs. Ainsi, la socialisation des nouveaux journalistes se fait à partir de l'observation du comportement des journalistes expérimentés, dont la compétence consiste précisément à suivre les règles, éventuellement de manière créative. Les journalistes expérimentés cherchent des indices de la justesse de leur choix et, globalement, de leur compétence dans le comportement régulé de leurs pairs. Ce processus d'évaluation à partir de critères mimétiques conforte tous les acteurs, imitateurs et imités, dans leur conviction qu'ils font ce qu'il faut. Plus encore, les règles permettent une économie de savoir : en ce sens, selon Favereau, l'« efficacité dans l'action peut s'accommoder d'une non-exhaustivité dans le savoir — et peut même l'exiger si les ressources mentales et les capacités cognitives sont limitées : les règles délimitent des zones d'ignorance fructueuse »[66]. La rhétorique de l'objectivité décrite par Jean G. Padioleau[67] est un cas de figure éclairant à cet égard : cette stratégie discursive routinisée dans le genre du reportage (en particulier du reportage des occurrences politiques) permet au journaliste de rapporter le contenu de déclarations publiques même s'il est ignorant du fond de ces déclarations.

Selon Favereau, les règles constituent des « dispositifs cognitifs collectifs », et cela dans un double sens. Premièrement, grâce aux règles, « chacun peut s'appuyer sur le savoir des autres pour contourner (sinon effacer) sa propre ignorance »[68]. De plus, ces dispositifs sont communiqués par la société ou les institutions plutôt que sans cesse réinventés par les individus. Cette transmission s'opère d'autant mieux que les règles répondent à la définition d'un bien collectif c'est-à-dire que, par exemple, le savoir gagné par *X* lors de sa socialisation n'est pas retiré à *Y*, le journaliste expérimenté qui l'initie aux rudiments du métier. Peut-être la concurrence entre pairs commence-t-elle là où se termine le domaine d'application de la règle : dans le détail particulier qui fera la primeur. Les règles sont aussi des dispositifs cognitifs « collectifs » dans le sens, plus fort, où elles s'appliquent aux *interactions* entre individus. Dans le cas des journalistes : aux interactions avec les sources d'information et les acteurs sociaux, aux relations avec les pairs et le secrétariat de rédaction, etc. Dans ce second sens, les règles permettent la coordination des comportements et de l'action. C'est parce qu'on s'attend à ce que

[65] GIDDENS, Anthony. *La constitution de la société*... P. 67.
[66] FAVEREAU, Olivier. « Marchés internes, marchés externes ». *Revue économique*. Vol. 40, no 2 (mars 1989). P. 294.
[67] PADIOLEAU, Jean G. « Systèmes d'interaction et rhétoriques journalistiques ». *Sociologie du travail*. Vol. 18, no 3 (1976). P. 256-282.
[68] FAVEREAU, Olivier. « Marchés internes... ». P. 294.

les autres se conforment aux règles mutuellement connues qu'on utilise ces règles pour interpréter leur comportement et y adapter son propre comportement[69].

En somme, écrivent Jean De Munck et Marie Verhoeven, la règle « est une heuristique dans la mesure où jamais elle ne s'applique mécaniquement aux situations qu'elle est censée régir. En ce sens, elle est un modèle de comportement qui donne des indications qui doivent être interprétées avec tact et doigté par les acteurs. [...] [La règle] ne définit pas exhaustivement un plan fixé d'avance dans tous ses détails (ce qui est la version naïve de la règle généralement présupposée par les théories classiques). Un tel plan ne permettrait pas l'ajustement aux données nouvelles non prédictibles, et serait donc irrationnel. La [règle] désigne plutôt une procédure d'ajustement aux situations nouvelles. Elle ne dit pas seulement ce qu'il faut faire, mais aussi comment décider de ce qu'il faut faire, compte tenu de nouvelles informations »[70].

Dans sa théorie de la structuration, Anthony Giddens insiste fortement sur la fonction des règles comme instrument de coordination de l'action et, plus généralement, de reproduction de la société. Il présente les règles « comme des techniques ou des procédures généralisables employées dans l'actualisation et la reproduction des pratiques sociales. […] Les règles les plus importantes pour la théorie sociale sont incrustées dans la production des pratiques institutionnalisées, c'est-à-dire dans les pratiques les plus profondément ancrées dans le temps et dans l'espace. » Aux règles formelles, explicites, superficielles et fortement sanctionnées, Giddens oppose les règles informelles, tacites, profondes et faiblement sanctionnées. Ces dernières « sont constamment utilisées dans le courant de la vie quotidienne, elles sont engagées dans la structuration d'une part importante du tissu de la vie de tous les jours. Ainsi sont les règles du langage, ou les procédures qu'utilisent les acteurs pour régler l'ordre de succession de leurs interventions dans une conversation ou une interaction. » Selon Giddens, « [l]a connaissance des règles sociales, qui se manifeste d'abord et avant tout dans la conscience pratique[71], est au cœur de la « compétence » spécifique des agents humains. En tant qu'acteur sociaux, tous les êtres humains possèdent et utilisent un « haut niveau de connaissance » dans la production et la reproduction de leurs rencontres quotidiennes, et la plus grande part de ce savoir est pratique plutôt que théorique. [...] La connaissance de procédures, ou la maîtrise des techniques d'« accomplissement » des activités sociales, est d'ordre méthodologique, par définition. En effet, les acteurs, qui détiennent un tel savoir, ne peuvent ni prévoir de manière générale, ni établir à l'avance et de façon précise toutes les situations dans lesquelles ils se trouveront ; ils disposent plutôt d'une capacité générale d'intervention dans un ensemble indéterminé de circonstances sociales . [...] La plupart des règles engagées dans la production et

[69] SHIMANOFF, Susan B. *Communication rules...* P. 52.
[70] DE MUNCK, Jean et VERHOEVEN, Marie. « Normes et procédures : les coordonnées d'un débat ». Dans DE MUNCK, Jean et VERHOEVEN, Marie. *Les mutations du rapport à la norme : un changement dans la modernité ?* Bruxelles : DeBoeck Université, 1997. P. 54-55.
[71] « La conscience pratique consiste à savoir, à connaître les règles et les tactiques grâce auxquelles la vie sociale de tous les jours se fait et se refait dans le temps et dans l'espace. Il peut arriver que des acteurs fassent erreur quant à ce que peuvent être ces règles et tactiques ; le cas échéant, de telles erreurs peuvent apparaître comme des « impropriétés contextuelles ». Néanmoins, s'il y a quelque continuité dans la vie sociale, la plupart des acteurs doivent, la plupart du temps, avoir raison : ils savent ce qu'ils font et transmettent avec succès leurs connaissances aux autres » (GIDDENS, Anthony. *La constitution de la société*... P. 141).

la reproduction des pratiques sociales sont connues et utilisées tacitement par les acteurs : ils savent « comment faire » sans nécessairement savoir comment dire ce qu'ils font »[72].

Les *règles* et l'*action* sont indissolublement associées par le truchement des *attentes*, dans l'ordre suggéré par les propositions suivantes : des interactions répétées donnent naissance à des habitudes ; celles-ci sont perçues par les acteurs qui peuvent ainsi prédire ou anticiper les comportements récurrents ; ces comportements suscitent donc des attentes que les acteurs peuvent éventuellement se sentir contraints de satisfaire, par crainte de décevoir, d'offenser ou d'irriter les personnes qui nourrissent ces attentes. Ce processus (action (plus ou moins spontanée) → habitude → attente → règle → action régulée) n'est, généralement, ni voulu ni prévu, mais il n'en constitue pas moins la conséquence inhérente à la récurrence des interactions. Quels que soient les besoins, motifs ou intérêts à la base de l'interaction initiale, son maintien suffit à susciter les attentes réciproques des acteurs. D'après ce modèle, les règles se développent du simple fait de la répétition des interactions. Sensibles à leurs attentes réciproques, les acteurs sociaux sont particulièrement disposés à adopter des règles qui augmentent la probabilité de les satisfaire durablement. Les modifications à la situation des acteurs ou dans le contexte de l'interaction entraînent des changements dans les comportements, lesquels suscitent de nouvelles attentes qui pourront devenir, si l'interaction qui leur a donné naissance se maintient, de nouvelles règles. En conséquence, la possibilité du changement est inhérente à l'action sociale, y compris à l'action déjà régulée[73].

Dans la théorie de la structuration, à la dimension *contrainte* de la règle correspond nécessairement une dimension *habilitation*[74]. En établissant virtuellement le répertoire des conduites possibles dans une société donnée, les règles sociales limitent certes la marge de manœuvre des acteurs, mais elles leur donnent accès, dans le même temps, aux conduites en question et leur fournissent les moyens cognitifs de les mettre en pratique. Cette conception des règles sociales nous semble particulièrement appropriée à la pratique journalistique. Par ailleurs, dans la mesure où la règle, en tant que dispositif cognitif collectif, contraint le comportement d'autrui, elle le rend prévisible ou, à tout le moins, limite l'incertitude à son sujet. En tablant sur la règle, le journaliste peut donc ajuster avantageusement son comportement au comportement anticipé des autres acteurs sociaux.

3.2 Le versant empirique du concept de paradigme

Nous avons exploré dans les pages précédentes des dimensions théoriques du concept de *paradigme journalistique*. Toutefois, il est peu vraisemblable que le concept ne se retrouve, tel quel, chez les journalistes. La notion d'un système de règles est inférée de l'observation de la

[72] GIDDENS, Anthony. *La constitution de la société*... P. 51-52.
[73] WRONG, Dennis. *The problem of order : what unites and divides society*. Cambridge, Mass. : Harvard University Press. P. 48-49.
[74] Nombre d'auteurs s'inspirant du structuralisme conçoivent la règle comme une contrainte. Ainsi, une *formation discursive* est définie comme « un système de contraintes de bonne formation sémantique » (MAINGUENEAU, Dominique. *Genèse du discours*. Liège : Mardaga, 1984. P. 10). On retrouve une conception semblable chez Ducrot et Todorov (DUCROT, Oswald et TODOROV, Tzvetan. *Dictionnaire encyclopédique des sciences du langage*. Paris : Seuil, 1973. P. 137). Pour fondée qu'elle soit, cette interprétation demeure néanmoins incomplète.

pratique, comme le suggère Lance W. Bennett : « The idea of a journalistic rule system that is driven by a combination of external event characteristics and internal organizational norms explains how the news can be at once so patterned and so hard to fathom in clear purposive terms »[75]. Si le scientifique s'accommode volontiers de cette théorie parce qu'elle lui permet de vérifier ses hypothèses concernant la « cohérence » de l'information (« news coherence »)[76], le journaliste, lui, répugnerait à interpréter comme une obéissance, même créative, à des règles ce qu'il considère comme du flair, de l'instinct et, plus généralement, sa compétence professionnelle,. Il prétendra plutôt que de telles règles n'existent que dans les manuels, que l'actualité est chaque jour nouvelle et imprévisible et qu'il doit sans cesse improviser. La conviction avec laquelle ces arguments sont servis à l'unisson par les journalistes devrait inciter le scientifique à se demander avec circonspection comment le concept théorique de *paradigme* se manifeste empiriquement dans la pratique journalistique.

Pour l'heure, le paradigme nous semble exister empiriquement sous deux dimensions. Dans sa dimension cognitive, le paradigme existe comme une structure culturelle dans l'intellect des journalistes. Dans sa dimension discursive, le paradigme peut être inféré des messages que produisent les journalistes dans le cours de leur pratique professionnelle.

Pour les journalistes, le paradigme se manifeste d'abord en tant que réalisation discursive, en ce sens où le discours journalistique sert de modèle au discours journalistique. Toutes les observations de la sociologie du journalisme concordent : les journalistes s'observent les uns les autres, et les pairs forment leur public privilégié. Ils scrutent journellement les autres médias pour savoir quelles occurrences y sont rapportées et sous quel angle elles l'ont été. Le journaliste débutant s'initie au métier en lisant les articles de ses collègues de travail ou des journalistes des médias concurrents assignés au même domaine que lui. Le code journalistique est si bien établi, si répandu, que même les sources d'information le respectent dans leurs rapports avec les médias. Ils rédigent leurs communiqués de presse sur le modèle des comptes-rendus journalistiques, les pseudo-événements qu'ils mettent en scène possèdent une forme narrative telle qu'ils constituent pour ainsi dire un « prêt-à-rapporter », etc.

Dans sa version empirique, le paradigme existe aussi, chez les journalistes, sous la forme d'un ensemble de schémas cognitifs, de scripts, d'heuristiques, acquis à l'occasion de la pratique professionnelle[77]. David Mathieu a proposé un modèle du processus cognitif à l'œuvre dans le travail journalistique qui, selon nous, présente une forte vraisemblance et une congruence élevée avec les observations et les témoignages des journalistes[78]. Selon ce modèle, le journaliste

[75] BENNETT, Lance W. « An introduction to journalism norms... ». P. 383.
[76] SCHUDSON, Michael. « Social origins of press cynicism in portraying politics ». *American behavioral scientist*. Vol. 42, no 6 (mars 1999). P. 1005.
[77] Le schéma est un « ensemble de connaissances abstraites qui représente un domaine particulier d'objets-stimulus, avec des traits caractéristiques, ou attributs, et les relations entre attributs » (BLOCH, Henriette. *Grand dictionnaire de la psychologie*, Paris : Larousse, 1994. P. 688). Un script est un « groupement ordonné dans la mémoire d'informations correspondant à une suite stéréotypée d'actions se manifestant dans une situation bien connue » (P. 699).
[78] MATHIEU, David. *Approche cognitive de la compétence journalistique*. Québec : Département d'information et de communication, Université Laval, 2003. (Études de communication publique ; 17).

conserve en mémoire de l'information sur le sujet même de ses articles : cette information s'organise à l'intérieur de *schémas de référents*. Par exemple, un journaliste américain assigné à la Maison blanche aura développé plusieurs schémas sur la fonction de président des États-Unis, sur le sénat, sur les élections aux différents niveaux du système politique, sur des personnalités politiques individuelles, etc. En gros, ces schémas de référents emmagasinent le savoir commun dont nous avons dit qu'il était une des deux composantes essentielles du paradigme. Le journaliste produit aussi un autre type de schémas, les *schémas de reportage*, qui contiennent des informations de nature procédurale sur la manière de collecter, d'évaluer, de traiter et de mettre en forme l'information qui sert à la rédaction des articles. Ainsi, il possède des schémas de conférence de presse, d'entrevue, de contact avec une source. Cette catégorie de schémas comprendra éventuellement des schémas textuels, contenant des informations typiques relatives aux genres journalistiques (par exemple, la structure de la pyramide inversée d'une nouvelle, la manière d'identifier et d'introduire une source, etc.).

Le développement des schémas journalistiques est progressif, mais David Mathieu suggère de distinguer trois niveaux dans leur élaboration. Le premier niveau correspond à celui du débutant. Les schémas cognitifs sont constitués d'informations acquises avant le début de l'expérience professionnelle et accessibles à n'importe quel agent cognitif. Par exemple, à ce niveau, le journaliste posséderait un schéma de politicien comparable à celui dont dispose le citoyen ordinaire. Le schéma comprendrait, par exemple, des informations plus ou moins spécifiques relatives au « métier » de politicien comme : prononcer des discours, prendre position sur les enjeux sociaux, dénoncer les adversaires politiques, mener une campagne électorale, serrer des mains, signer des accords, etc. De même, les schémas de reportage seraient peu développés et se limiteraient aux représentations que se font du journalisme les agents cognitifs ordinaires. Par exemple, lors d'une entrevue, le journaliste pose des questions à une source ; une nouvelle commence généralement par un gros titre, etc. À ce niveau, les deux types de schémas sont indépendants l'un de l'autre, et l'incorporation d'informations relatives aux référents dans la procédure de reportage exige un effort cognitif sensible. Toute activité de cognition ou de rédaction spécifique à la tâche journalistique est menée au niveau de la conscience discursive[79], c'est-à-dire que chaque élément de la tâche requiert une démarche cognitive explicite dont le journaliste pourrait rendre compte discursivement. Seules relèvent de la conscience pratique, les opérations communes aux agents cognitifs ordinaires, concernant par exemple la dimension grammaticale de la production textuelle. Quant à la dimension stylistique, prescrite par le genre journalistique, elle exige aussi un effort spécifique.

Au deuxième niveau, des schémas spécifiques aux journalistes apparaissent ou se développent en ce sens que de l'information plus précise acquise à l'occasion de la pratique professionnelle s'ajoute aux schémas initiaux et que de nouveaux schémas spécifiques sont constitués. Ces nouvelles informations facilitent le repérage et le traitement de ce que l'actualité comporte de pertinent pour le journaliste. Ainsi, les schémas de référents s'enrichissent d'informations

[79] Nous empruntons aussi cette notion, complémentaire de la notion de conscience pratique, à A. Giddens : « Tout ce que les acteurs peuvent exprimer de façon verbale [orale ou écrite] sur les conditions sociales, en particulier celles de leur propre action. Une conscience [*awareness*] qui prend une forme discursive » (GIDDENS, Anthony. *La constitution de la société*... P. 440).

présentant un intérêt particulier du point de vue journalistique. Par exemple, le schéma de politicien de premier niveau s'enrichit d'informations sur les situations conflictuelles susceptibles de faire l'objet de nouvelles : conflit d'intérêt, fraude, corruption, mensonge, etc. Les schémas de reportage s'étoffent aussi d'informations spécifiques acquises à l'occasion de la pratique. Par exemple, un schéma concernant les sources contiendra des informations selon lesquelles les sources doivent être crédibles, que certaines sources sont typiquement plus crédibles que d'autres, etc. À ce niveau, toutefois, les schémas de référents demeurent relativement indépendants des schémas de reportage.

Le troisième niveau se caractérise par le développement de schémas d'événements. Ces scripts spécifiques à l'activité journalistique incorporent dans un même schéma l'information relative au référent et l'information procédurale sur la manière de le rapporter. Ainsi, le schéma de telle personnalité publique et le script de la conférence de presse se seront combinés dans un script particulier qui serait celui de la conférence de presse de cette personnalité ; ce script contiendrait des informations sur la manière dont cette personne se comporte en conférence de presse et sur la manière de la piéger. Le script de l'incendie comporte quant à lui les activités de vérification impliquées par la couverture (auprès des pompiers, de la police, du propriétaire de l'immeuble, de la famille des sinistrés, etc.).

L'intérêt analytique de distinguer ces trois niveaux s'impose. Toutefois, l'élaboration des schémas journalistiques se déroule en continu et surtout sans rupture d'un niveau à l'autre, du point de vue du journaliste. Ce dernier crée, élabore, enrichit, spécialise ses schémas professionnels sans même se rendre compte de cette activité cognitive, qui se déroule en lui. Ce modèle inspiré de la théorie des schémas comporte un enseignement particulièrement important du point de vue des règles. En effet, semble-t-il, au fur et à mesure que le journaliste progresse dans sa vie professionnelle, l'existence de règles devient de moins en moins présente à sa conscience discursive, et ces règles sont intimement incorporés dans des schémas et des scripts de plus en plus proches de son expérience concrète et des référents particuliers. Selon Hubert L. Dreyfus, ce processus serait typique de l'effet de l'expérience sur la compétence des agents cognitifs : « L'on doit être prêt à abandonner, écrit-il, l'idée traditionnelle selon laquelle un débutant commence par des cas particuliers pour ensuite, à mesure qu'il progresse, s'en dégager par abstraction et intérioriser des règles de plus en plus sophistiquées. Il se pourrait que ce soit précisément le contraire : l'acquisition d'un savoir-faire consisterait à passer de règles abstraites à des cas particuliers »[80].

Dreyfus propose un modèle de développement de la compétence en cinq stades, inspiré de ce principe. Selon ce modèle, au premier stade, le journaliste *novice* possède une vision fragmentaire et analytique de sa tâche. Il isole les faits et les associe à des règles procédurales qu'il a découvertes à fréquenter les médias, à observer ses pairs ou à prendre connaissance des commentaires de ses supérieurs sur sa production. Au deuxième stade, le *débutant avancé* a déjà expérimenté plusieurs situations ou événements typiques et a commencé à les reconnaître. Il décèle les indices qui permettent d'identifier ces situations et y associe les règles procédurales

[80] DREYFUS, Hubert L. « La portée philosophique du connexionnisme ». Dans ANDLER, Daniel. *Introduction aux sciences cognitives*. Paris : Gallimard, 1992. P. 356.

appropriées. Il commence à pouvoir déceler l'intérêt médiatique des occurrences qui se présentent à lui. Au troisième stade, le journaliste fait preuve de *compétence*. Il est en mesure de réagir à la diversité et à la multiplicité des occurrences en planifiant son travail, et ses schémas lui servent à prévoir des événements. À ce stade, le journaliste s'engage plus personnellement dans son travail. Contrairement au novice ou au débutant avancé qui, ayant appliqué consciencieusement les règles et les maximes disponibles, ne se sentent pas comptables du résultat de leur travail, le journaliste qui accède au stade de la compétence se considère responsable des conséquences de son activité et s'y sent émotionnellement engagé. Il tire une gratification profonde de ses réussites, et les échecs restent gravés en mémoire. Fort d'expériences réussies de plus en plus nombreuses, le journaliste accède au quatrième stade, celui de la *maîtrise*. Les règles procédurales ont été totalement intériorisées, et les traits pertinents des occurrences, c'est-à-dire ceux qui correspondent aux critères d'intérêt médiatique, sont décelés de manière inconsciente, pour ainsi dire automatique. Les opérations de catégorisation des événements semblent répondre à une démarche intuitive. Au dernier stade, enfin, celui de l'*expertise*, le journaliste a mémorisé une variété innombrable de schémas d'événements ; ces scripts sont à ce point détaillés et adaptés aux caractéristiques idiosyncrasiques du contexte spatio-temporel de sa pratique que le journaliste donne l'impression de pouvoir saisir en bloc les situations particulières et qu'il peut prédire efficacement un grand nombre de ces situations[81]. Le journaliste expert compare automatiquement et en un temps record une nouvelle occurrence avec un nombre si grand d'occurrences particulières semblables que son activité cognitive semble se dérouler sans aucun recours à des règles. D'où l'impression subjectivement ressentie et souvent exprimée que le journaliste est doté d'un sens *inné* de l'événement, qu'il détecte et rapporte d'*instinct*[82].

La distinction entre *paradigme journalistique* comme concept théorique (le *paradigme abstrait*) et comme réalité empirique (le *paradigme concret*) est importante parce chacune des acceptions dénote un référent différent. Le paradigme abstrait existe dans la théorie scientifique, hors de l'espace-temps dans lequel s'inscrit l'activité journalistique. Dans son acception la plus abstraite, le concept ne possède pas d'extension logique, et sa compréhension se résume au constat que tout discours cohérent ne peut s'expliquer sans le recours à des règles de production discursive spécifiques à ce genre de discours ; dans une seconde acception, moins abstraite, le paradigme est constitué des règles qu'il est possible d'inférer et de formuler explicitement et de manière typifiée à partir d'un discours journalistique concret. Le *paradigme concret* quant à lui renvoie au discours produit continuellement par les journalistes (en tant qu'il manifeste les indices des règles de sa production, qu'il est lui-même le modèle de sa reproduction) et aux traces laissées

[81] « Le stade logique-analytique [...] a été littéralement digéré, ou compilé, au sein d'ensembles cognitifs composites de niveau supérieur qui fonctionnent essentiellement sur l'analogie avec les expériences antérieures mémoriées » (LINARD, M. *Des machines et des hommes*, Paris : Éditions Universitaires, 1990. P. 32, cité par RAYNAL, Françoise et RIEUNIER, Alain. *Pédagogie : dictionnaire des concepts clés : apprentissage, formation, psychologie cognitive*. Paris : EST Éditeur, 2003. P. 140).

[82] En voici une expression claire datant de plus d'un siècle : « First of all, every journalist ranks what is called his newspaper sense, or « sense of news. » If you are a candidate or a beginner you cannot tell whether you have this gift or not until you have repeatedly tried yourself. It is simply the light or intuition by which you know what to write and what to leave out, what to make the most of, what is worth a paragraph, and what is worth a whole page of a newspaper » (RALPH, Julian. *The making of a journalist*. New York : Harper & Brothers, 1903. P. 14).

dans la mémoire des journalistes par ce discours et par l'usage répété de ses règles de production. Ce discours et les traces mnémoniques qu'il laisse changent sans arrêt si bien que le contenu du paradigme concret n'est pas stable mais, au contraire, en constante évolution.

En somme, le paradigme journalistique vécu par les journalistes se ramène à un ensemble de phénomènes cognitifs[83] constituant ce que Paul Dumouchel appelle un ordre cognitif *spontané rationnel*. Cet ordre est *spontané* dans le sens où, premièrement, les acteurs « qui forment le système n'ont pas besoin de connaître les conditions qui rendent l'ordre possible pour que cet ordre soit possible »[84] et, deuxièmement, l'ordre « n'est pas planifié par les agents qui le réalisent »[85]. C'est, en d'autres termes, une propriété émergente du système. Cet ordre spontané peut aussi être considéré comme *rationnel* dans le sens où le système peut continuer de fonctionner conformément à cet ordre même si les acteurs en viennent à découvrir les règles en vertu desquelles ils agissent[86]. Quoi qu'il en soit, les acteurs possèdent toujours une connaissance et une compréhension limitées de la situation, y compris, éventuellement, des règles applicables à leur action.

Conclusion

Le concept de paradigme fournit les éléments d'ordre socio-cognitifs nécessaires à l'articulation de la dimension individuelle ou textuelle et de la dimension collective ou discursive de la pratique journalistique. Un texte est un phénomène dont la production et la réception sont circonscrites dans le temps et l'espace (même s'il peut subsister sous forme de trace, d'artefact bien au-delà de sa vie « utile » (c'est-à-dire, ce pourquoi il a été produit : on trouve de vieux journaux dans les greniers, les exemplaires invendus sont recyclés, etc.)) : l'article de journal rédigé aujourd'hui par le journaliste n'aura plus guère de signification et d'intérêt après-demain. Au contraire, le discours, production collective d'un groupe d'acteurs associés à différentes organisations sociales, transcende les limites étroites du *hic et nunc*. Si le discours journalistique possède le caractère institutionnalisé (de fait, plus ou moins institutionnalisé selon le cadre spatio-temporel retenu) qu'on lui reconnaît, c'est que les textes dans lesquelles il se manifeste exhibent un ensemble de propriétés, thématiques, rhétoriques, stylistiques, etc., relativement

[83] « Un tel phénomène est cognitif, du moins au sens où l'on entend ce mot dans l'école classique des sciences cognitives, parce qu'il est impossible de le décrire correctement sans faire appel à un vocabulaire intentionnel. C'est-à-dire un vocabulaire qui utilise des termes comme « croire que », « penser que », ou « considérer comme ». Il est cognitif aussi parce qu'on peut transformer le cours des événements, le comportement de l'ordre, en modifiant l'information sémantique qui circule à l'intérieur du système. Il s'agit là d'un critère proposé par Zénon Pylyshyn (1984), nommé la pénétrabilité cognitive et qui permet selon lui de reconnaître tout système cognitif. On dira d'un système qu'il est cognitif s'il est cognitivement pénétrable et l'on dira d'un système qu'il est cognitivement pénétrable si l'on peut transformer son comportement en modifiant l'information sémantique qui lui est accessible » (DUMOUCHEL, Paul. « Systèmes sociaux et cognition ». Dans ANDLER, Daniel. Introduction aux sciences cognitives. Paris : Gallimard, 1992. P. 476-477) .

[84] DUMOUCHEL, Paul. « Systèmes sociaux… ». P. 477.

[85] DUMOUCHEL, Paul. « Systèmes sociaux… ». P. 478.

[86] Par opposition à un ordre cognitif irrationnel, qui n'existe que si les agents ne connaissent pas les règles de fonctionnement du système. Les effets de ce type de système sont non désirables de sorte que si les acteurs en connaissent les causes, ils cherchent à les éviter. En d'autres termes, l'acteur pose des actes qui lui semblent raisonnables, mais qui entraînent des effets pervers ; s'il vient à découvrir le lien de cause à effet qui maintient le système, il modifiera son comportement.

stables à l'intérieur d'un cadre spatio-temporel plus ou moins étendu. Le discours, dans ses genres, et les genres dans leurs règles expliquent l'air de famille des textes journalistiques effectivement produits ou qu'il est possible de produire.

Chapitre 2 . ÉLÉMENTS D'UN MODÈLE THÉORIQUE DU CHANGEMENT DANS LE JOURNALISME

Jean Charron et Jean de Bonville

Si la vertu principale du concept de *paradigme* réside dans sa capacité d'expliquer la pratique journalistique, il ne comporte pas en lui-même une théorie du changement. Au contraire, pour donner sa mesure sur le plan empirique, le concept doit être associé à un modèle de changement qui tienne compte des caractéristiques spécifiques du journalisme en tant que pratique discursive. La tâche est d'autant plus impérieuse que le journalisme, malgré l'impression de routine répétitive que suscite la fréquentation quotidienne des médias d'information, est en perpétuelle évolution. Il nous faut donc dans un premier temps surmonter le paradoxe décrit par Anthony Smith[87] : comment une pratique strictement codifiée peut-elle changer continûment ? Toutefois, si l'on se fie aux enseignements de l'historiographie des médias, ce changement ne serait pas régulier. Lent et imperceptible à certaines époques, il s'accélérerait à d'autres époques, entraînant une remise en question plus ou moins fondamentale de principes centraux de la pratique et précipitant, à terme, ce que nous appelons une *crise paradigmatique*. Un modèle adéquat doit rendre compte de ces deux types de changement.

1 À la recherche d'un modèle de changement

Si l'on admet que le journalisme est une pratique culturelle et que par conséquent elle se reproduit à la manière dont se reproduisent les pratiques culturelles, on peut chercher un modèle du type de celui que préconise Dan Sperber dans son approche épidémiologique de la diffusion de la culture[88] et qui semble approprié pour rendre compte du changement de la pratique journalistique. Selon cette approche, la culture se maintiendrait du fait de la transmission de représentations culturelles. Sperber, qui retient une acception très large du terme[89], distingue, sur la base de leur degré de diffusion, trois catégories de *représentation* : les représentations mentales, les représentations publiques et les représentations culturelles. Les représentations *mentales*, dont la majorité demeurent confinées à l'intellect des individus, sont innombrables,

[87] « [W]e approach the newspaper product having absorbed certain routines of comprehension, accepting the special codes of the newspaper genre ; these are presumed to follow the routines and codes used by the journalists and compositors who create the paper.This might make the newspaper sound a very settled product, unchanging in its intentions and presuppositions. In fact, a paper is in a permanent state of flux, its working practices and controlling mechanisms constantly shifting with the altering varieties of news demanded of it, the altering fashions and interests (which it seeks both to record and foster) of its audience, and the altering techniques and sub-departments of the profession of journalism itself » (SMITH, Anthony. « The long road to objectivity and back again : the kinds of truth we get in journalism ». Dans BOYCE, George et CURRAN, James. *Newspaper history from the seventeenth century to the present day.* London : Constable, 1978. P. 153.)

[88] SPERBER, Dan. *La contagion des idées : théorie naturaliste de la culture*. Paris : Odile Jacob, 1996.

[89] Selon D. Sperber, « [u]ne représentation met en jeu une relation entre trois termes : quelque chose qui représente, quelque chose qui est représenté, et un dispositif de traitement de l'information qui utilise la représentation. […] Nous considérerons des représentations de toutes choses : de l'environnement, d'états de choses fictifs, d'actions, des représentations de représentations, etc. ». Par ailleurs, Sperber soutient une conception matérialiste des représentations, puisque, écrit-il, « les représentations mentales sont des états cérébraux décrits en termes fonctionnels, et ce sont les interactions matérielles entre cerveaux et environnements qui expliquent la distribution de ces représentations » (SPERBER, D. *La contagion des idées...* P. 85, 41).

puisqu'elles sont le sous-produit normal des interactions des individus avec leur environnement naturel et social[90]. Les représentations *publiques* ne sont rien d'autre que cette partie des représentations mentales communiquées d'un individu à l'autre. En général, les représentations publiques disparaissent immédiatement après l'interaction qui a donné lieu à leur réalisation, mais certaines représentations occupent un espace-temps relativement étendu et sont partagées par un grand nombre d'individus : ce sont les représentations *culturelles* qui, par définition, sont l'objet de *transmission*[91]. Disons d'emblée qu'un paradigme journalistique appartient à ce type de représentations culturelles.

Contrairement à ce que postulent erronément les théories de la communication basées sur le modèle du codage, toute communication implique nécessairement, de l'émetteur au destinataire, une transformation du message dont le degré peut varier, de la duplication à la perte totale d'information[92]. Selon Sperber, seules les représentations qui, communiquées de manière répétée, ne sont transformées que de façon minimale au cours de ce processus finissent par devenir des représentations culturelles. Si l'on accepte de définir un paradigme journalistique comme un type de représentation culturelle, c'est que l'on postule que les éléments qui le composent ont fait l'objet de multiples reproductions sans modification importante au cours du processus de transmission.

Toutefois, un paradigme journalistique appartient à un type *spécifique* de représentations culturelles en ce sens que, l'objet de la *transmission* y est différent de l'objet (matériel) de la *représentation*; en effet, ce qui est transmis n'est pas le contenu substantif de la représentation (ce n'est pas, comme dans le cas d'une idée (l'égalité des sexes), d'une histoire (*Le Petit Chaperon rouge*) ou d'une chanson, le thème et le propos des articles ou des reportages) mais un objet formel, à savoir la méthode, la manière qui sert à produire cette représentation[93]. En d'autres termes, dans le cas du journalisme, l'objet de la *représentation* est un fragment de la réalité sociale, une occurrence[94], tandis que l'objet de la *transmission* est la *manière spécifique aux journalistes* de représenter cette occurrence.

---

[90] Exemples de représentations mentales : pomme, plaisir, littérature, liberté ou « Les pommes sont bonnes pour la santé », « Tous les hommes devraient être libres », etc.

[91] Exemples de représentations culturelles : la croyance aux sorcières, les règles pour le service des vins, la Charte des droits, l'idéologie marxiste.

[92] Les expériences sur la rumeur sont probantes à cet égard.

[93] M. Mouillaud et J.F. Tétu expriment la même idée lorsqu'ils écrivent que « la disposition des informations à la surface du journal constitue un plan qui est normalement transparent à la lecture : c'est la métaphore bien connue de la « fenêtre » à travers laquelle on voit le monde. » (MOUILLAUD, Maurice et TÉTU, Jean-François. *Le journal quotidien*. Lyon : Presses Universitaires de Lyon, 1989. P. 194). En d'autres termes, chaque article comporte deux dimensions importantes : la dimension référentielle ou informative (dans le sens le plus général du terme ; elle renvoie à la question : *qu'est-ce que dit* l'article ?) et la dimension ostensive (comme suggèrent de l'appeler D. Sperber et D. Wilson (SPERBER, Dan et WILSON, Deirdre. *La pertinence : communication et cognition*. Paris : Éditions de Minuit, 1989) et qui répond à la question : *comment* cela est-il dit ? Ici ce terme possède une acception beaucoup plus large que *stylistique* ou *textuel*, et renvoie à tous les procédés de mise en forme et de mise en valeur, y compris les procédés typographiques, audiovisuels, etc.). Le lecteur et la majorité des analystes s'intéressent à la réponse à la première question : son contenu est de toute façon relativement accessible au lecteur non avisé.

[94] Pour employer un terme moins lourdement investi de sens qu'*événement*.

De fait, le processus d'ensemble présente un niveau de complexité encore plus grand. Pour s'en faire une idée, prenons l'exemple d'une nouvelle portant sur un bénéficiaire de l'assistance sociale qui s'adonne au travail au noir. L'article est une représentation publique particulière : M. Xyz encaisse son chèque d'assistance sociale alors que ses revenus au noir atteignent le triple de ce montant… Cette représentation publique (qui est elle-même la résultante de l'interaction de plusieurs représentations mentales, en particulier de la part du journaliste) est d'abord reçue et interprétée par ses destinataires. Lors de cette opération de réception, une sélection s'opère entre les éléments purement idiosyncrasiques de la représentation (par exemple, des détails sur le fraudeur particulier : sa taille, son adresse, etc.), qui ne seront pas objet de transmission, et les éléments typiques du bénéficiaire de l'assistance sociale (niveau de scolarité, antécédents de travail, montant de la fraude, etc.) susceptibles de conforter les préjugés du lecteur concernant les bénéficiaires d'assistance sociale en général. Après avoir été reçue et soumise à ce travail d'interprétation, la représentation est susceptible de donner lieu à une transmission culturelle à deux niveaux différents. Le premier niveau porterait notamment sur l'ensemble des informations qui viennent renforcer ou contredire[95] le stéréotype du bénéficiaire d'assistance sociale chez les lecteurs de l'article. Le second niveau concerne la manière dont la nouvelle est construite : cette manière sera imitée (cas de transmission) ou non par les journalistes qui en auront pris connaissance. En somme, dans le cas du journalisme comme dans d'autres pratiques culturelles, même s'il n'existe, en apparence, qu'une représentation publique (l'article sur le fraudeur de l'assistance sociale), en réalité au moins deux objets sont susceptibles d'être transmis : tout d'abord, les éléments qui contribuent à re-définir un tant soit peu la représentation culturelle du bénéficiaire de l'assistance sociale chez les lecteurs de l'article, y compris les journalistes (ce sont alors des éléments appartenant à l'objet matériel de la représentation qui sont objet de transmission) et, ensuite. les éléments qui contribuent à re-définir la manière « journalistique » de représenter un fraudeur de l'assistance sociale et plus généralement la manière de rédiger une nouvelle (ce sont alors des éléments de la méthode journalistique qui sont transmis à partir de l'objet formel de la représentation).

Dans le cas du second objet de transmission, qui seul nous occupe ici, le processus de transmission touche une population d'individus relativement restreinte et spécialisée : ce qu'ils reproduisent et transmettent, c'est-à-dire la *méthode* servant à produire la représentation des occurrences, échappe à la majorité de leurs contemporains, qui s'intéressent plutôt à l'objet matériel de la représentation publique, à savoir les occurrences elles-mêmes, fragments de société représentés dans les articles des journalistes. Dans le kaléidoscope des occurrences qui composent le programme des médias, les journalistes parviennent, au jour le jour, à démêler ce qui appartient à chaque occurrence de ce qui appartient à la manière de représenter cette occurrence. Un paradigme journalistique se reproduit du fait de cette lecture compétente à l'occasion de laquelle les journalistes décèlent les éléments de la *méthode* qui structurent les représentations et la reproduisent en partie dans la représentation ultérieure de nouvelles occurrences.

[95] Les éléments congruents avec les attentes des lecteurs et donc avec le stéréotype sont plus susceptibles d'être transmis que les éléments non congruents ; toutefois, si ces derniers sont transmis, ils contribuent à modifier le stéréotype. (Ce n'est évidemment pas le lieu d'entrer dans des considérations sur la théorie de la dissonance cognitive, dont s'inspirent ces quelques propositions sur le processus d'interprétation.)

Dans ce processus de reproduction de la *méthode*, le changement, quand il advient, peut n'affecter qu'une petite partie des règles. Par exemple, le changement peut ne concerner que la mise en page de la une ou la couverture d'un thème particulier comme le sport. Le changement peut aussi toucher l'ensemble de la pratique, comme des transformations dans la répartition thématique des événements et des sujets ou dans le mode de collecte de l'information. Qu'elles soient localisées ou généralisées, toutefois, pour être considérées comme un *changement*, ces modifications dans une configuration particulière de règles doivent faire l'objet d'un nombre suffisant de duplications pour que la nouvelle configuration soit intégrée dans la pratique en tant que convention ou nouvel ensemble de règles.

Certaines manières de représenter les occurrences peuvent entrer en concurrence, c'est-à-dire que des manières (légèrement) différentes de représenter la même occurrence sont susceptibles d'être reproduites et de se transmettre. Certaines de celles-ci se transmettent plus facilement que d'autres, parce qu'elles possèdent des propriétés qui facilitent leur repérage ou leur reproduction.

> *Les pratiques établies (en matière par exemple de vêtement, de nourriture, de politesse) sont de puissants attracteurs. En même temps, ces pratiques, parce qu'elles sont hautement prévisibles, n'ont souvent qu'une faible pertinence*[96]*. Au contraire, des écarts manifestes par rapport aux pratiques établies constituent souvent un moyen facile d'attirer l'attention et d'agir de façon très pertinente. À partir du moment où des productions publiques convergent massivement vers un attracteur culturel, elles peuvent, par le biais de facteurs psychologiques, susciter l'émergence d'attracteurs rivaux dans le voisinage. Ce processus est illustré de façon frappante par le renouvellement des modes qui perdent rapidement leur attrait du fait même de leur succès. Quand, à l'inverse, on trouve des pratiques extrêmement stables pendant des générations, on peut supposer qu'elles conservent une certaine pertinence en dépit de leur répétition, et on peut chercher à voir si tel est bien le cas et pourquoi. Une pratique répétitive peut rester pertinente parce que ses effets sont pertinents. [...] Une pratique répétitive peut [aussi] rester pertinente parce qu'elle est en concurrence avec d'autres pratiques et que le choix de l'une, plutôt que des autres, par un individu donné à un moment donné peut être riche de conséquences*[97].

[96] La pertinence est ainsi définie par Sperber et Wilson : « Certaines informations sont anciennes : elles sont déjà contenues dans la représentation du monde de l'individu. À moins qu'elles ne soient nécessaires pour la réalisation d'une certaine tâche cognitive et qu'il soit plus facile de les extraire de l'environnement que de les retrouver dans la mémoire, ces informations déjà acquises ne méritent pas d'être traitées à nouveau. D'autres informations sont non seulement nouvelles mais aussi sans aucun rapport avec quoi que ce soit dans la représentation que l'individu a du monde. De telles informations ne peuvent s'ajouter à cette représentation que de manière isolée, ce qui entraîne en général un coût de traitement trop grand pour un bénéfice trop faible. D'autres informations enfin sont nouvelles mais sont en rapport avec des informations plus anciennes. Lorsque des informations anciennes et nouvelles en rapport entre elles sont utilisées conjointement en tant que prémisses dans un processus d'inférence, elles engendrent d'autres informations nouvelles : des informations n'auraient pu être inférées sans cette combinaison de prémisses anciennes et nouvelles. Quand le traitement d'informations nouvelles donne lieu à un tel effet de multiplication, nous disons que ces informations sont pertinentes. Plus l'effet de multiplication est grand, plus grande est la pertinence ». (SPERBER, Dan et WILSON, Deirdre. *La pertinence : communication et cognition*. Paris : Éditions de Minuit, 1989. P. 79)

[97] SPERBER, Dan. *La contagion des idées*... P. 55.

Pour Sperber, le modèle épidémiologique s'écarte de celui de l'individualisme méthodologique, qui ne semble pas approprié pour expliquer le type de changement qui nous intéresse. Selon cette approche, le journaliste serait un acteur rationnel, bien informé de son environnement et des conditions de sa pratique, et, sur la base de cette information, il prendrait les décisions stratégiquement les plus indiquées. Le fait de couvrir tel ou tel événement, de solliciter telle ou telle source, de privilégier tel ou tel angle, etc. suppose autant de décisions ponctuelles prises en connaissance de cause. Certes, un modèle un tant soit peu réaliste doit faire de la place à cet aspect de la pratique. Il arrive souvent, en effet, que le journaliste se demande explicitement quelle conduite est la plus appropriée : quelle formulation aura le plus d'effet, comment appâter ou gratifier une source, s'il faut taire des éléments. Il discutera même de certains cas avec ses collègues ou ses supérieurs. Mais aussi longtemps que ces décisions demeurent des cas d'espèce, qu'elles ne laissent pas d'empreinte dans la production textuelle du journaliste et ne sont pas, sous cette forme, susceptibles de transmission, elles ne participent pas au changement dans le journalisme. En revanche, ces décisions ponctuelles sont susceptibles de contribuer à changer le journalisme si elles laissent des traces dans le texte journalistique et si ces manifestations textuelles[98] se répètent et font l'objet de transmission. Dans ce cas, cependant, ce ne sont plus les décisions ponctuelles, mais leur effet émergent dans les règles de la pratique ou dans le dispositif cognitif collectif des journalistes qui sont en cause et expliquent le changement. En effet, en matière de journalisme comme en matière de langue, le changement ne peut découler d'un décret, d'un acte exemplaire, d'une oeuvre magistrale ou de quelque autre fait ou groupe de faits singuliers. C'est parce que des milliers de locuteurs ont progressivement adopté telle (micro)pratique linguistique nouvelle que le changement dans la langue advient[99]. Ainsi en est-il, *mutatis mutandis*, en journalisme.

Un modèle inspiré des propositions de Sperber rend compte de la dimension sociale du changement dans le journalisme ; toutefois, pour parvenir à une explication exhaustive, il faut en outre disposer d'hypothèses touchant sa dimension non seulement individuelle – puisque le modèle épidémiologique prend en considération les traits individuels – mais plus spécifiquement cognitive. Cette partie du modèle pourrait être élaborée à partir d'une perspective de cognition sociale. En effet, une grande partie des conventions, contraintes ou ressources qui appartiennent au contexte de production du discours, se retrouvent à l'intérieur même de l'appareil cognitif des acteurs sociaux sous forme de schémas cognitifs. Ces schémas se présentent à la fois comme des ressources – c'est grâce à eux, par et à travers eux que l'agent cognitif est en mesure de penser – et comme des contraintes – ce qui est pensé est influencé par le contenu et la structure des schémas – aussi déterminantes que la langue elle-même.

Toutefois, comme dans le cas de la langue, dont les mots ou les règles syntaxiques peuvent être déclinés ou modalisés en fonction des objectifs du locuteur, de même les schémas cognitifs, tout individuels qu'ils soient, peuvent être adaptés à d'autres contextes que ceux pour lesquels ils ont

[98] La manifestation pouvant être l'absence de texte sur telle ou telle question.
[99] Pour une analyse des limites de l'individualisme méthodologique appliqué au changement dans les pratiques linguistiques, voir SPERBER, Dan. « Individualisme méthodologique et cognitivisme ». Dans BOUDON, Raymond, BOUVIER, Alban et CHAZEL, François. *Cognition et sciences sociales*. Paris : Presses Universitaires de France, 1997. P. 123-136.

été formés[100] et que ceux dans lesquels ils ont été acquis[101]. À l'instar du locuteur qui, pour produire un effet de style, associe les mots d'une manière qui lui est particulière à l'intérieur de ce qu'autorise le code, l'agent cognitif peut exploiter les schémas à sa disposition en fonction du contexte de son activité cognitive immédiate et de ses objectifs particuliers. Les procédés métaphoriques consistent précisément dans la juxtaposition de schémas cognitifs, correspondant aux termes métaphorisateurs, sur d'autres schémas, qui correspondent aux termes métaphorisés.

Suivant ces propositions, le changement dans la pratique journalistique, considéré dans sa dimension individuelle, se produirait du fait de l'interaction entre l'activité cognitive du journaliste et les conditions concrètes de sa pratique quotidienne. Dans le cadre de cette pratique, on peut postuler que le journaliste compétent recourt d'emblée aux schémas cognitifs qui lui semblent les plus adéquats[102]. Si ces schémas conviennent tout à fait à la situation, en vertu du principe d'économie, le journaliste ne modifiera pas sa représentation (mentale) du monde, ni sa représentation des moyens de rendre compte du monde. En d'autres termes, ni ses schémas de référents ni ses schémas de reportage[103] ne seront touchés . Si, au contraire, un écart entre les schémas du journaliste et les conditions de sa pratique devient sensible, le dispositif cognitif du journaliste subit une pression plus ou moins forte. Si la pression se résorbe, parce que les conditions de la pratique sont revenues au *statu quo ante*, les schémas touchés resteront inchangés. Toutefois, si la tension perdure, elle déclenchera l'adaptation du dispositif cognitif[104]. L'ampleur de l'ajustement est fonction de l'écart entre les schémas cognitifs du journaliste et la réalité correspondante.

Imaginons un cas rare, mais particulièrement clair : un journaliste français est embauché comme reporter politique dans un journal québécois. Les schémas sur le système politique français acquis et enrichis pendant des années ainsi que les schémas de reportage développés au cours de la pratique professionnelle en France ne sont pas tout à fait appropriés au nouveau contexte de travail. En conséquence, ce journaliste, appelé à couvrir une campagne électorale, constatera fréquemment l'inadéquation de ses schéma (schéma de campagne électorale aussi bien que schémas de reportage (de conférence de presse, d'entrevue, d'article, etc.)) et n'aura d'autre choix que de les adapter en imitant plus ou moins scrupuleusement les pratiques courantes dans

[100] Cet aspect renvoie à la dimension sociale, ou pour ainsi dire phylogénétique, du schéma : les schémas évoluent du fait qu'ils sont utilisés par des agents cognitifs différents de ceux qui ont contribué à constituer leur contenu.
[101] Cet aspect renvoie à la dimension individuelle ou ontogénétique du schéma : les schémas d'un même individu évoluent dans le temps, changent du fait de l'ajout ou de la modification de certaines informations. De même, selon Sperber, « [l]a contribution des individus à la transmission culturelle varie au cours de leur vie : non seulement ils ne reçoivent et transmettent pas autant de choses ni les mêmes choses, mais en outre ils transforment ce qu'ils reçoivent dans différentes directions et transmettent à des destinataires différents selon l'étape à laquelle ils sont arrivés dans leur vie. L'amplitude des transformations que subit l'information transmise varie ainsi selon l'âge et le rôle social du communicateur et ceux de ses destinataires » (SPERBER, Dan. *La contagion des idées*... P. 161).
[102] Puisque cette sélection pertinente est un trait constitutif de la définition de la *compétence* du journaliste.
[103] Voir chapitre 1.
[104] Nous maintenons le modèle à son niveau le plus faible de complexité, mais il serait possible d'y introduire des dimensions supplémentaires. Ainsi, en plus du rapport entre la situation et les schémas cognitifs, il est possible de considérer le rapport entre les schémas cognitifs et l'organisation du média, qui est un médiateur entre le monde et le journaliste et dont le fonctionnement peut éventuellement s'éloigner (un peu ou beaucoup) des schémas du journaliste.

son nouvel environnement. Ce qui vaut, de manière pour ainsi dire exemplaire, dans un cas comme celui-ci, vaut aussi dans l'ensemble des autres journalistes. Par exemple, l'introduction de la caméra vidéo dans le reportage télévisé, dans les années 1970, a entraîné une modification importante et durable dans la manière de construire les nouvelles télévisées. Les méthodes et les schémas de reportage développés à l'ère du film devaient être remplacés par d'autres plus adaptés.

Si cet ajustement du schéma cognitif à la situation extérieure se manifeste textuellement dans les articles du journaliste, il devient une représentation publique, au sens où l'entend Sperber. Cette représentation d'une transformation, même mineure, dans la « méthode » de production du discours journalistique est susceptible d'être imitée par d'autres journalistes. Généralement, cependant, la situation varie en fonction des coordonnées spatio-temporelles particulières des journalistes (c'est-à-dire qu'elle est différente pour chacun des journalistes individuels). Toutefois, advenant le cas où la situation qui a provoqué une modification des schémas du journaliste possède une grande extension spatio-temporelle, les schémas d'un grand nombre de journalistes sont susceptibles d'être durablement affectés. Dans ce cas de figure, les représentations publiques produites par les journalistes touchés par la même situation sont semblables sous plusieurs coordonnées spatio-temporelles différentes, et la transmission est attribuable au mimétisme découlant de l'interaction des journalistes. Plus le système médiatique est dense[105], plus l'effet de ce mimétisme est susceptible d'être grand ; il peut même donner lieu à des emballements (effets de mode) éventuellement suivis de retour à la normale quand les protagonistes (généralement les responsables médiatiques) réalisent l'inefficacité des nouvelles pratiques en émergence[106]. Le processus d'imitation apparaît avantageux aussi bien sur les plans cognitif et discursif que financier. En effet, il est plus simple et plus sûr d'appliquer des formules éprouvées, si elles sont applicables, que d'en inventer de nouvelles dont l'efficacité est incertaine.

Si l'on retient une définition du changement du type de celle qu'offre Anthony Smith[107], un modèle explicatif du changement dans le journalisme implique de considérer non seulement l'*objet* du changement, mais aussi les *modalités* par lesquelles il advient. « Change, écrit Smith, is always change of some pattern or thing, be it a constitution or a coat, capitalism or civilisation. [...] In the social world, such subjects are generally traits, patterns or units. [...] Patterns themselves divide into two main groups. The first are constituted of norms and rules, customary or prescribed, which in some measure govern behaviour. »[108]. En d'autres termes, s'agissant du journalisme, le changement portera sur les règles, les conventions, les normes, qui donnent à une pratique spatio-temporellement située sa configuration particulière. « But there is also another

[105] C'est-à-dire plus sont grands le nombre de médias, le nombre de journalistes, le nombre de messages, la fréquence des messages, etc. Voir le chapitre 8 pour une discussion de ce type de situation.
[106] Par exemple, une chaîne de télévision publique dont l'auditoire du journal télévisé décline peut être tentée d'imiter la manière de faire de chaînes privées qui connaissent du succès commercial. L'adoption de la nouvelle formule peut être profitable, mais elle risque de heurter les habitudes du public de cette chaîne.
[107] « [A] succession of events which produce over time a modification or replacement of particular patterns or units by other novel ones » (SMITH, Anthony D. *Social change : social theory and historical processes*. London : Longman, 1976. P. 13)
[108] SMITH, Anthony D. *Social change*... P. 8.

use of the term « pattern », continue Smith, as when we refer to the pattern of trade or colonisation, conquest or revolution. Here the element of rule-governed behaviour is less important (though there may be a proportion, as for example in different types of colonial regime) than the tracing of a typical sequence of events ». Dans cette seconde citation, Smith attire l'attention non pas sur l'objet touché par le changement, en l'occurrence les conventions de la pratique journalistique, mais sur la manière dont le changement advient. À cet égard, nous suggérons de considérer deux types de transformations : le *changement « normal »* et la mutation, la métamorphose ou *crise paradigmatique*.

2 Le changement « normal »

Plusieurs, à l'instar de Mikhail Bakhtine, reprochent à la linguistique structurale de faire de la *langue* un corpus de règles auxquelles se conformeraient invariablement les énoncés. Selon cette conception, la stabilité est considérée comme la norme, et les transformations comme des exceptions. De même, les discours sur le journalisme procèdent souvent d'un postulat implicite suivant lequel les règles journalistiques, ayant atteint une forme optimale, devraient demeurer stables, les écarts apparaissant comme des erreurs ou des abus, voire des dérives ou des dérapages. Pour Bakhtine, au contraire, le changement linguistique est la conséquence normale de l'usage même de la langue. Or, dans le cas du journalisme comme dans celui de la langue, le changement est inhérent à la pratique discursive : là aussi, il constitue la norme plutôt que l'exception.

L'idée de changement « normal » voudrait que comme le simple usage de la langue en modifie les règles, le journalisme change du seul fait de la pratique[109]. En tant que pratique discursive, le journalisme implique une capacité, un *potentiel* de signification selon l'expression d'Halliday[110], qui permet la création de « différences » dans le contenu thématique (l'actualité change), dans le propos (le traitement change), dans le style, etc. à défaut de quoi le texte journalistique serait dépourvu de pertinence parce qu'uniforme et redondant. Ces « différences », nécessaires à l'énonciation de l'information (fonction référentielle) et à l'expression de la distinction entre médias et entre journalistes (fonction ostensive), peuvent être des effets à court terme s'évanouissant avec leurs causes (à savoir les situations rapportées), mais elles peuvent aussi perdurer au-delà du contexte où elles se sont manifestées. Si elles perdurent dans la même direction, ces « différences » entraînent, sur le plan référentiel, des modifications dans les cognitions des destinataires, du public : elles rendent compte, par exemple, de l'apparition des stéréotypes ou des changements dans l'opinion publique. Sur le plan ostensif, elles entraînent des

[109] « [U]sage will alter the rules of language ; indeed, language is constantly changing as a result of shifts of usage. Similarly, it is through the conduct of « knowledgeable human agents » that structures are produced, reproduced, and transformed » (CALLINICOS, Alex. « Anthony Giddens : a contemporary critique ». *Theory and society*. Vol. 14, no 2 (1985). P. 137).

[110] Michael A. K. Halliday définit le langage par le syntagme « *meaning potential* » : « Language, as we have stressed, is a potential: it is what the speaker can do. What a person can do in the linguistic sense, that is what he can do as a speaker/hearer, is equivalent to what he « can mean » ; hence the description of language as a « meaning potential ». (HALLIDAY, M.A.K. *Language as social semiotic : the social interpretation and meaning*. London : Edward Arnold, 1986. P. 27-28).

inflexions plus ou moins sensibles dans les règles de la pratique ou ce que nous appelons un *changement normal*.

En effet, quand un précédent a été posé, de quelque nature qu'il soit, suggère David K. Lewis, à moins d'avoir des raisons d'agir autrement, on a tendance à y conformer son comportement[111]. Par ailleurs, ces différences se manifestent lorsque la « densité » des pratiques le justifie. En effet, aussi longtemps que, dans un contexte de production quelconque, il suffit, pour créer une différence cognitive chez les destinataires, qu'un article représente la réalité sans aucune originalité stylistique[112], rien n'incite les journalistes à créer des différences sur le plan de la pratique. En d'autres termes, si pour rendre un message pertinent[113] il suffit de s'assurer qu'il est différent sur le plan référentiel sans qu'il soit nécessaire de le rendre différent sur le plan ostensif, en vertu du principe d'économie, le journaliste se contentera de la différence sur le plan référentiel. En revanche, si le nombre de scripteurs et de textes augmente dans une proportion plus grande que le public et le temps d'attention disponibles, les journalistes doivent faire un effort supplémentaire (sur le plan ostensif) pour maintenir la pertinence de leur texte au même niveau. Ainsi, le changement en journalisme survient dans des « pockets of more intensive communication », selon l'expression de Tommy Carlstein[114].

Le processus pourrait être résumé ainsi : l'usage répété d'une formule implique imitation, l'imitation implique multiplication des pratiques, la multiplication des pratiques implique densification des pratiques[115], la densification implique banalisation. La banalisation, en revanche, entraîne la recherche de distinction, laquelle implique d'autres manières de couvrir le même domaine. Et le cycle recommence.

À l'intérieur du modèle épidémiologique de Sperber, le changement « normal » apparaît comme la résultante d'une myriade de micro-événements discursifs, résultant de comportements tantôt

---

[111] LEWIS, David K. *Convention : a philosophical study.* Cambridge, Mass. : Harvard University Press, 1969. P. 36-37.

[112] Un style que Roland Barthes considère comme le degré zéro de l'écriture (BARTHES, Roland. *Le degré zéro de l'écriture*. Paris : Seuil, 1953.).

[113] Entendu, comme plus haut, dans le sens que lui donnent D. Sperber et D. Wilson, c'est-à-dire comme un rapport entre l'effort mis dans la production du message et l'effet cognitif du message. La pertinence maximale caractérise le message produit avec le minimum d'effort et qui atteint le maximum d'effet cognitif (dans la fonction ostensive).

[114] CARLSTEIN, Tommy. « The sociology of structuration in time and space : a time-geographic assessment of Giddens theory ». *Svensk Geografisk Årsbok = The Swedish Geographical Yearbook*. Vol. 57 (1981). P. 46. Jacques Siracusa exprime la même idée lorsqu'il écrit que « la différenciation des angles est une conséquence de la concurrence entre journaux sur un même catégorie d'objets » (SIRACUSA, Jacques. *Le JT, machine à décrire : sociologie du travail des reporters à la télévision*. Bruxelles : DeBoeck Université, INA, 2001. P. 163). D.L. Altheide a lui aussi noté que la multiplication des programmes de télévision sur le baseball, en particulier des reportages télévisés de parties a modifié la manière de traiter ce sujet (ALTHEIDE, D. L. *Media Power*. Berverly Hills : Sage, 1985. P. 175-188). S. Clayman et J. Heritage notent pour leur part un changement dans le ton des entrevues avec des personnalités publiques à la télévision britannique après l'abolition du monopole à la fin des années 1950 (CLAYMAN, Steven et HERITAGE, John. *The news interview : journalists and public figures on the air*. Cambridge : Cambridge University Press, 2002. En particulier, le chapitre 2 : « The news interview in context : institutional background and historical development » (P. 26-56)).

[115] En d'autres termes, un plus grand nombre d'individus-journalistes l'utilisent plus souvent, par rapport à d'autres règles ou pratiques.

mimétiques, tantôt « déviants » par rapport aux conventions. Les comportements « déviants », en se généralisant, entraînent progressivement et insensiblement la désuétude des anciens comportements, des valeurs ou des institutions associées à ces comportements et l'émergence de nouvelles règles, de nouvelles valeurs, de nouvelles institutions.

La permanence (du moins théorique) du *changement normal* dans le journalisme contribue à rendre difficile l'étude du journalisme comme configuration spécifique, donc transitoire, de règles de production discursive. La conceptualisation du journalisme comme paradigme (bien qu'il en soit un au sens fort du terme, avons-nous dit) est ainsi rendue malaisée par le fait que le modèle sur lequel se basent le journaliste novice pour intégrer les règles de la pratique et le journaliste expérimenté pour évaluer sa compétence professionnelle, ce modèle est en constante évolution ; chaque jour, en somme, le modèle est légèrement et imperceptiblement différent si bien que le changement étant incorporé progressivement mais insensiblement dans la pratique, il échappe à la conscience de ceux et celles qui l'instaurent.

3 La mutation

Le paradigme journalistique évolue plus ou moins lentement, mais il conserve une certaine cohérence interne qui le rend reconnaissable à ceux dont il gouverne la pratique discursive ou à ceux qui en étudient la production. Toutefois, certains éléments d'une configuration relativement stable peuvent, à certaines époques, subir des mutations qui entraînent à leur tour l'adaptation généralisée des autres éléments et, à terme, la métamorphose de l'ensemble de la configuration.

3.1 La nature et l'objet du changement

Le dictionnaire définit une métamorphose comme un « changement de forme, de nature ou de structure, si considérable que l'être ou la chose qui en est l'objet n'est plus reconnaissable ». Toutefois, l'idée même qu'une métamorphose du journalisme soit possible est loin d'être généralisée chez les historiens et les spécialistes des médias. Ainsi, les tenants d'une interprétation libérale ou « whig » de l'évolution du journalisme postulent l'unicité du journalisme et expliquent les changements qui l'affectent comme un progrès continu vers des formes supérieures[116]. D'autres, au contraire, disqualifient les formes anciennes et les considèrent comme une sorte de proto-journalisme, le véritable journalisme n'émergeant qu'à la fin du 19e siècle, avec les méthodes anglo-américaines de reportage[117].

La distinction entre *changement normal* et *mutation* ou *métamorphose* renvoie en somme à la dichotomie courante dans les sciences sociales entre changement dans la structure ou dans le système, d'une part, et changement de structure ou de système, d'autre part. En effet, on accepte volontiers l'idée que le *changement normal* concerne les transformations *à l'intérieur* de la

[116] CURRAN, James. « Media and the making of British society, c.1700-2000 ». *Media history*. Vol. 8, no 2 (2002). P. 135-154.
[117] CHALABY, Jean. *The invention of journalism*. London : Macmillan Press, 1998. Pour une brève discussion de ces deux points de vue, voir CHARRON, Jean et DE BONVILLE, Jean. « Le paradigme journalistique : usage et utilité du concept ». *CIFSIC-Bucarest-2003*. http://archiveSIC.ccsd.cnrs.fr/documents/archives0/00/00/07/90/index_fr.html (2003).

structure, laquelle conserve néanmoins sa configuration d'ensemble. Par ailleurs, l'acception courante de termes comme *mutation* ou *métamorphose* dénote plutôt un changement *de* structure. Le premier terme, plus général, désigne une *transformation profonde et durable*, tandis que le second spécifie l'objet formel (la *structure* ou la *forme*) et l'ampleur du changement (jusqu'à ce que cet objet ne soit plus reconnaissable).
Or, si l'on admet le principe même de changements de cet ordre, il faut ensuite, avant de chercher à observer le phénomène, établir la *nature*, la *structure* ou la *forme* spécifiques à l'objet « journalisme » de sorte qu'il devienne possible d'identifier les éléments qui se transforment au point que la configuration dans son ensemble ne soit plus reconnaissable. Si nous définissons le journalisme comme une *pratique discursive*[118], conclure à un changement de *nature*, impliquerait de considérer que le journalisme cesse d'être une pratique discursive pour devenir autre chose. En revanche, si on considère, par exemple, la mise en page des journaux, de la *Gazette* de Renaudot au *USA Today*, ou les propriétés textuelles de ces publications, on peut sans grande difficulté accepter l'idée que le journalisme a changé de *forme* ou de *structure* ; en d'autres termes, la configuration des règles de cette pratique et les traits spécifiques de sa production ont changé si profondément que la configuration ancienne n'est plus reconnaissable dans la pratique et la production actuelles.

Accepter le principe d'une métamorphose du journalisme (c'est-à-dire un changement *des* règles de production et non plus *dans les* règles) est lourd d'implications sur le plan théorique et méthodologique. Au plan théorique, ce choix suppose un modèle capable de rendre compte du processus de *passage d'une forme à une autre*, que suppose le terme *métamorphose*, et, s'agissant de la forme subséquente, de rendre compte du processus *d'apparition d'une nouvelle forme*, c'est-à-dire de la *morphogenèse* d'une pratique culturelle[119].

Au plan méthodologique, considérer le journalisme sous l'angle du changement implique obligatoirement d'adopter une perspective diachronique, tandis que le fait de caractériser ce changement comme une métamorphose oblige d'élargir la perspective jusqu'à ce qu'il soit possible d'embrasser la succession de plusieurs *formes*. Quelle durée est-il nécessaire de survoler pour être en mesure de rendre compte d'une métamorphose du journalisme, voire de *métamorphoses* successives ? L'historiographie fournit des indices à ce sujet. Si, par exemple, l'on se base sur les catégorisations empiriques des historiens, du type *presse d'opinion* ou *presse d'information*, l'observation d'une métamorphose, exigera d'embrasser des périodes

[118] CHARRON, Jean et DE BONVILLE, Jean. « Le journalisme ». Dans LEMIEUX, Denise (dir.). *Traité de la culture*. Québec : Éditions de l'IQRC, 2002. P. 889-907. Selon Dominique Maingueneau, « Le discours ne doit pas être pensé seulement comme un ensemble de textes, mais comme une *pratique discursive*. Le système de contraintes sémantiques, au-delà de l'énoncé et de l'énonciation, permet de rendre ces textes commensurables avec le «réseau institutionnel» d'un «groupe», celui que l'énonciation discursive à la fois suppose et rend possible ». Dans ce passage, Maingueneau renvoie à Michel Foucault, qui définit ainsi *pratique discursive* : « [C]'est un ensemble de règles anonymes, historiques, toujours déterminées dans le temps et l'espace qui ont défini à une époque donnée, et pour une aire sociale, économique, géographique ou linguistique donnée, les conditions d'exercice de la fonction énonciative ». (FOUCAULT, Michel. *L'archéologie du savoir*. Paris : Gallimard, 1969. P. 153-154.) Notre définition s'éloigne légèrement de celle de Foucault (voir à ce sujet CHARRON, Jean et DE BONVILLE, Jean. « Le paradigme journalistique : usage et utilité du concept »).
[119] Pour une synthèse sur l'approche morphogénétique, voir notamment ARCHER, Margaret. *Realist social theory : the morphogenetic approach*. Cambridge : Cambridge University Press, 1995.

débordant de plusieurs décennies, en amont et en aval, la durée empiriquement assignée à ces types de presse. En revanche, pour ce qui concerne la période contemporaine, l'historiographie n'apporte guère de lumière, mais le témoignage de journalistes appartenant à des générations différentes fournit un critère empirique pour déterminer la période à couvrir. On peut postuler, en effet, qu'une métamorphose s'est produite lorsqu'une cohorte de journalistes ne reconnaît plus ses règles dans celles de la cohorte suivante ou de la cohorte précédente et qu'elle juge les règles de ces autres cohortes non congruentes avec sa propre production[120].

L'identification précise de ce qui constitue une *forme* ou une *structure*, objet du changement, ne va pas non plus sans difficulté. Certes, nous avons convenu de définir le journalisme comme un ensemble de règles permettant la reproduction d'une pratique discursive spécifique. Toutefois, cette définition ne comporte pas de critère permettant de dénombrer ou d'inventorier les règles qui doivent être modifiées ni l'ampleur des modifications les affectant avant qu'il ne soit justifié de parler de mutation ou de métamorphose. Il faut donc se doter d'outils analytiques permettant de vérifier si la *forme* ou la *structure* (objet formel) du *journalisme* (objet matériel) demeure reconnaissable et quand elle cesse de l'être.

Ainsi, à propos de la manière dont un communiqué de presse est rapporté dans la presse britannique du début du 20e siècle, Donald Matheson constate : « The sentence reads oddly 100 years later. [...] The sentence belongs to a newspaper style that is now long gone, and to a whole cultural environment in Britain that disappeared with the development of the mass media in the late 19th and early 20th centuries »[121]. Il ne serait plus possible, selon Matheson, de produire un tel texte avec les règles contemporaines du journalisme. En d'autres termes, ce texte ne serait pas, aujourd'hui, considéré comme journalistique. Généralement, ce genre de constat est difficile à formuler de l'intérieur d'un paradigme, parce que, comme le suggèrent Mouillaud et Tétu[122], le paradigme est invisible aux spectateurs : c'est la fenêtre à travers laquelle ils regardent le monde. Pour les journalistes, il s'agit d'un point aveugle : ce n'est que lorsque les règles de leur pratique sont périmées qu'elles leur deviennent apparentes.

S'il est difficile, pour les personnes engagées dans une pratique discursive, de poser le diagnostic d'une métamorphose de cette pratique, elles ne peuvent pas, toutefois, ne pas réaliser, en tant qu'acteurs compétents, que *quelque chose change* dans cette pratique. Dans cette mesure, à tout le moins, le discours des journalistes est susceptible de fournir des indices de changement. En

[120] Nous avons utilisé ce critère dans plusieurs de nos recherches. Sur le plan théorique, cet indicateur est valide, puisque la métamorphose se définit comme un changement tel que la forme n'est plus reconnaissable. Sur le plan opératoire, il suffit de présenter des artefacts journalistiques d'une époque aux journalistes d'une autre époque (par exemple montrer le texte d'un article, une mise en page, une mise en titre, etc. des années 1970, 1960, 1950, etc. à un journaliste d'aujourd'hui ; ou de manière moins probante, de présenter des artefacts contemporains à des journalistes qui ont œuvré ou ont été socialisés dans les années 1970, 1960, 1950) : à partir du moment où le journaliste ne reconnaît plus dans l'artefact présenté un artefact qu'il aurait pu produire, lui, en tant que journaliste, le diagnostic de la métamorphose peut être posé.

[121] MATHESON, Donald. « The birth of news discourse : changes in news language in British newspapers, 1880-1930 ». *Media, Culture and Society*. Vol. 22, no 5 (2000). P. 552.

[122] MOUILLAUD, Maurice, TÉTU, Jean-François. *Le journal quotidien*. Lyon : Presses Universitaires de Lyon, 1989. P. 194. Ces auteurs n'appliquent pas explicitement la métaphore à la notion de paradigme, mais il est loisible de le faire, croyons-nous, sans trahir leur pensée.

outre, peut-on penser, plus les éléments remis en cause par le changement sont essentiels et plus l'ampleur du changement est grande (ce qui est caractéristique de la mutation), plus le discours se fera insistant et éloquent. Dans son ouvrage intitulé *The end of news*, Roger Bird cite plusieurs témoignages de journalistes ou d'enseignants trahissant un profond malaise à l'endroit de l'évolution de la profession. Par exemple, un directeur d'école de journalisme canadien se demande, au début des années 1990, de quoi les quotidiens peuvent être faits à une époque où les lecteurs connaissent la plupart des nouvelles importantes avant même leur publication[123]. Dans les années 1950, selon Bird, les journalistes n'entretenaient pas de telles préoccupations et semblaient d'emblée connaître les attentes des lecteurs. Or, même si, du point de vue d'un observateur neutre, la qualité de la pratique professionnelle ne semble pas avoir baissé dans les années 1990, les journalistes remettent en cause leur travail professionnel[124]. Au milieu du siècle, les journalistes disposaient de normes relativement stables, faisant consensus, au moyen desquelles les articles présentant des « anomalies » pouvaient être évalués et sur lesquelles ils pouvaient sans hésiter aligner leur pratique. Un demi-siècle plus tard, les points de repère font défaut, et le sentiment de crise (ou de tension cognitive, comme nous le préciserons plus loin) s'installe[125].

Les transformations qui précipitent une crise paradigmatique touchent donc des aspects essentiels de la pratique. Ainsi, la perplexité des journalistes canadiens des années 1990 n'étonne pas Roger Bird, puisqu'ils sont témoins de changements fondamentaux affectant notamment le caractère universel de l'information et son utilité pour le citoyen, remis en cause *de facto* par les considérations de marketing qui président à l'élaboration du contenu des médias[126]. Selon le diagnostic qui inspire ces stratégies, l'information, du moins le type d'information sur les affaires publiques caractéristique du journalisme jusque-là, soulève de moins en moins d'intérêt chez les lecteurs[127]. Puisque les gouvernants semblent devenus de simples gestionnaires de décisions prises par le *marché*, que les questions fondamentales ont déjà été réglées et que celles qui perdurent peuvent l'être sans l'intervention du public, les lecteurs se désintéressent de la gouverne politique. Dans ce contexte, les nouvelles sur les affaires publiques n'ont plus la cote : ni du public, ni des éditeurs, ni des annonceurs[128]. Cette situation nouvelle plonge les journalistes dans la perplexité et les oblige à adapter leur pratique. Les jeunes journalistes, qui ont grandi dans ce contexte, adoptent plus facilement, plus naturellement, le point de vue, la tournure, la formule qui semblent s'imposer, mais les plus âgés résistent ou remettent en question leur manière de faire.

3.2 Les modalités de la mutation : la crise paradigmatique

[123] BIRD, Roger. *The end of news*. Toronto : Irwin, 1997. P. 60.
[124] « Despite the obvious excellence in news reporting today, news people today are much more insecure than their compatriots of almost half a century ago. They continuously re-examine their appearance, the content of their products, and their responsibility to their readers, listeners and viewers. They carry out this self-examination from within an industry struggling to survive in a rapidly changing world » (BIRD, Roger. *The end of news*. P. 50).
[125] BIRD, Roger. *The end of news*. P. 146.
[126] BIRD, Roger. *The end of news*. P. 139.
[127] Tout comme cela avait été le cas de l'opinion à la fin du 19e siècle.
[128] BIRD, Roger. *The end of news*. P. 130.

Selon Lance W. Bennett et ses collaborateurs[129], un paradigme journalistique serait mis à l'épreuve à la manière d'un paradigme scientifique : les « anomalies » proviendraient de l'incapacité de résoudre un problème ou une énigme de l'intérieur du paradigme. Une crise paradigmatique exprimerait la difficulté, voire l'impossibilité, de rendre compte de la réalité dans un état donné du paradigme journalistique comme du paradigme scientifique. À moins de considérer que la science et le journalisme entretiennent le même type de rapport au réel – ce que nous récusons – cette conception nous semble fondamentalement erronée. En effet, la science est un discours dont la *validité* des propositions s'évalue par rapport à la *réalité*, tandis que le journalisme est un discours dont la *congruence* des propositions s'évalue par rapport à la *société*. Le discours scientifique est *accidentellement* contingent, tandis que le discours journalistique l'est *essentiellement* : le premier ne serait pas contingent si cela était possible, tandis que le second demeurerait contingent même s'il était possible qu'il n'en soit pas ainsi. Le premier est en rapport avec un objet stable[130], tandis que le second se rapporte à un objet changeant par définition. Ainsi, le jugement de congruence ou de non-congruence d'un ensemble de règles de production discursive est basé sur le rapport entre cette pratique et un état spatio-temporellement circonscrit de la société, comme le souligne plus haut Donald Matheson à propos de l'Angleterre de la fin du 19^{e} siècle[131].

La congruence d'un ensemble de règles ne fait pas l'objet d'un jugement normatif, explicite et objectif, posé par des experts, à partir de critères objectifs et stables, mais plutôt de constats empiriques, changeants dans leurs principes et qui prennent la forme de comportements de la part des journalistes et des autres acteurs sociaux, sources, reporters, secrétaires de rédaction, éditeurs, actionnaires, annonceurs ou lecteurs, engagés dans la production de l'« actualité ». Les pratiques respectives de tous ces acteurs visent à maintenir la production de l' « information » étroitement arrimée au processus de reproduction sociale, chaque catégorie d'acteurs étant engagée dans des systèmes de relations spécifiques (*spécifiques* étant ici prédicat de *systèmes*) et l'ensemble de ces systèmes étant imbriqués les uns dans les autres[132]. En somme, un paradigme journalistique est contingent en ce sens qu'il constitue une propriété culturelle émergente de structures sociales spatio-temporellement circonscrites.

Sur la base de ce qui précède, nous énoncerons les propositions d'un syllogisme essentiel à la démonstration et à la compréhension d'un changement de paradigme journalistique. Premièrement, un changement de paradigme implique une transformation telle que les règles de production du discours journalistique et le discours journalistique lui-même ne sont plus reconnus comme tels. Deuxièmement, la pratique journalistique est essentiellement contingente,

---

[129] BENNETT, W. Lance, GRESSETT, Lynne A. et HALTOM, William. « Repairing the news : a case study of the news paradigm ». *Journal of communication*. Vol. 35, no 2 (1985). P. 50-68.

[130] Logiquement et théoriquement stable, même si cet objet lui-même est susceptible d'évoluer et n'est pas totalement stable dans ses propriétés accidentelles : ainsi, même si le système solaire évolue, les lois susceptibles d'expliquer adéquatement chacun des états du système et son évolution constituent un corpus de connaissances unique et homogène.

[131] Pour plus d'objectivité dans l'analyse et le commentaire, la plupart des exemples de ce texte proviennent de périodes antérieures à la période contemporaine.

[132] CHARRON, Jean et DE BONVILLE, Jean. *Le journalisme dans le système médiatique : concepts fondamentaux pour l'analyse d'une pratique discursive*. Québec : Département d'information et de communication, Université Laval, 2003. (Études de communication publique ; 16). P. 7-10. Ces modalités d'interaction entre acteurs appartenant à plusieurs sous-systèmes sociaux doivent être mises en relation avec l'idée qu'un paradigme journalistique constitue un dispositif cognitif *collectif* au sens fort du terme, comme nous le suggérons dans le chapitre 1.

c'est-à-dire qu'elle est une propriété culturelle émergente d'un système social donné. Il s'ensuit donc qu'une transformation paradigmatique du journalisme sera la conséquence d'un changement en profondeur dans les structures sociales avec lesquelles la presse et le journalisme entretiennent des liens de congruence privilégiés. Ici, *privilégié* doit être interprété à la lumière des considérations qui suivent. Tout d'abord, la morphologie et la cohérence interne d'une configuration de règles de production discursive subit l'influence de plusieurs domaines (ou facteurs) spécifiques du système social (par exemple les domaines ou facteurs économique, politique, etc.)[133]. Ensuite, un de ces domaines ou facteurs exerce généralement une influence prépondérante, c'est-à-dire que les caractéristiques de la configuration discursive s'expliquent mieux, aux yeux des journalistes et des autres responsables de la production discursive ou aux yeux du scientifique et, *a posteriori*, de l'historien, en rapport avec ce domaine qu'en rapport avec les autres domaines.

Selon le postulat exprimé par le syllogisme précédent, les causes d'une transformation en profondeur dans le fonctionnement du journalisme doivent être recherchées dans un changement d'ampleur comparable dans les institutions ou structures sociales dont la presse subit l'influence. L'identification des institutions (ou structures sociales) en question est affaire de recherche empirique, puisque, en dernière analyse, l'influence de chacune sur la presse et le journalisme est fonction de sa capacité d'influer sur les autres institutions (ou structures) présentes dans chaque société particulière[134]. D'ailleurs, en cette matière, les différentes institutions sociales peuvent exercer une influence plus ou moins forte, et leur influence respective peut être convergente ou concurrente avec celle des autres institutions.

Dès lors, la question qui se pose est de savoir quelles sont les structures sociales qui influent de manière significative sur la pratique journalistique et, dans un contexte spatio-temporel donné, quel facteur spécifique exerce une influence prépondérante. De ce point de vue, nous proposons dans le chapitre 3 une hiérarchie des facteurs susceptibles d'entrer dans l'explication des changements dans le journalisme. Pour l'heure, nous nous limiterons à des propositions générales sur ces facteurs exogènes de changement.

Deux cas de figure sont possibles en ce qui concerne le domaine ou le facteur explicatif du changement dans le journalisme : celui-ci peut être attribuable à une transformation à l'intérieur du domaine ou facteur prépondérant ou encore découler d'une substitution de facteurs prépondérants. Dans le premier cas de figure, le changement se manifeste à l'intérieur même d'un domaine. Par exemple, la mise en place de structures de représentation parlementaires plus « démocratiques » à la fin du 18e siècle, en Amérique du Nord (dans les colonies britanniques aussi bien qu'aux États-Unis), entraîne l'émergence d'une presse d'opinion politique qui se

[133] Signalons au passage, quitte à y revenir plus tard, qu'un domaine ou facteur est lui-même défini à partir d'un système de règles et d'un ensemble de ressources.

[134] Par exemple, la capacité de la monarchie anglaise de faire une différence dans la vie politique britannique est plus faible en 1950 qu'en 1650 ; la capacité du clergé catholique d'influencer les consciences et les comportements des Québécois est plus grande en 1875 qu'en 1975 ; la capacité de l'« industrie » de la confiserie d'influer, par la publicité notamment, sur la consommation de chocolat est plus grande en l'an 2000 qu'en 1800. Les institutions qui exercent le plus d'influence sur le plus de gens et qui exercent le plus d'influence sur les autres institutions elles-mêmes (ou, dans les termes de la théorie de la structuration, aux règles et à la logique desquelles les règles et la logique des autres institutions sont les plus perméables) sont les institutions qui sont le plus susceptibles d'influer sur la presse et le journalisme.

substitue progressivement aux gazettes à vocation universelle, typiques de la presse nord-américaine du 18e siècle. Dans le deuxième cas de figure, le changement dans les structures sociales prend la forme d'une substitution pure et simple du facteur d'influence prépondérant. Ainsi en est-il, à la fin du 19e siècle, en Amérique du Nord, lorsque la presse achève de s'émanciper des tutelles politiques pour devenir un instrument essentiel de circulation du capital commercial et industriel.

L'hypothèse de la *prépondérance* d'un facteur, dans le modèle explicatif, présente les implications suivantes : 1) *plusieurs* facteurs exercent une influence sur le journalisme ; 2) l'*intensité* de cette influence est *variable* d'un facteur à l'autre ; 3) la *nature* de cette influence peut être *différente* d'un facteur à l'autre (tous les facteurs n'influent pas nécessairement sur toutes les dimensions du journalisme) ; 4) plusieurs facteurs sont susceptibles d'entrer en *concurrence* pour la prépondérance. Ces propositions peuvent être illustrées en prenant pour exemple l'influence respective des facteurs économique et politique. Ainsi, la pratique des gazetiers des 17e et 18e siècles est fortement déterminée par le poids de pouvoirs politiques souvent autocratiques. La « légèreté » de l'appareil de production technique[135] laisse la presse relativement autonome par rapport à l'ensemble de la structure économique[136]. La politique (et, éventuellement, l'économie) n'est certes pas le seul facteur à influer sur le journalisme comme en témoignent les gazettes de cette époque, qui contiennent des traces évidentes des conventions établies par les imprimeurs en matière d'édition depuis le 15e siècle. La libéralisation des régimes politiques, au 19e siècle, est le résultat de conflits entre groupes socio-économiques, conflits qui transparaissent dans la presse : en effet, la rhétorique de la presse d'opinion à l'époque où les bourgeois disputent à l'aristocratie la gouverne de l'État est fort différente que celle de la presse de partis au moment où la bourgeoisie a fini de s'imposer comme la classe dominante. À la fin du 19e siècle, en revanche, la révolution industrielle qui transforme la production des biens de consommation courante et l'émergence d'une véritable industrie de la publicité achèvent d'arrimer solidement le journalisme à l'économie. La conjoncture politique des régimes démocratiques apparus au 19e siècle n'affecte plus que superficiellement la presse, tandis que les règles de production journalistiques se sont profondément transformées en réponse aux impératifs commerciaux des annonceurs et des éditeurs de journaux[137]. Du 17e au 20e siècle, en somme, l'influence de facteurs politiques décline au profit de celle de facteurs économiques[138].

---

[135] Mesurée notamment du point de vue du coût d'entrée dans le système de production éditoriale, en coûts de production, etc. (Pour une perspective historique sur cette question, voir notamment HØYER, Svennick, HADENIUS, Stig et WEIBULL, Lennart. *The politics and economics of the press : a developmental perspective*. Beverly Hills : Sage, 1975 ; OWEN, Bruce M. *Economics and freedom of expression : media structure and the First Amendment*. Cambridge, Mass. : Ballinger, 1975).

[136] Cela ne signifie pas que la technique et l'économie de cette époque ne contraignent pas chacune à leur manière le journalisme, mais plutôt que le pouvoir politique exerçant lui-même un rôle prépondérant dans l'organisation économique, il est à l'origine des inflexions les plus importantes dans l'évolution du journalisme.

[137] Voir en particulier à ce sujet, en ce qui concerne les États-Unis, BALDASTY, Gerald J. *The commercialization of news in the nineteenth century*. Madison : University of Wisconsin Press, 1992, et, en ce qui concerne le Québec, DE BONVILLE, Jean. *La presse québécoise de 1884 à 1914 : genèse d'un média de masse*. Québec : Presses de l'Université Laval, 1988. En particulier, le chapitre 7 : « La publicité : fondement de la presse marchande » (p. 313-354).

[138] Par ailleurs, à l'intérieur d'une même famille de facteurs, qu'ils soient politiques, économiques ou techniques, le même facteur n'exerce pas toujours et partout la même influence. Une technique particulière peut ainsi, selon le contexte, exercer une influence positive ou négative. Par exemple, à la fin du 19e siècle, la linotype (composition

La proposition théorique selon laquelle les propriétés de fond et de forme de la pratique journalistique subiraient l'influence d'institutions sociales d'une nature autre que discursive n'est pas neuve. On la retrouve dans différentes versions de l'approche marxiste aussi bien que dans le structuralisme d'un Michel Foucault. S'inspirant de ce dernier, Dominique Maingueneau écrit que le « recours à [d]es systèmes de contraintes [qui permettent de rendre compte de l'ensemble des discours effectivement produits puisqu'ils servent à les produire] n'implique nullement une dissociation entre la pratique discursive et d'autres séries de son environnement socio-historique. Il permet au contraire d'approfondir la rigueur de cette inscription historique en ouvrant la possibilité d'isomorphismes entre le discours et ces autres séries sans pour autant réduire la spécificité des termes ainsi corrélés »[139]. S'il faut accepter d'emblée l'existence de rapports essentiels entre le journalisme et son environnement social en général, il n'est pas certain, voire peu probable, qu'il s'agisse, d'isomorphismes. D'ailleurs, nous ne voyons pas l'utilité de postuler cette identité de structure. Nous considérons plus vraisemblable l'hypothèse, déjà énoncée, selon laquelle les traits du journalisme seraient dans un rapport de *congruence* avec les structures sociales. Si l'on postule l'isomorphisme, la tâche du scientifique consiste à rechercher une parenté de formes entre les structures discursives et les structures sociales. Si l'on adopte la seconde perspective, la démarche consiste plutôt, d'une part, à identifier les variables intermédiaires par le truchement desquelles se transmet l'influence d'institutions sociales en apparence sans rapport avec le discours journalistique et, d'autre part, à démonter les « mécanismes » de cette influence. Postuler l'isomorphisme des structures culturelles et des autres structures sociales impose une contrainte sévère à l'observation scientifique et alourdit substantiellement le fardeau de la preuve que doit monter le chercheur. Le terme congruence, plus faible, nous semble donc plus approprié.

Toutefois, si le postulat de l'isomorphisme des structures semble peu vraisemblable, l'hypothèse de la congruence des structures discursives et sociales ne s'impose pas non plus d'emblée. Nous chercherons à montrer comment il serait possible de la vérifier, en concentrant notre attention sur l'environnement immédiat de la pratique journalistique, soit l'organisation de presse.

Dans l'entreprise de presse capitaliste, pour laquelle la rentabilité constitue la norme déterminante, des règles congruentes avec ce critère visent nécessairement les journalistes[140]. Par exemple : « Un bon journaliste produit beaucoup d'articles ». Cette règle implicite se traduit en dispositions chez les journalistes et en attentes chez les responsables de la rédaction. Dans l'entreprise de presse de la fin du 19^{e} siècle, elle sert même de justification idéologique au mode de rémunération à la pièce[141]. Autre exemple : « Un bon journaliste publie régulièrement des primeurs ». Cette règle est elle aussi profondément intégrée par les journalistes et influe sur l'ensemble de leur pratique. De leur point de vue, elle constitue un critère objectif de

---

mécanique au plomb) constitue un net progrès du point de la mise en page des journaux , notamment de la une, tandis qu'un siècle plus tard, d'autres techniques plus souples lui ayant succédé, elle apparaît surtout comme une lourde contrainte.

[139] MAINGUENEAU, Dominique. *Genèse du discours*. Bruxelles : Pierre Mardaga, 1984. P. 14.

[140] BANTZ, Charles R. « News organizations : conflict as a crafted cultural norm ». *Communication*. Vol. 8, no 2 (1985). P. 233. RYAN, Bill. *Making capital from culture : the corporate form of capitalist cultural production*. New York : Walter de Gruyter, 1992.

[141] L'expression penny-a-liners désigne à l'époque les journalistes anglais rémunérés selon la longueur de leurs articles.

valorisation ; par ailleurs, elle fournit à la direction un critère d'évaluation indiscutable et discriminant. Ces deux règles, qui posent des objectifs professionnels et fournissent les moyens d'en évaluer l'atteinte, sont typiques du journalisme d'information.

Les objectifs commerciaux de l'entreprise de presse n'appartiennent pas en tant que tels au paradigme journalistique. Toutefois, ces objectifs se traduisent à leur tour dans un ensemble de règles de pratique applicables aux gestionnaires des services commerciaux (la publicité et le tirage en particulier) aussi bien qu'aux cadres de la rédaction[142]. Ces deux catégories d'objectifs et de règles sont en phase les unes avec les autres : les règles de gestion, qui sont un moyen et un indice de l'adaptation de l'entreprise de presse aux contraintes de son environnement, sont traduites, pour les journalistes, en directives qu'ils peuvent adapter à leur pratique et auxquelles ils doivent adapter leur pratique. De cette manière, les règles journalistiques transforment les intérêts commerciaux de l'entreprise en valeurs professionnelles, auxquelles les journalistes adhèrent comme s'ils en étaient les auteurs. Les règles, normes, conventions, codes sécrétés par les journalistes en réponse aux pressions organisationnelles se traduisent en productions discursives plus ou moins stéréotypées, en formules, en genres, etc.

De ce point de vue, une période de crise paradigmatique se caractérise, au plan théorique, par un niveau élevé de non-congruence entre les différentes catégories d'objectifs et de règles, non-congruence consécutive à une reconfiguration des règles de fonctionnement de l'organisation en réponse à des changements profonds et à long terme de son propre environnement, économique, politique ou social. Au plan empirique, la crise se manifeste par l'apparition, dans la conscience discursive d'une proportion significative de journalistes, d'une forte tension cognitive portant sur des éléments du paradigme considérés comme importants, voire essentiels. En d'autres termes, lorsque survient une crise paradigmatique, les systèmes de règles applicables dans l'environnement immédiat du journaliste se transforment en profondeur si bien qu'elles cessent d'être en phase avec la configuration particulière de règles journalistiques en application[143]. Cependant, le niveau de non-congruence entre les règles de l'organisation et celles des journalistes n'augmente pas indéfiniment et de manière exponentielle, puisque la tension ainsi produite tend à stimuler le processus d'innovation, c'est-à-dire l'adaptation des règles journalistiques aux nouvelles règles prévalant dans l'environnement. Bref, la crise ne se caractérise pas seulement par la tension, mais aussi par l'innovation qui en résulte.

En somme, les systèmes de règles contigus (dans le sens des règles qui s'appliquent dans les domaines immédiatement voisins, par exemple l'entreprise de presse et la salle de rédaction) sont relativement autonomes, mais il existe un grand nombre de points de contact, autour desquels peuvent se manifester des tensions. Ainsi, les journalistes produisent de leur propre chef, en tant que groupe professionnel, des règles ou des valeurs qui ne sont pas nécessairement et d'emblée compatibles avec l'ensemble des intérêts et les principes de fonctionnement de l'organisation de presse. De fait, les deux catégories d'objectifs sont sans doute en tension constante, et le résultat

[142] En fait, cette seconde catégorie de règles constituerait un paradigme de gestion.

[143] Par exemple, les règles suivantes : « Un bon journaliste exprime de manière convaincante les principes politiques du journal » ou « Un bon journaliste sait tourner en ridicule les tenants des opinions opposées à celles du journal » entrent dans la composition du paradigme du journalisme d'opinion. Or des règles de gestion qui font de la rentabilité commerciale de l'organisation de presse le critère supérieur sont difficilement compatibles avec des règles comme celles-là.

de cette tension, sur le plan discursif, se rapproche tantôt des objectifs journalistiques[144], tantôt des objectifs de l'organisation[145]. Mais, à long terme, dans cette affaire de pot de terre et de pot de fer, les objectifs des journalistes demeurent moins impérieux que ceux de l'organisation. Ainsi, comme l'écrit Margaret Gallagher, à propos des médias contemporains, « [i]n times of financial stringency, particularly, experimentation and originality tend to be subordinated to predominantly market considerations »[146].

L'hypothèse de la congruence des structures discursives et sociales peut sembler nécessaire à l'explication, mais demeurer difficile de démonstration, lorsque appliquée à l'ensemble des facteurs, surtout si l'on considère l'état de congruence comme une réalisation *ad hoc* ou, en d'autres termes, si la congruence structurelle entre le journalisme et son environnement doit apparaître comme un résultat expressément recherché par les acteurs. Il faut ici revenir sur la notion d'*isomorphisme* pour lui faire jouer un rôle plus modeste, mais néanmoins crucial. En effet, il apparaît évident à qui s'intéresse un tant soit peu à l'organisation d'une société donnée qu'il existe une correspondance des formes ou des structures dans les différents domaines de l'activité humaine ou, en d'autres termes, que les principes d'organisation, les modes de gestion, les modalités de régulation des institutions sociales ont tendance à se ressembler d'un domaine à l'autre.

Même constat au plan technique : des dispositifs jouent des fonctions homologues dans des montages aux finalités très différentes. L'engrenage, le système bielle-manivelle, la machine à vapeur, le moteur à combustion interne, l'induction électrique, l'électronique, etc. entrent dans le fonctionnement d'un grand nombre d'appareils. Ces solutions techniques ne viennent généralement pas une à une, mais forment plutôt, selon les époques, un « complexe technologique », selon l'expression de Raymond Williams[147]. Machines à coudre, à écrire ou à calculer sont toutes redevables à la naissance de la mécanique de précision, qui se généralise au 19e siècle. Les solutions offertes par cette petite mécanique sont appliquées aux domaines d'activités dans lesquels les besoins sociaux se font sentir le plus vivement et dans les secteurs qui autorisent l'amortissement de la recherche et développement. La machine à coudre est commercialisée avant la machine à calculer ou la machine à pointer en grande partie parce que le besoin de ces dernières (machines à calculer et à pointer) ne devient rentable qu'avec la bureaucratisation des grandes entreprises et des administrations publiques.

Un complexe technologique est donc contemporain de dispositifs sociaux présentant eux aussi de fortes homologies entre eux. Ainsi, la croissance industrielle de la seconde moitié du 19e siècle exige de nouvelles méthodes d'organisation du travail et de gestion de l'information. Le phénomène de bureaucratisation qui touche l'entreprise industrielle touche aussi l'administration publique. Ainsi, pour ne citer qu'un exemple, les recensements de la seconde moitié du 19e siècle

[144] Par exemple, lorsque les journalistes disposent d'une force de pression significative, et que l'entreprise dispose de la marge de manœuvre nécessaire pour donner satisfaction à leurs objectifs.
[145] Par exemple, lorsque l'entreprise ne dispose pas des ressources nécessaires pour donner suite aux attentes des journalistes, et que les conditions du marché réduisent sa marge de manœuvre.
[146] GALLAGHER, Margaret. « Negotiation of control in media organizations and occupations ». Dans GUREVITCH, Michael, BENNETT, Tony, CURRAN, James et WOOLLACOTT, Janet. *Culture, society and media*. London : Methuen, 1982. P. 165
[147] WILLIAMS, Raymond. *Television : technology and cultural form*. Hanover, New Hampshire : Wesleyan University Press, 1992. P. 7-8.

portent sur les établissements industriels, sur la main d'œuvre et son alphabétisation autant que sur la taille de l'effectif humain. Pour gérer ces masses d'information considérables rendues nécessaires par la complexité croissante de l'activité économique, les techniques de collecte et de traitement de l'information s'améliorent. Herman Hollerith met au point une machine de traitement des données à cartes perforées dont les brevets échoiront à la Computing Tabulating Recording Company, l'ancêtre d'IBM[148].

Machine à vapeur et chemin de fer, télégraphe électro-magnétique et tramway électrique, papier à pulpe de bois et rotative, machine à écrire et linotype : toutes ces inventions reposent sur un corpus de connaissances commun et semblent autant de solutions techniques à des besoins sociaux apparentés. Elles sont étroitement liés au capitalisme commercial, à la démocratie parlementaire, à la société par action (sarl), etc.

La société par actions, quant à elle, est une technique sociale conçue pour assurer un meilleur accès au capital. C'est un trait structurel de l'économie nord-américaine du 19e siècle. Lorsque le privilège de se constituer en société par actions à responsabilité limitée est étendu aux entreprises d' imprimerie (donc aux journaux) au Canada en 1869, c'est que l'industrialisation de ce secteur d'activité exige déjà des immobilisations importantes, qui dépassent le seuil de risque acceptable aux imprimeurs artisans. La société par action, elle-même associée à des innovations qui posent des problèmes économiques en même temps qu'ils solutionnent des problèmes techniques[149], soulève à plus ou moins long terme la question de la rémunération adéquate du capital dans le domaine de l'édition. Elle stimule donc l'industrialisation en même temps qu'elle répond aux problèmes de financement qu'engendre cette dernière.

L'industrialisation accentue la division du travail, entre les responsables commerciaux de l'entreprise de presse, le personnel technique (typographes, pressiers, etc.) et la rédaction. La salle de rédaction d'un grand quotidien de la fin du 19e siècle, éclairée à l'électricité, équipée de récepteurs télégraphiques et téléphoniques, de machines à écrire et d'un système de distribution pneumatique des documents, à l'intérieur de laquelle s'activent plusieurs catégories de rédacteurs, de cadres de rédaction, etc.[150], cette salle de rédaction n'est que la réplique, *mutatis mutandis*, des salles de travail dans une grande entreprise ou dans l'administration publique. C'est une technique sociale qui s'est répandue là où la taille et la complexité de l'information à traiter le justifiait.

Faisons un pas de plus dans cette exploration des niveaux de congruence structurelle, cette fois en direction des structures journalistiques proprement dite. La « departementalization » du journal, entre nouvelles locales ou internationales, entre l'économie ou le sport, entre l'éditorial et le reportage, entre les pages intérieures et la *une* répond à la division du travail dans la salle de rédaction, dont il vient d'être question. Cette thématisation de l'espace du journal donne lieu,

---

[148] Sur ces questions, voir notamment BENIGER, James R. *The control revolution : technological and economic origins of the information society*. Cambridge, Mass. : Harvard University Press, 1986 ; CHANDLER, Alfred D. Jr. et CORTADA, James W. *A nation transformed by information : how information has shaped the United States from colonial times to present*. Oxford : Oxford University Press, 2000.

[149] Les rotatives à vapeur des années 1860 permettent d'élever substantiellement les tirages, mais elles coûtent plus cher que les presses à platine ou à cylindre qu'elles remplacent.

[150] Voir, par exemple, le chapitre 2 « Newspaper office organization » dans GIVEN, John L. *Making a newspaper*. New York : Henry Holt and Co, 1907. P. 22-29.

quant à elle, à une spécialisation de l'écriture journalistique. L'amorce et la pyramide inversée, pour n'en retenir que deux traits, sont donc des caractéristiques spécifiques d'une classe de textes produits à l'intérieur d'une organisation industrielle, où règne la division du travail entre personnel technique et personnel de rédaction[151], entre reporters et secrétariat de rédaction[152]. Cette entreprise de presse prend elle-même place dans une société plus complexe, dans laquelle les institutions sont de plus en plus spécialisées : l'éditeur d'un journal a cessé d'être, au plan social et politique comme au plan technique, un homme à tout faire. Des agences de presse, des agences de publicité, des sociétés de relations publiques, etc. dispensent le personnel de l'entreprise de presse de tâches dont il s'acquittait naguère de routine. Dès lors que le promoteur peut s'adresser à une agence de publicité pour mousser ses services et que le politicien peut compter sur un relationniste[153] pour promouvoir son programme et sa personne, l'objectivité du reportage devient possible. Pour le journaliste, elle instaure un nouveau rapport au réel, adapté à une société dans laquelle existe entre les institutions un niveau élevé de division du travail social[154].

Dans une logique semblable, chronométrie de précision, rapidité de transport et de transmission, accélération de la circulation du capital et, pour le journal, accent sur la primeur, sont des traits techniquement et socialement associés. Dans ce contexte, la définition même du référent journalistique a tendance à changer. De même, à une époque où Thomas Edison et Graham Bell mettent en marché leurs machines à enregistrer la parole, de plus en plus d'événements sont des déclarations émanant de représentants d'institutions publiques, et les journalistes en font la collecte au moyen de différentes techniques de reportage, dont l'entrevue, qui se répand. L'hôtel de ville, le poste de police, les hôpitaux, les cours de justice deviennent des sources privilégiées d'une information toujours disponible et toujours fraîche, peu coûteuse à rapporter.

Ce long développement n'avait pas pour but de démontrer la congruence des structures – il s'agit-là d'un travail de recherche empirique – mais plutôt d'établir la vraisemblance et l'utilité heuristique de cette hypothèse et de suggérer des pistes pour la vérifier. Nous terminerons par de

---

[151] La pyramide inversée permet au secrétaire de rédaction de « couper » à partir de la fin de l'article en réponse à l'invitation du prote, responsable de la composition typographique.

[152] Le reporter ordonne les faits ; le secrétaire de rédaction contrôle cet ordre et retouche le style.

[153] Ce n'est pas un hasard si, à l'origine, aux États-Unis, on les appelle des press agents.

[154] Bill Ryan, qui s'intéresse à la question des rapports entre la production « culturelle » et l'économie d'entreprise, donne une interprétation semblable : « Within publishing, the growth and consolidation of newspaper companies illustrates the transition from craft workshop to the capitalist workshop. As emerging reading publics in the 18th and 19th centuries provided opportunities for expansion, weekly, bi-or tri-weekly and later daily publication permitted permanent employment of writers with new types of skills (journalists), coordinated by a leading artist, the editor [...]. This form did not evolve further until companies reorganised from the late 19th century under the dual impact of new competitive conditions and a push from journalists towards professionalisation. From then, newspaper production was increasingly organized around a more specialized division of labour; journalistic work was sub-divided into sub-editors, specialist and general reporters, rules and conventions were developed governing employer-employee relations, job specifications, gradings, salary levels, and codes of practice, and the position of editor was ascribed a legal rational form of authority. In combination, these conditions gave companies their present-day, corporate, bureaucratic form with creation organized around a project team [...] Bureaucratisation within the creative stage of production is therefore partly explained as an organisational response to the economics and dynamics of competitive expansion. The irrationality of creativity was mediated by a division of labour on the one hand, and direction by creative managers employed as agents of capital on the other. [...]The fact is that formatting represents a tendency towards rationalisation of cultural work as cultural work, as a development of the workshop model » (RYAN, Bill. *Making capital from culture…* P. 152-153.).

brèves considérations sur le rythme du changement et sur la nature des transformations susceptibles d'entraîner la métamorphose d'une pratique.

Les changements dans le journal induits par les transformations de son environnement organisationnel ne se produisent pas tous au même rythme. Ainsi, les règles d'édition manifestent une plus grande perméabilité au changement que les règles de rédaction[155], puisque leur modification relève souvent de décisions ponctuelles prises par le personnel de rédaction du journal. En conséquence, la mise en page typique du journal d'information, caractérisée notamment par les gros titres, l'illustration ou la une, s'impose avant que les techniques de reportage spécifique à cette forme de journalisme n'aient complètement transformé l'article de journal lui-même. Ce type de changement, en effet, implique une adaptation des schémas cognitifs, des schémas de reportage notamment, et requiert donc plus de temps.

Par ailleurs, les modifications de la pratique journalistique qui entraînent à terme sa métamorphose ne diffèrent pas, en nature, de celles qui produisent du changement normal. La principale différence entre les deux types de changement s'expliquerait sans doute plutôt par la manière dont chacun prend place. Plus précisément, la métamorphose serait l'effet émergent d'une longue série de boucles de rétroaction positive qui amplifieraient les déviations par rapport à la structure originelle et se renforceraient avec le temps[156], de sorte que structure originelle deviendrait éventuellement méconnaissable et que les règles en usage, complètement désynchronisées par rapport à la structure originelle, ne permettraient plus de la reproduire.

E. Cornwell décrit bien ce processus dans le cas des conférences de presse du président des Etats-Unis[157]. Ce type d'interaction s'est institutionnalisé parce qu'aucun autre moyen ne permettait aux parties de communiquer de manière aussi efficace : les organes de parti avaient plus ou moins cessé d'exister, et les services de propagande n'étaient pas encore apparus. Restait donc la presse commerciale, fortement motivée par l'accès B une source d'information d'un aussi grand intérêt médiatique. De Woodrow Wilson à Eisenhower, les conditions des interactions de l'homme politique avec les journalistes se modifient, tantôt à l'initiative du premier, tantôt sous la pression des seconds, mais la réaction positive de l'autre partie à un grand nombre de ces initiatives place éventuellement les présidents subséquents dans l'impossibilité d'un retour en arrière. Ainsi, Franklin D. Roosevelt prend un certain nombre de décisions sur lesquelles il ne sera plus possible de revenir ; par exemple, l'obligation de soumettre à l'avance et par écrit les questions posées au président cesse définitivement de s'appliquer. Par ailleurs, ce président instaure une catégorisation des propos (pour diffusion (avec ou non autorisation de citer en style direct), « background », « off the record ») qui correspond bien au type de relations personnelles, conviviales et paternalistes qu'il instaure avec les journalistes. Sous Truman, les conférences de presse ne se tiennent plus dans le bureau présidentiel mais dans une autre salle, où, à cause du grand nombre de participants, on en vient à installer des microphones. À la demande des

[155] Voir le premier chapitre pour la distinction entre ces deux classes de règles. En gros, les règles d'édition concernent notamment la mise en page, l'organisation thématique du contenu du journal, tandis que les règles de rédaction portent sur l'écriture journalistique comme telle.
[156] Pour une présentation plus détaillée de ce processus de changement voir BUCKLEY, Walter. *Sociology and modern systems theory*. Englewood Cliffs, N.J. : Prentice Hall, 1967. P. 58-66. MARUYAMA, Magoroh. « The second cybernetics : deviation-amplifying mutual causal processes ». *American Scientist*. Vol. 51 (1963). P. 164-179.
[157] CORNWELL, Elmer E. « The presidential press conference : a study in institutionalization ». *Midwest journal of political science*. Vol. 4, no 4 (nov. 1960). P. 370-389.

journalistes et parce que les moyens techniques pour le faire sont devenus disponibles, les conférences de presse sont enregistrées. Par la suite, en particulier pour satisfaire les besoins de la radio, le président autorise la citation en style direct de certains de ses propos. Sous Truman, la conférence de presse est donc devenue une institution bien réglée de sorte que, malgré sa réticence pour ce type de rapport avec les journalistes, son successeur n'a d'autre choix que de maintenir l'institution. Bien plus, les conditions techniques et commerciales de la radio-télévision changeant, Eisenhower doit admettre les caméras de cinéma et de télévision B la conférence de presse de sorte que dès lors toute la conférence est filmée, et la citation en style direct des propos du président devient une routine. De rencontre plus ou moins privée et informelle (« casual encounter ») entre le président et les reporters, la conférence de presse est devenue un rituel public (« formal interpellation »)[158] ; de source d'information pour alimenter des articles de politique, elle est devenue un événement à proprement parler. Alors que, jusqu'à Truman, il aurait été possible au président de restaurer les anciens rapports avec la poignée de correspondants parlementaires reçus dans le bureau présidentiel, après Eisenhower, cette structure échappe complètement au président et aux journalistes eux-mêmes et règle leur interaction pour ainsi dire de l'extérieur. Ce cas d'institutionnalisation d'un nouveau contrat de communication entre la présidence et la presse illustre le type de changement que nous avons convenu d'appeler une métamorphose.

Conclusion

Dès lors qu'il est admis que tout changement, y compris un changement de l'ordre de la métamorphose, suppose la transformations de systèmes de règles et leur adaptation réciproque, il devient évident qu'un changement de paradigme journalistique ne peut s'opérer que progressivement. Le syntagme *crise paradigmatique* ne doit pas induire en erreur : c'est le paradigme en tant que système cohérent de règles, de valeurs, de représentations qui entre en crise. La métaphore caractérise l'état de ce système, et non pas l'état psychologique des acteurs. Certes, ceux-ci peuvent ressentir une certaine tension cognitive du fait de la concurrence des règles, normes, valeurs, schémas employés par les autres acteurs, mais s'ils parviennent à adapter leur pratique aux pressions de l'environnement socio-cognitif, cette tension se résorbe. Or le paradigme entre en crise précisément lorsque ce travail d'adaptation socio-cognitif, auquel donne lieu la pratique même des journalistes, se poursuivant avec succès sur une période suffisamment longue, entraîne des modifications suffisamment importantes d'un nombre suffisamment important d'éléments pour que le système, tel que défini en tant que configuration de règles, valeurs, schémas, etc. perde sa cohérence initiale et acquière une cohérence nouvelle à partir d'éléments anciens ou nouveaux formant une configuration significativement différente de la configuration de départ[159]. Or pour que l'organisation demeure fonctionnelle alors qu'un tel processus se poursuit en son sein, il faut que les responsables ultimes de ce changement, les journalistes, aient le sentiment de continuer de maîtriser le dispositif cognitif nécessaire à leur pratique : la crise du paradigme journalistique n'est pas celle de la compétence des journalistes. En d'autres termes, la crise du paradigme appartient à l'univers conceptuel du chercheur ; la conscience du journaliste définit autrement le même processus même si cette définition implique nécessairement changement et tension.

[158] CORNWELL, Elmer E. « The presidential press conference : a study in institutionalization »… P. 381.
[159] Départ est relatif, ici, non pas à l'évolution historique, mais à l'observation du chercheur.