

**Université Lumière**

Lyon II

**MÉMOIRE DE DEA**

Sciences de l'Information et de la  
Communication

option : Langages et symboliques de la  
communication et des médias

# **La place de l'éthique dans la construction de l'identité professionnelle des journalistes**

**Magali Prodhomme**

Direction : Jean-François Tétu - Université Lyon II

Codirection : François-Xavier Alix

**Septembre 1999**

---

## La place de l'éthique dans la construction de l'identité professionnelle des journalistes

---

### Résumé :

Un des aspects de l'assemblage identitaire du journaliste est celui des tentatives de représentation normative de la compétence journalistique à travers les discours du Syndicat national des journalistes (SNJ). En effet, au-delà des cadres réflexifs pléthoriques, qui témoignent d'un grand éparpillement des approches de l'éthique appliquée aux médias, à l'information ou aux journalistes, les projets d'encadrement du SNJ en matière de déontologie et d'éthique journalistiques, constituent un héritage déterminant. L'analyse sémiotique des discours du SNJ, en tant que traces historiques de la construction de l'identité professionnelle, aide à comprendre les causes endogènes de la crise identitaire et mène à la question des nouveaux cadres d'identification créés par une tendance générale à la dérégulation. La problématique éthique devient dès lors pertinente en ce sens qu'elle est l'un des socles originels de l'identité professionnelle des journalistes.

**Descripteurs français :** Éthique; déontologie ; Identité professionnelle ; Syndicat national des journalistes ; journaliste ; histoire du journalisme.

---

### Abstract :

Ethical problematics is relevant because it is part of the original bases of journalists' professional identity. The semiotic analysis of SNJ's speeches as historical marks of journalists' professional identity building, is a good help for the understanding of endogenous reasons of the identical crisis and leads to the question of new identification frame generated by the general tendency of deregulation.

**English keywords :** Ethic ; deontology ; professional identity ; National Syndicate of journalists ; journalist ; journalist history.

---

J'exprime à Jean-François Tétu et à François-Xavier Alix, respectivement directeur et codirecteur de ce mémoire, mes sentiments de respectueuse gratitude. Observateurs exigeants, ils ont éclairé ce travail de leurs conseils attentionnés et stimulants.

---

Ma reconnaissance va également à François Boissarie et à Jocelyne Iamonde qui m'ont permis de consulter les archives du Syndicat national des journalistes.

---

Je veux dire aussi ma gratitude à Denis Ruellan qui, à l'occasion de plusieurs contacts, a motivé cette recherche.

---

Je tiens également à manifester ma reconnaissance à Marc Drouet, Jean-Claude Lassalle et Denis Meynard qui ont rendu possible cette aventure intellectuelle.

---

Enfin, je tiens à dédier ce travail de réflexion à Alain et Françoise Rossignol, qui ont toujours donné plus qu'ils n'ont pu reprendre. Qu'ils retrouvent ici, ce qu'ils m'ont transmis.

# SOMMAIRE

<b><u>INTRODUCTION</u></b>	<b>7</b>
<b><u>Première partie La dynamique éthicienne : entre information et journalisme</u></b>	<b>14</b>
1. <u>L'éthique appliquée à l'information : une définition aux contours flous</u>	15
1.1. <u>La valse des éthiques : le grand éparpillement des approches</u>	15
1.2. <u>L'éthique appliquée : médias, journalisme et information, des termes interchangeables</u>	16
1.3. <u>Un champ d'application à géométrie variable</u>	19
2. <u>L'éthique du journalisme : une éthique comme morale astucieuse</u>	21
2.1. <u>La rhétorique conservatrice des journalistes</u>	22
2.2. <u>L'intention éthique comme faire-valoir moral</u>	25
2.3. <u>Déontologie, mode d'emploi</u>	28
3. <u>La question morale au SNJ : l'honneur à l'affiche</u>	32
3.1. <u>Le SNJ met de l'Ordre</u>	33
3.2. <u>Une discipline pour mieux défendre ?</u>	36
3.2.1 <u>Une démarche civilisatrice</u>	37
3.2.2 <u>Une première figure de professionnalité</u>	38
3.3. <u>Histoire et anthropologie du journalisme : deux analyses convergentes</u>	41
<b><u>Deuxième partie Étude de l'articulation discursive syndicale autour de la question morale</u></b>	<b>48</b>
1. <u>La configuration discursive du SNJ autour de la question morale de 1918 à 1937</u>	54
1.1. <u>Le système axiologique du SNJ : 1918-1937</u>	54
1.1.1 <u>La thématique et l'axiologie syndicales</u>	55
1.1.2 <u>L'axiologisation syndicale comme instrument de positionnement du discours</u>	56
1.1.2.1 <u>De l'axiologie générique à l'axiologie spécifique</u>	56
1.1.2.2 <u>"Union vs division"</u>	57
1.2. <u>La structure actorielle des discours du SNJ</u>	62
1.2.1 <u>Les figures du destinataire</u>	62
1.2.2 <u>Une communication asymétrique</u>	63
2. <u>Les discours du SNJ et la construction d'objets de valeur</u>	64
2.1. <u>Les programme narratifs de base et d'usage</u>	64
2.1.1 <u>L'objet et la valeur</u>	66
2.2. <u>Le dispositif stratégique autour de l'objet SNJ et de ses valeurs</u>	67
2.2.1 <u>Le journaliste "digne de ce nom"</u>	69
2.2.2 <u>Le journaliste professionnel</u>	70
2.2.3 <u>L'objet "Syndicat" et les formes de manipulation</u>	72
2.2.3.1 <u>La sanction ou "l'illusion contractuelle"</u>	73
2.2.3.2 <u>Du provisoire au définitif : la carte de presse</u>	75
<b><u>Troisième partie Éthique et identité du journaliste : une combinatoire complexe</u></b>	<b>79</b>

<u>1. Chapitre 1 : Culture, identité et éthique des journalistes</u>	80
<u>1.1. Définition des concepts</u>	80
<u>1.2. Qu'est-ce qu'un journaliste ?</u>	84
<u>1.2.1. Une définition existentielle</u>	84
<u>2. Identité et identification</u>	87
<u>2.1. Le rôle du SNJ</u>	87
<u>2.1.1. "Le Syndicat" comme figure du père</u>	88
<u>2.1.2. La Charte, une identité symbolique</u>	89
<u>2.1.3. Carte de presse : retour de la "toute puissance"</u>	92
<u>2.2. Vers de nouveaux questionnements éthiques</u>	94
 <u>CONCLUSION</u>	 99
 <u>BIBLIOGRAPHIE</u>	 101
 <u>ANNEXES</u>	 106

*“ Le terrorisme méthodologique n'est la plupart du temps que le cache misère de l'inculture, le camouflage de l'ignorance : faute de véritable familiarité avec l'histoire et avec les oeuvres l'on se forge naïvement des instruments rudimentaires auxquels rien, hommes ou livres, cultures ou langues n'a le droit de refuser le secret ”.*

Jean Starobinski

*“ Savoir, autre savoir ici, pas Savoir pour renseignements, Savoir pour devenir musicienne de la vérité ”*

Henri Michaux

# INTRODUCTION

---

## I. Itinéraire d'une recherche

Une vérité que je tiens pour acquise est que l'objet de la recherche n'est jamais donné immédiatement à l'observation.

Ce présent travail est le fruit d'une réflexion qui s'est édifiée au fil d'une recherche universitaire et d'une expérience riche d'enseignements, en tant que journaliste “encartée”. J'ai en effet observé in vivo la pratique professionnelle du métier, et ce, à plusieurs niveaux de hiérarchie.

Ces expériences convergentes ont conduit à m'interroger d'une part sur les sources d'un mythe très largement entretenu, dont je fus moi-même éprise - le journaliste, “*ce salarié d'une espèce à part*” écrivait Émile Brachard - et de l'autre sur les conditions morales d'exercice de la profession qui suscitent de vifs débats, toujours recommencés.

Henri Deligny, journaliste professionnel et chargé de cours au centre de formation de journalistes, notait dans sa thèse de doctorat qu’*“en donnant aux journalistes le sentiment de raisonner leur pratique, l'idéologie professionnelle leur ôte la liberté d'y réfléchir”*<sup>1</sup>. L'auteur qui analyse avec pertinence le double langage des journalistes sur leur formation professionnelle, constate et dessine les contours d'une communauté discursive idéologique mais ne pointe pas la source de cette “idéologie professionnelle démasquée”.

Qui a neutralisé le discours de cette idéologie au point d'en imprégner une profession entière et de la nimber d'une éthique de conviction et de responsabilité ? Le point de départ de notre travail trouvait là une question dont l'évidence même invitait à la prudence car

---

<sup>1</sup> Henry Deligny, *Le discours des journalistes sur leur formation professionnelle. L'idéologie du métier démasquée*, Thèse de doctorat, Paris IV, Sorbonne, Avril 1986, p 357.

l'idéologie, souligne Olivier Reboul, "*se donne toujours pour autre chose que ce qu'elle est*"<sup>2</sup>

Ces questions, a priori sans liens, m'ont orientée sur la piste du Syndicat national des journalistes (SNJ), organisation professionnelle incontournable lorsqu'il s'agit d'aborder les racines du journalisme. A sa création, le SNJ se pose comme "l'Association de défense et de discipline professionnelles" et se présente comme "une étape naturelle de la construction professionnelle". Le conseil d'administration du SNJ, "fortement épris de discipline et de morale", s'assignera comme première tâche, de "déterminer un petit code des devoirs du journaliste"<sup>3</sup> dont l'ossature sert, aujourd'hui encore, de modèle. Certains auteurs tels que Christian Delporte ou encore Denis Ruellan ont mis en exergue le rôle du SNJ dans une perspective pour l'un historique, pour l'autre anthropologique. Notre travail consistera à se positionner dans une troisième perspective qui sera celle de la sémio-pragmatique, avec pour ligne directrice l'approche de la question éthique opérée par le SNJ.

---

## II. Présentation de la recherche

Pour rendre la réalité transparente à la pensée, Friedrich Hegel a fait de l'histoire l'oeuvre de la raison. Il écrivait "*ce qui est bien connu, justement parce que bien connu, n'est pas connu*"<sup>4</sup>.

Notre dessein, loin de repenser l'histoire du journalisme, est de nous interroger sur la position adoptée par le SNJ à l'égard de l'éthique professionnelle, depuis sa création, le 10 mars 1918, jusqu'à 1937. A l'aune exclusive de ce que fut le discours du SNJ, outre les déclarations grandiloquentes telles que "*un journaliste digne de ce nom*" et la préoccupation sans cesse affirmée de "*discipliner la profession*" ou encore de "*remplir un rôle moral analogue au conseil de l'Ordre des avocats*"<sup>5</sup>, nombreuses sont les traces d'un discours où la morale ne dit pas son nom mais s'estampille du sceau syndical.

---

<sup>2</sup> Olivier Reboul, *Langage et idéologie*, Paris, PUF, 1980, p 23

<sup>3</sup> François Boissarie et Jean-Paul Garnier, Le livret du journaliste, *Les publications du SNJ*, 2ème édition, 1989, fiche "Histoire du SNJ".

<sup>4</sup> Edgar Morin, *La méthode*, Tome III. La connaissance de la connaissance, Ed. du Seuil, 1986, citations liminaires

<sup>5</sup> François Boissarie et Jean-Paul Garnier, déjà cités



Dès lors notre problème est de mettre en évidence les stratégies discursives du SNJ et d'y exhumer "le statut des formulations les mieux assurées" afin de voir comment sont imposées des schématisations des pratiques professionnelles savamment construites au fil de l'histoire syndicaliste. A cet égard, et en cela nous rejoignons la pensée hégélienne, A.J Greimas précise dans son introduction à "Du sens II" que " *les textes deviennent des témoins d'errances d'une histoire vraie, mais en même temps des repères permettant, avec un peu de chance, de reconstituer une histoire véritable* " <sup>6</sup> .

Pour déjouer l'illusion, même et surtout historique, de ce qui " est bien connu " nous avons formulé deux hypothèses de travail :

- Les discours du SNJ organisent implicitement une série d'arguments qui tend à représenter la profession dans un cadre moral, déontologique et éthique.
- L'édification, par le SNJ, d'un argumentaire éthique évolue dans un cadre discursif à géométrie variable dont il s'agira d'esquisser les frontières. Parmi elles, la notion d'identité du journaliste nous paraît être au coeur de la rhétorique éthicienne du syndicat.

Notre recherche s'inscrit dans une approche constructiviste en ce sens qu'elle procède d'une démarche inductive, voire intuitive, dont les seules hypothèses pointent avec prudence une problématique en construction. Pour éviter l'écueil des grandes certitudes notre réflexion embrasse deux postures d'observation scientifique : la sémiopragmatique et ce que nous avons appelé ambitieusement la socio-dialectique.

Ces deux approches nous semblent essentielles pour cerner notre objet de recherche dont le socle est fragile. En effet, si la base de toute recherche est de définir les termes qui l'animent, la tâche s'avère d'emblée complexe pour notre pâture. Morale, éthique, déontologie et discipline autant de termes qui voisinent et évoluent dans des acceptions plurielles. L'appropriation désignationnelle qu'en a faite le SNJ pour construire un statut et une identité journalistique mais aussi

---

<sup>6</sup> Algirdas Julien Greimas, *Du sens II*, Paris, Ed. du Seuil, 1983, p7

pour gérer l'espace professionnel du journaliste ouvre ainsi une piste de recherche que nous espérons féconde.

L'empreinte du SNJ dans ce cadre spécifique, dont chacun, historiens et sociologues de la profession, s'accorde à reconnaître l'importance, reste donc à explorer en matière d'éthique et de déontologie journalistiques. La porte d'entrée de cette morale, qualifiée d'"exception" par Cyril Lemieux, vers une meilleure compréhension d'une profession à la "*définition floue et au milieu sans cohésion*"<sup>7</sup> nous paraît d'autant plus importante que les débats concernant la déontologie et l'éthique des journalistes sont récurrents mais ignorés dans la pratique professionnelle. Ils soulignent pourtant avec acuité les enjeux d'une organisation éthicienne de la profession journalistique et les responsabilités qui incombent aux acteurs médiatiques, publics mais aussi et surtout syndicaux, au premier rang duquel le SNJ qui a jeté les bases de ce que doit être un journaliste, justement "digne de ce nom".

---

### III. Sur le choix du corpus

Notre corpus est composé des articles du Bulletin du Syndicat des journalistes (BSJ) intitulé "le Journaliste" que nous avons consulté grâce à l'aimable collaboration de François Boissarie, l'actuel premier secrétaire du SNJ. Notre récolte fut exhaustive et procédait d'une démarche chrono-logique. Plusieurs dates ont tout d'abord retenu toute notre attention. Ces dernières s'inscrivaient dans les étapes-clés de l'organisation et de l'évolution de la profession : la création du SNJ et avec elle, celle de la Charte des devoirs professionnels, puis le statut adopté en mars 1935 qui suggéra au SNJ un article titré ainsi "*l'Ordre de journalistes est réalisé*" et enfin, la délivrance de la carte en 1936. Cette approche diachronique quoiqu'un peu orientée - le choix des faits significatifs de la constitution et de l'évolution du groupe journalistique - s'est avérée par trop arbitraire. En effet, la décision de ne relever que les compte-rendus des congrès annuels du SNJ s'est heurtée, à la lecture des BSJ, à l'éviction de fait d'un certain nombre

---

<sup>7</sup> Christian Delporte, *Histoire du journalisme et des journalistes en France*, Paris, PUF, QSI,

d'articles archétypes du discours syndical. L. Guespin note d'ailleurs que “*le fait de se limiter aux résolutions de congrès réduit provisoirement l'efficacité de la recherche diachronique*”<sup>8</sup> Nous avons donc préféré à cette rigidité directive, la souplesse de la diversité chronologique et de genre. Nous ne prétendons pas à l'exhaustivité mais à la pertinence d'un corpus hétérogène (selon les rubriques ; les auteurs ; les genres : articles, brèves, courrier et compte-rendus) et homogène à la fois puisqu'il est issu d'un seul et même organe, “Le journaliste”.

Plus en amont de ce constat notre corpus sera constitué de six numéros ainsi répartis :

- BSJ n°1 - décembre 1918 : “A nos camarades - Les devoirs et les droits professionnels”
- BSJ n° 15 - février 1923 : “Le conseil de l'ordre de la presse - lettre à la Confédération des travailleurs intellectuels (CTI)”
- BSJ n°28 - février-mars 1928 : “Le syndicat et les autres Associations Professionnelles”
- BSJ n° 108 - octobre-novembre 1935 : “La montée du SNJ. 1935, Année cardinale : construire”
- BSJ n° 114 - Juin 1936 : “La réalisation progressive du statut. La délivrance de la carte professionnelle va commencer. Le siège du service est au syndicat”
- BSJ n°120 - juillet-août-septembre 1937 : “Qui n'a pas la carte d'identité ne peut-être considéré comme journaliste”

---

#### IV. Annonce du plan

Notre travail de réflexion se découpera en trois parties distinctes : la première consistera à camper le contexte dans lequel s'inscrit notre recherche et à souligner les enjeux génériques de la question éthicienne. Pour ce faire, nous exposerons les différentes acceptions de l'éthique sur lesquelles s'appuie la littérature puis nous distinguerons

<sup>1995</sup>, p 13

<sup>8</sup> Guespin.L et Gardin.B, Discours patronal et discours syndical. Une tradition du discours, in revue *Langages* n°41, Larousse, 1976, p 10

deux champs d'application : l'éthique de l'information et l'éthique des journalistes. Cette dernière nous permettra de mettre en avant l'instrumentalisation de l'éthique et les stratégies qui la sous-tendent, entre "intention éthique et compétence éthique".

Nous procéderons à une brève analyse comparative du "code des devoirs professionnels du journaliste" (décembre 1918) avec celui révisé lors du conseil d'administration du SNJ, le 15 janvier 1938. Notons que si le SNJ a ratifié en 1971 la Charte de Munich, seule la Charte des devoirs du journaliste édictée en 1918, figure dans les documents publiés par le SNJ.

A l'issue de cette exploration sémantique, idéologique et pragmatique, dont le but est d'éclaircir le discours autour de l'éthique rapportée à l'information et aux journalistes, nous verrons comment deux de ses auteurs, Denis Ruellan et Christian Delporte, ont placé la question morale au coeur du processus de construction de la profession. Leurs approches respectives, anthropologique et historique, nous permettra d'introduire notre seconde partie.

Cette dernière est le corps même de notre travail puisqu'elle s'attachera à valider nos hypothèses de travail par l'analyse sémiopragmatique du discours du SNJ. Celle-ci s'inspirera des travaux du sémioticien A.J Greimas, et du linguiste Joseph Courtès dont les outils nous paraissent très largement opératoires sur notre corpus. Nous nous interrogerons sur la façon dont se construisent des objets de valeurs afin de pointer les invariants dans le discours syndical et d'en conclure une éventuelle rhétorique éthicienne.

En s'appuyant sur les constats dressés lors de notre analyse sémioticienne du discours du SNJ, notre troisième partie mettra en exergue l'articulation complexe de trois concepts : culture, identité et éthique, entendues comme construites historiques. Nous tâcherons en effet de comprendre la dynamique qui relie l'éthique à l'identité des journalistes, à travers les différents processus d'identification stabilisés par le discours du SNJ. Pour ce faire, nous emprunterons aux travaux de Sigmund Freud sur la psychologie des masses et l'analyse du moi, les concepts suivants : idéal du moi et moi-idéal, principe de réalité et de "toute puissance". Enfin, nous élargirons la réflexion à de nouveaux

questionnements éthiques qui sont étroitement liés aux modes actuels d'organisation du travail des journalistes.

# Première partie

## La dynamique éthicienne : entre information et journalisme

Faire place à une réflexion éthique dans cette première partie procède de la volonté de délimiter et de définir ce qui anime notre travail de recherche. Si, comme l'écrivait Daniel Bounoux, "*l'information est la mesure de toutes choses*"<sup>9</sup> l'éthique dont elle se réclame, participe à établir ses règles du jeu et celles de ses acteurs, au premier rang duquel, les journalistes.

S'agissant des médias, deux niveaux de raisonnement dont nous ne pourrions faire l'économie, s'imposent à nous : le premier s'attache à l'éthique appliquée à l'information et le second à l'éthique des journalistes qui, selon Daniel Cornu, "*constitue l'aspect le plus directement observable de l'éthique de l'information*"<sup>10</sup>. Ces deux champs d'application de l'éthique, l'information et le journalisme, possèdent une dynamique propre que les auteurs, qu'ils soient sociologues, historiens, philosophes, chercheurs et professeurs en sciences de l'information et de la communication, journalistes et éditeurs confondus, saisissent bien souvent sans distinction. Il semble qu'au niveau d'une réflexion méta-éthique, un problème fondamental se pose. En effet, la critique s'exerce en vertu de certaines normes du journalisme mais ces mêmes normes ne sont jamais mises en doute. L'enjeu ne serait-il pas de repenser ces normes au regard de l'évolution de la profession journalistique ?

---

<sup>9</sup> Daniel Bounoux, Crise de l'information, Problèmes économiques et sociaux, *dossiers d'actualité mondiale*, n°737, 21 octobre 1994, La documentation française, p3

<sup>10</sup> Daniel Cornu, *L'éthique de l'information*, Paris, PUF, QSJ, 1997, p10

## 1. L'éthique appliquée à l'information : une définition aux contours flous

Dès que l'on parle d'éthique appliquée à l'information, on rencontre des problèmes de lexique. Problèmes qui ne sont pas, bien entendu, sans répercussions théoriques. Définir l'éthique de l'information est une tâche mal aisée. Les auteurs semblent s'en acquitter en dégageant d'une part la notion d'éthique - qu'entend-t-on par éthique ? - dont la définition aspire à l'universalité, et de l'autre la notion d'information - Qu'est-ce qu'informer ? - qui cultive l'ambiguïté.

---

### 1.1. La valse des éthiques : le grand éparpillement des approches

Si l'on se réfère au constat que dresse Dominique Wolton dans son ouvrage *Penser la communication*, le choix de définir séparément les deux termes pour in fine les regrouper, comporte le risque de confusion et confirmerait à terme l'inanité de la réflexion. En effet Dominique Wolton souligne le risque de dissolution de la notion d'information dans un monde saturé de communication, tandis que Gilles Lipovetsky s'en prend à la coquille "éthique", vidée de son sens et en appelle à la réhabilitation de l'intelligence en éthique. Au *Crépuscule du devoir*, titre de son ouvrage, vient s'ajouter *La valse des éthiques*, tantôt appliquée aux médias, tantôt à l'information. Alain Etchegoyen inscrit la démarche dans l'air du temps et explique que "*la transition de la morale singulière aux éthiques plurielles est un signe des temps*". Il met en garde : "*les repères ont disparu, les devoirs s'effacent et nous héritons du vide*"<sup>11</sup>

Qu'en est-il de la valse des éthiques de l'information, des médias, des journalistes qui sert de fonds d'écrivoire aux critiques en tous genres ?

Michel Mathien, dans son ouvrage intitulé *Les journalistes*, esquisse une définition lorsqu'il évoque au chapitre "un sujet sensible",

l'éthique, qu'il qualifie plus loin de "fondatrice". Cette dernière pose selon lui la question du "journalisme moderne et d'expliquer *"Il s'agit de savoir si le traitement de l'information médiatisée doit pouvoir, ou non, présenter les garanties de véracité, de fiabilité et d'exactitude, et être labellisée par des professionnels"*<sup>12</sup>

Le qualificatif "moderne" employé par Michel Mathien pour désigner la profession, nous renvoie aux caractéristiques de l'éthique, déclinées par Daniel Cornu : *"souplesse, capacité d'adaptation, faculté de réponse aux situations concrètes, en efficacité stratégique"*<sup>13</sup>. Il s'agit donc pour l'éthique de s'adapter aux nouvelles exigences que requiert le journalisme "moderne", c'est à dire de s'inscrire dans un contexte et d'en accepter les mutations.

L'éthique de l'information est-elle une discipline déclinée dans le cadre d'une théorie des médias ? A cette question, Henri Pigeat répond par l'affirmative dans son ouvrage intitulé "médias et déontologie". Selon lui *"la recherche d'une déontologie de l'information se situe ainsi dans la zone de recoupement de quatre disciplines"* et *d'énumérer "la morale, l'éthique de l'information ou des médias, le droit et la déontologie professionnelle"*<sup>14</sup>. Il expédie, sans prendre de risques, la définition de l'éthique de l'information "ou des médias" en ces termes : *"elle reste l'objet de recherches et de définitions, sans doute dans le cadre d'une théorie des médias en train de se faire"*<sup>15</sup>

---

## 1.2. L'éthique appliquée : médias, journalisme et information, des termes interchangeables

Sans vouloir ajouter une couche de confusion aux propos déjà rapportés ci-dessus sur la définition de l'éthique de l'information qui se meut sous la plume des auteurs tantôt en discipline, tantôt en méthode,

---

<sup>11</sup> Alain Etchegoyen, *La valse des éthiques*, Paris, François Bourin, 1991, p13-14

<sup>12</sup> Michel Mathien, *Les journalistes*, Paris, PUF, 1995, p 7

<sup>13</sup> Daniel Cornu, op.cit., p5

<sup>14</sup> Henri Pigeat, *Médias et déontologie*, Paris, PUF, 1997, p8

<sup>15</sup> Henri Pigeat, op.cit., p8



nous emprunterons à notre fonds bibliographique, notamment celui des usuels, quelques définitions.

Pour ce faire, plusieurs dictionnaires sont à notre disposition. Le dictionnaire encyclopédique de l'information et de la documentation ne référence pas le terme éthique mais celui de “déontologie”, entendue comme l'ensemble des règles de conduite auxquelles il faut se référer dans les cas douteux. Jean Meyriat, auteur de la définition, précise que “*le mot déontologie a été employé pour la première fois au début du XIXème siècle par Jeremy Bentham, pour désigner "la science des devoirs". C'est au XXème siècle qu'il s'est spécialisé dans son sens actuel d'éthique appliquée à la pratique d'une profession*”<sup>16</sup>. Cette dernière remarque nous paraît intéressante car elle explique en partie l'utilisation des termes éthiques et déontologie sans distinction. Notons toutefois que la déontologie désigne les règles de mise en oeuvre d'une éthique, c'est à dire l'ensemble des devoirs assurant la régulation de la pratique.

Le dictionnaire d'éthique et de philosophie morale marque sa différence en optant pour l'éthique des médias. Daniel Cornu, dans son ouvrage *L'éthique de l'information* distingue lui aussi l'éthique appliquée aux journalistes qui “*s'intéresse en priorité au traitement intellectuel de l'information d'actualité, à tout ce qui entraîne des choix, des décisions quant au contenu et à la forme de l'information fournie au public*”<sup>17</sup> de celle appliquée aux médias en tant qu'organisation. Il explique que “*l'éthique de l'information ne tient pas toute entière dans une éthique des journalistes. Elle s'étend à une éthique des médias dont la responsabilité comme organisation dépasse la somme des responsabilités individuelles des journalistes*”<sup>18</sup>

Boris Libois, philosophe belge, signe l'article intitulé “éthique des médias” dans le dictionnaire d'éthique et de philosophie morale. Il place au sommet de la hiérarchie, l'éthique des médias pour recentrer plus loin sa réflexion sur l'éthique de l'information. Selon lui, le champ historique et sociologique de l'éthique de l'information est structuré par

---

<sup>16</sup> Jean Meyriat, Déontologie, in *Dictionnaire encyclopédique de l'information et de la documentation*, Paris, Nathan, 1997, p174

<sup>17</sup> Daniel Cornu, *Ibid.*, p10-11

<sup>18</sup> Daniel Cornu, *Ibid.*, p 73

quatre grandes doctrines : autoritaire, libertarienne, libérale et la responsabilité sociale des médias qu'il résume ainsi : *“Quel statut philosophique attribuer aux médias afin qu'ils satisfassent à nos intuitions démocratiques premières et qu'ils assurent aux individus et aux groupes une communication politique dépourvue de toute domination structurelle ?”*<sup>19</sup> Le philosophe pose la pertinence d'une problématique éthique en matière de médias et déplace de fait l'enjeu du débat : *“il s'agit de déterminer le cadre organisationnel pertinent pour élaborer et appliquer une éthique substantielle des médias : l'entreprise médiatique ou la profession journalistique ?”*<sup>20</sup> Éthique des journalistes ou éthique des médias ? Boris Libois conclut sur l'éthique contemporaine qui *“devra rendre la communication médiatique satisfaisante par rapport aux exigences normatives de l'intersubjectivité, sans pour autant régresser par rapport aux capacités fonctionnelles d'efficacité et d'autonomie offertes par le système médiatique”*<sup>21</sup>

Cette vaste définition qui pose à la fois la pertinence de la problématique éthique des médias, ses enjeux et les doctrines qui la sous-tendent s'appuie sur plusieurs couples conceptuels que sont la communication interpersonnelle / la communication médiatique et les médias de diffusion / médias de communication. S'agissant de la communication interpersonnelle, l'allusion aux travaux de Jürgen Habermas (cf. *Morale et communication* ” : *l'éthique de la discussion*) sont ici explicites.

Le petit dictionnaire d'éthique retient la terminologie “éthique de l'information”. Sa définition nous entraîne sur le sentier des généralités, éclairantes à bien des égards. L'éthique de l'information est présentée comme un outil qui s'ajusterait aux abus et dérapages des systèmes médiatique, politique et économique. Elle est définie d'abord comme *“une réflexion sur les abus commis par les régimes de dictature, puis s'est occupée des conditions de réalisation de l'idéal de*

---

<sup>19</sup> Boris Libois, Éthique et médias, in *Dictionnaire d'éthique et de philosophie morale* (sous la direction de Monique Canto-Sperber), Paris, PUF, 1996, p943

<sup>20</sup> Boris Libois, op.cit., p 943

<sup>21</sup> Boris Libois, Ibid., p 947. Notons que Boris Libois est aussi l'auteur de *Éthique de l'Information, Essai sur la déontologie journalistique*, Bruxelles, Ed. de l'université de Bruxelles, 1994

*liberté de la presse (...) par la suite, en réaction au libéralisme extrême en matière d'information, elle s'est inquiétée de la responsabilité des moyens d'information et des journalistes, soulignant une déontologie en matière d'information qui aborderait non plus des problèmes particuliers de l'information, mais la totalité du processus* ”<sup>22</sup>. L'auteur souligne l'importance du contexte économique (libéralisme), politique (dictature) et social (responsabilité des moyens d'information) - dans lequel évolue l'éthique de l'information.

L'approche systémique de l'espace médiatique montre avec acuité la nécessité d'élaborer une éthique de l'information que l'on pourrait qualifier de totalisante ou globale, c'est à dire appliquée à l'ensemble des acteurs du système médiatique, récepteur compris, car le jeu de l'information engage chacun. Bernard Spitz, qui titre dans un article publié dans *Le Monde*, Pour une éthique globale des médias, précise à cet effet qu' *“une véritable éthique des médias, pour être globale, devrait prendre en compte les quatre côtés du carré magique de l'espace médiatique : le divertissement, l'information, la technologie et la propriété capitaliste”* <sup>23</sup>

En citant comme premier côté du carré magique “le divertissement”, Bernard Spitz avoue sa dépendance de la télévision et pointe de fait les inconvénients à “globaliser” la démarche éthique. L'éthique de l'information n'est pas l'éthique globale des médias. Elle s'en distingue par son champ d'application, l'un structurel, l'autre conceptuel.

---

### 1.3. Un champ d'application à géométrie variable

A l'aune de ces quelques définitions, on comprend la difficulté d'application d'une éthique en matière d'information, tant est complexe le système de référence auquel elle renvoie. L'équivoque entretenue par la littérature abondante en matière de philosophie des médias, entendue dans une acception critique, ne facilite guère la délimitation

---

<sup>22</sup> Otfried Höffe, *Petit dictionnaire d'éthique*, Fribourg, Éditions universitaires, 1993, p123

<sup>23</sup> Bernard Spitz, Pour une éthique globale des médias, in *Le Monde*, mercredi 31 mai 1995

d'une définition de l'éthique appliquée à l'information. En effet, la critique ne vaut que si elle permet, comme le préconise Boris Libois, de fixer un cadre organisationnel pertinent, c'est à dire d'établir un champ d'application. Pierre Bourdieu souligne l'intérêt de distinguer, *“selon le vieux précepte stoïcien, ce qui dépend de nous et ce qui ne dépend pas de nous, c'est à dire de distribuer les responsabilités”*<sup>24</sup>

Certains auteurs font fi de ces considérations, postulant que l'exercice de la profession journalistique comme élément du système médiatique, est soumis à diverses conditions morales qu'il convient avant tout d'analyser et non de redessiner. C'est le cas d'Emmanuel Derieux qui intervient, dans le dictionnaire critique de la communication, sur ce qui existe déjà en la matière. Il se contente d'aborder dans les grandes lignes les questions d'ordre moral, telles que les limites apportées à la liberté d'expression des journalistes, le secret professionnel ou encore la protection de la source d'information.

La notion d'éthique, diluée dans les spécificités du statut du journaliste examinées par l'auteur, se voit relayée au second plan : *“un journaliste devrait sans doute aussi dans l'exercice de sa profession respecter, au-delà ou en marge des obligations légales ou se substituant à elles, certaines règles d'éthique ou de déontologie professionnelle”*<sup>25</sup>

La définition de l'éthique de l'information ne trouve aucun consensus dans la littérature et ne fait l'objet d'aucune sédimentation dans les discours qui la soutiennent. La notion renvoie à la dynamique - notons que les occurrences de marqueurs temporels tels que “contemporaine, moderne, aujourd'hui, notre temps” qui qualifient le contexte de notre réflexion sont nombreuses - d'un contexte médiatique traversé par des crises et suspend de fait la réflexion au seul constat, certes légitime mais figé, des responsabilités partagées entre les journalistes et la structure, qui les accueille. Démêler l'écheveau du champ d'application de l'éthique de l'information permettrait de

---

<sup>24</sup> Pierre Bourdieu, Journalisme et éthique, in *Cahiers du journalisme* n°1, publication du centre de recherche de l'ESJ Lille, p 11

<sup>25</sup> Emmanuel Derieux, Les conditions morales de la pratique journalistique, in *Dictionnaire critique de la communication* (sous la direction de Lucien Sfez), Paris, PUF, Tome 2, p 1023

crystalliser sa définition et de créer les conditions de sa pratique dans le milieu concerné.

Daniel Cornu, dans son ouvrage *Journalisme et vérité . Pour une éthique de l'information* s'interroge de la même manière en pointant “*la difficulté de l'éthique aujourd'hui : est-elle capable de s'extraire de la sphère individuelle, de se définir en des termes susceptibles d'être compris et vécus par tous, d'accéder à l'universalité*”<sup>26</sup>

S'il s'agit de fonder en raison l'éthique de l'information nous pouvons envisager de transférer la problématique de la thèse de doctorat de Jean-Louis Santoro, qui pose la question suivante : “*comment une logique institutionnelle et une logique professionnelle ont réussi à engendrer un ordre juridique de l'information ?*”<sup>27</sup> et légitimement nous interroger sur la logique, institutionnelle et /ou professionnelle qui permettrait d'engendrer un ordre éthique de l'information ?

## 2. L'éthique du journalisme : une éthique comme morale astucieuse

*“En une seule chose, ne céderay-je à personne : en la recherche de la vérité, de laquelle néantmoins je ne me fais garant ”*

Théophraste Renaudot

La valse des éthiques, précise Alain Etchegoyen, nous propose “des éthiques divisées, corporatismes, bien insérés dans des espaces de pouvoirs. N'est-ce pas dès lors une morale de l'intérêt, une éthique comme morale astucieuse" s'interroge-t-il ? ”<sup>28</sup>

Cette entrée en matière, certes brutale, qualifie ce que d'autres appellent d'un doux euphémisme “*une morale d'exception*”. S'interroger sur l'éthique du journalisme, outre l'inventaire à la Prévert

---

<sup>26</sup> Daniel Cornu, *Journalisme et vérité. Pour une éthique de l'information*, Genève, Labor et Fydès, 1994, p47

<sup>27</sup> Jean-Louis Santoro, *La Liberté de l'information : logiques institutionnelles et logiques professionnelles au plan international (1947-1972)*, thèse de doctorat, Bordeaux III, 1991, p12

<sup>28</sup> Alain Etchegoyen, op.cit., p 81

des codes et autres chartes rédigés à l'initiative des syndicats de journalistes, des fédérations d'éditeurs ou de certaines entreprises, c'est aussi relever les dimensions qui gèrent son application dans un espace médiatique où les conflits d'intérêts sont nombreux, et ainsi mieux comprendre la rationalité des acteurs en jeu. L'éthique devient alors objet de convoitise en tant qu'instrument d'organisation et de régulation de la profession. Philippe Meyer note cyniquement à ce propos qu'*«apparemment aucun patron de presse, aucun directeur de journal n'est prêt à partager un pouvoir déontologique...que, dans la plupart des cas, il n'exerce pas»*<sup>29</sup>. Ce constat fait référence, selon nous, à la nécessaire distinction entre intention éthique et compétence éthique que les gestionnaires des médias s'appliquent à maîtriser.

---

## 2.1. La rhétorique conservatrice des journalistes

Daniel Cornu précise que la déontologie *«qui fait référence au devoir»* désignerait *«les règles de mise en oeuvre d'une éthique dans le champ qui lui est propre»*<sup>30</sup>. Si le devoir guide la conduite dans l'action, l'approche de la déontologie entendue comme pouvoir nous paraît à bien des égards légitime. L'éthique journalistique qui dessine en amont *«l'ensemble de ces devoirs»* prend en effet des dimensions à la fois stratégique, pragmatique, politique et idéologique dont les journalistes se font bien souvent l'écho à travers une analyse réflexive de leur pratique professionnelle. La rhétorique conservatrice des journalistes témoigne d'une volonté d'autorégulation qui exclut de fait les non-initiés voire les non-professionnels du cercle de la réflexion au motif d'une méconnaissance des conditions de production. Cette disqualification des jugements extra-corporatistes s'explique aussi par les thèmes brûlants auquel renvoie la réflexion sur l'éthique et les codes qui la dévoilent : l'identité du journalisme, la formation et le recrutement, la liberté d'expression, la liberté de la presse, la crédibilité des journalistes, l'image de la profession, le caractère professionnel,

---

<sup>29</sup> Philippe Meyer, Une presse en quête d'avenir, in *Le Débat* n°75, mai-août 1993, p 18-19

<sup>30</sup> Daniel Cornu, *Éthique de l'information*, Paris, PUF, QSJ, 1997, p4

l'interventionnisme... bref autant de fondements normatifs du journalisme qu'il convient de ménager pour ne pas faire voler en éclats le mythe.

Le discours des professionnels des médias met en exergue les formes abusives que peut revêtir l'éthique, qui sera alors qualifiée de stratégique. Cette prise de position est liée à une conception endogène du travail médiatique et contribue à afficher sinon la compétence du moins l'intention éthique. En effet, la plupart des journalistes-essayistes soulignent pour l'essentiel les contraintes nombreuses de la profession et mettent en avant la difficulté, voire les dangers, de fonder en raison une éthique applicable au journalisme. Les prises de positions des journalistes traduisent bien souvent une méfiance voire un rejet systématique à l'égard de la chose éthique. C'est le cas notamment d'Albert Du Roy, d'Alain Woodrow, de Jean Schwoebel ou encore de Bruno Frappat et de Jacques Lesourne. Albert Du Roy est ferme sur la question : *“Aucun code ne peut définir, encadrer la déontologie journalistique”*<sup>31</sup>. L'élite du journalisme va au plus court et dans une formule patinée par le temps précise que *“définir la liberté de la presse, c'est déjà la limiter”*. Il renvoie dos à dos les devoirs et les droits énoncés par la Charte de Munich : *“ Certes, toujours il faut “respecter la vérité” et “ne pas user de méthodes déloyales pour obtenir des informations, des photographies et des documents. Mais comment obéir à ces deux derniers devoirs tant que n'est pas observé le premier droit des journalistes : “le libre accès à toutes les sources d'information et le droit d'enquêter librement sur tous les faits qui conditionnent la vie publique”*<sup>32</sup>. A cette vision très libérale de la régulation des pratiques journalistiques vient s'ajouter le constat, renversé quelque temps plus tard par Pierre Bourdieu que *“ les journalistes sont victimes des idées dominantes”*<sup>33</sup>. Jean Schwoebel est sans doute plus lucide mais abonde dans le même sens. Selon lui *“aussi longtemps que la presse restera exclusivement mercantile, un ordre des journalistes n'aura guère d'efficacité pour faire respecter les*

---

<sup>31</sup> Albert Du Roy, *Le serment de Théophraste. L'examen de conscience d'un journaliste*, Paris, Flammarion, 1992, p230

<sup>32</sup> Ibidem

<sup>33</sup> Ibid., p 232

règles d'une éthique de l'information ”<sup>34</sup>. Défendant les sociétés de rédacteurs dont il fut l'un des initiateurs, Jean Schwoebel postule que le problème éthique est inhérent à l'indépendance de la profession. Alain Woodrow, quant à lui, pose, au détour d'une réflexion sur la place occupée par l'information dans la vie internationale, la question suivante : “faut-il imposer aux journalistes une régulation extérieure ? Un "cinquième pouvoir" pour contrôler le quatrième ”. Sa réponse semble sans appel : “ illusoire et même dangereux ”<sup>35</sup> . Plus loin il soulignera “sans sa totale liberté de critique, le quatrième pouvoir perd sa raison d'être : surveiller et équilibrer les trois autres (...) Dans ce sens la fierté du journaliste est d'être incontrôlable ”<sup>36</sup> .

Bruno Frappat et Jacques Lesourne, après avoir dressé un état des lieux pour le moins exhaustif des contraintes qui frappent la profession, exposent dans un article publié dans *Le Monde*, les principes déontologiques que la rédaction du *Monde* entend mettre en oeuvre : “L'indépendance économique du Monde, Le Monde n'a pas d'ambitions dans le domaine du ragot, les rédacteurs du Monde, la direction du Monde ”...bref beaucoup de Monde pour peu de choses car finalement la réflexion déontologique est réduite à peau de chagrin. Les auteurs rappellent toutefois qu'il sont “hostiles à tous dispositifs de surveillance ” car d'une part, l'exemple du CSA a “montré son impotence déontologique ” et de l'autre “il y a un risque d'encadrement de la liberté d'information trop grand ”<sup>37</sup> . Selon eux, “il paraît préférable que la réflexion déontologique de chaque équipe rédactionnelle s'affiche - ce que fait Le Monde - et s'entretienne de débats internes, mais aussi externes ”<sup>38</sup> . Le terrain du consensus autour de la déontologie semble être déserté au profit d'une déontologie interne. La création d'une “référence commune” en matière de déontologie des journalistes suppose de préciser le cadre que pourrait revêtir une concertation tendant à favoriser le rapprochement des différentes parties sur ce sujet. Dans un communiqué, le ministère de la Culture et de la Communication

---

<sup>34</sup> Jean Schwoebel, *La presse, le pouvoir et l'argent*, Paris, Seuil, 1968, p 139

<sup>35</sup> Alain Woodrow, *Information et manipulation*, Paris, Éditions du Felin, 1991, p 167

<sup>36</sup> Alain Woodrow, *op.cit.*, p 169

<sup>37</sup> Bruno Frappat et Jacques Lesourne, Information et déontologie, in *Le Monde*, samedi 13 février 1993



précisait à ce sujet que *“si la multiplication des codes et des chartes doit être appréciée positivement, elle ne permet pas qu'une référence commune soit proposée au public et à l'ensemble des professionnels”*<sup>39</sup>. Si comme le pense Philippe Meyer, le pouvoir déontologique n'est apparemment pas prêt d'être partagé, Marc-François Bernier esquisse quant à lui une autre réponse en notant que *“c'est peut-être l'hypothèse d'un public bien informé au sujet de ceux qui prétendent l'informer qui alimente les craintes des propriétaires, gestionnaires et praticiens des entreprises de presse, face au métajournalisme”*<sup>40</sup>

---

## 2.2. L'intention éthique comme faire-valoir moral

Si les normes professionnelles reconnues ne permettent pas de redresser les ventes ou l'audience, elles participent toutefois à faire valoir une “intention éthique” auprès d'un public avide de transparence, d'intégrité, d'impartialité...des valeurs mises à mal par les dérapages médiatiques flagrants. Elles permettent donc un positionnement dans l'espace public et sur un échiquier médiatique encombré.

Outre ces dimensions politique - gérer l'espace éthique de la cité médiatique - et stratégique - se positionner - l'augmentation notoire du nombre de codes déontologiques propres à chaque titre - on peut aussi relever l'émergence du médiateur au sein du service public (France 2) - traduit une volonté manifeste d'afficher “leur vérité”, “leur identité” c'est à dire un “code implicite” qui permette à l'entreprise médiatique d'exprimer ses expériences, de justifier ses actions et ses épreuves et de se donner un projet commun. Cette dimension idéologique que l'on pourrait qualifier de “segmentaire”, pour reprendre la typologie d'Olivier Reboul, se présente comme une justification plus ou moins rationnelle d'un pouvoir, celui d'imposer un cadre éthique au traitement

---

<sup>38</sup> Ibidem

<sup>39</sup> Dépêche de l'agence France Presse datée du 12 février 1999

<sup>40</sup> Marc-François Bernier, L'autorégulation pragmatique du journalisme en Amérique du Nord, in revue *Recherches en communication*, département communication de l'université catholique de

de l'information qui filtre les valeurs inhérentes à l'entreprise de presse. Ne serait-ce pas alors une "éthique de l'actualité", un instrument de moyen terme ?

L'exemple de Ouest-France et de sa charte du fait divers qui rappelle "*les pratiques rédactionnelles propres à Ouest-France en matière de fait divers et de fait de justice*"<sup>41</sup> est à cet égard caractéristique. La lettre de la rédaction de Ouest-France, datée du mois de mars 1993, souligne que "*Notre éthique commune doit être vivante dans notre manière de traiter le fait divers. Aucune boîte à outils ne répondra définitivement à tous les cas particuliers, aucun code ne fera marcher au pas ces transgressions, ces interruptions et ces dérapages qui sont la matière du fait divers : notre éthique commune s'imposera le plus souvent dans le dialogue et la concertation*"<sup>42</sup>. Cette précaution du "nous" et du nécessaire "dialogue" pour rassembler les journalistes autour d'un projet souhaité commun évite pour la direction de Ouest-France l'écueil de ce qu'analysait Christian Delporte : "*rarement fruits d'un processus démocratique, la plupart de "ces codes" sont rédigés et imposés par l'équipe de direction*"<sup>43</sup>. En revanche, comme l'explique Michel Falise, directeur du Centre d'éthique contemporaine des facultés de Lille, "*il existe une ambiguïté dans les motivations à instituer une éthique parce qu'elle est parfois revendiquée pour l'image de marque, la crédibilité*" et d'ironiser "*lorsque la vertu chevauche l'intérêt, les choses ont au moins le mérite d'avancer*"<sup>44</sup>.

Les enjeux de l'éthique du journaliste se dévoilent donc à travers le constat d'un repli sur la rédaction, repli qui se traduit par la prolifération de "codes ou de chartes maison" contaminés par des intérêts partisans, idéologiques et stratégiques des acteurs du système médiatique. La visibilité de surface que donne les gestionnaires des médias au public pour faire valoir l'intention éthique fonde à la fois

Louvain, n°9, 1998, p59

<sup>41</sup> La Lettre de la rédaction n°33, 16 mars 1993

<sup>42</sup> La Lettre de la rédaction, op.cit.

<sup>43</sup> Christian Delporte, Journalistes français et morale professionnelle, in *La question médiatique* (sous la direction de Fabrice D'Almeida), Paris, Ed. Seli Arslan, 1997, p 35

<sup>44</sup> Michel Falise, L'émergence de la demande éthique, in *Journalisme et Éthique, Cahiers du journalisme* n°1, publication du Centre de recherche de l'ESJ, Lille, 1996, p 25

leur légitimité dans l'espace public et renforce à l'interne la rhétorique professionnelle dans laquelle les journalistes puisent à l'envi. Cet attachement à une conception libérale de l'espace éthique des journalistes, qui feint la concertation par le biais de colloques ou autres débats où la déontologie s'affiche à la une, traduit un comportement protectionniste. L'autarcie éthique que manifeste les entreprises de presse en dénonçant l'ingérence publique, juridique et scientifique paralyse la dynamique éthicienne et sa prise en charge vers une "référence commune". Notre constat rejoint celui, acerbe, de Marc-François Bernier qui note : *"il faut bien distinguer le journalisme, d'une part, et les journalistes et entreprises de presse, d'autre part. Le premier est une fonction sociale abstraite qui se concrétise dans les seconds par l'intermédiaire d'individus et de structures. Le risque est que les intérêts particuliers des seconds - qui prennent souvent la forme de course effrénée aux profits, de quête inconsidérée de notoriété personnelle, de sollicitation d'avantages et de privilèges divers - s'imposent de façon telle que le premier soit ramené au seul plan ostentatoire, un élément de rhétorique dont on vantera les vertus sociales quand la défense des intérêts corporatistes l'exigera"*<sup>45</sup> .

L'instrumentalisation du devoir sert l'idéologie, la stratégie et la politique de chaque média. Parmi ces dimensions, dont on a dit qu'elles servaient de cadre d'application à l'éthique, Gilles Lipovetsky en relève une qui nous paraît embrasser l'ensemble. Il constate que *"Si l'éthique des médias a pour objectif déclaré d'édifier une presse plus responsable, plus respectueuse des citoyens et de la vérité, elle n'en n'est pas moins, de fait, un vecteur de surexposition de la puissance médiatique elle-même : la voix critique de la morale, nouvelle manière de renforcer l'idée de l'empire des media"*<sup>46</sup>. Plus loin, il explique le procédé *"la croisade éthique contribue à redoubler l'omniprésence médiatique, à surmédiatiser les media, à renforcer leur pouvoir symbolique"* L'éthique comme argument revêt donc des formes de pouvoir habilement légitimées et se manifeste bien plus par l'intention que par la compétence. Gilles Lipovetsky conclue avec nous

---

<sup>45</sup> Marc-Francois Bernier, op.cit., p 17

<sup>46</sup> Gilles Lipovetsky, Le crépuscule du devoir. L'éthique indolore des nouveaux temps

*“ désormais le label éthique est partout, l'exigence de se dévouer nulle part ”<sup>47</sup>*

---

### 2.3. Déontologie, mode d'emploi

Lorsque l'on examine les codes en vigueur en France et à l'étranger plusieurs remarques peuvent d'emblée être faites.

En premier lieu, et pour conforter l'analyse que nous venons de consacrer à l'intention éthique, notons que *“ sur les deux cents pays qui se sont dotés d'un réseau de grande information dans le monde, on compte à peine le quart qui possède un code de l'information susceptible d'exercer une influence réelle sur le comportement des membres de la profession ou de garantir la libre circulation des nouvelles et des commentaires ”<sup>48</sup>*. Ce qui est donc valable à l'échelle nationale concernant l'intention éthique, l'est aussi au niveau international. L'éthique existe mais reste un instrument de faire-valoir moral que l'on brandit pour se mettre à l'abri d'éventuelles critiques et se parer d'une couverture démocratique. Deux interventions sur le sujet ont retenu notre attention. Marc-François Bernier souligne l'existence de deux conditions capitales à l'émergence des codes : *“ la reconnaissance par les pairs et la représentativité des valeurs dominantes. Il importe, par exemple que normes professionnelles et réalité ne soient pas en conflit. Les codes doivent refléter les valeurs des journalistes car un principe dont il serait impossible de montrer qu'il serait délibérément et en toute connaissance de cause choisi par un groupe d'individus, n'a aucune chance d'être mis en pratique ”<sup>49</sup>*. Certes. Mais l'analyse comparative et détaillée des dispositions adaptées dans les différents pays en matière de règles déontologiques montre *“ pratiquement toujours quelques traces d'intérêts égoïstes et*

démocratiques. Paris, Gallimard, 1992, p 245

<sup>47</sup> Ibid., p 251

<sup>48</sup> Jones.J Clement, Déontologie de l'information. Étude comparative des règles de morale pratique dans les métiers de l'information à travers le monde, *Études et documents d'information de l'Unesco*, numéro spécial, 1980, p16

<sup>49</sup> Marc-François Bernier, op.cit., p 64

*d'instinct de conservation* ”<sup>50</sup>, explique J.Clement Jones. Les tentatives d'orienter l'éthique journalistique apparaissent donc comme des solutions de compromis auxquelles il faut apporter une tonalité consensuelle. Ce consensus entre les communautés morales, entre les membres de la profession et leurs intérêts reste, aujourd'hui encore, le principal point d'achoppement d'un ordre éthique de l'information. Outre les conflits d'intérêts qui divisent, sur la question, les acteurs en jeu, la dimension culturelle des pratiques journalistiques demeure un sérieux frein à l'émergence d'une référence commune. Le Centre d'études sur les médias qui concilie l'anecdote et l'observation fortuite avec l'analyse et l'observation que permet la méthode scientifique, dispose d'un site Internet qui recense sur les questions éthiques des sujets directement liés à l'actualité. Sa revue de presse est parfois cinglante s'agissant des pratiques observées dans différents pays à l'égard de la liberté d'expression. Ainsi nous y apprenons qu'un “ *juge iranien a condamné à mort l'ancien rédacteur en chef du quotidien iranien de langue anglaise Iran News, Morteza Firoozi. Le Iran News, lancé en 1994, a été accusé de complaisance envers les USA par des publications radicales* ”<sup>51</sup>. Plusieurs événements du même acabit sont intervenus alors que plusieurs pays et notamment asiatiques, tentent encore de trouver le juste équilibre entre la liberté d'expression et l'ordre social. Ce no man's land qui sépare les différentes conceptions de l'information, du métier de journaliste et des lois qui les encadrent demeure, à l'aune de cet exemple, infranchissable. Pourtant, nombreux sont les observateurs patentés qui appellent de leurs vœux une référence éthique internationale. Jean Maurice Hermann, président d'honneur de l'Organisation internationale des journalistes (OIJ) s'interroge en premier lieu sur le contenu d'un code éthique et questionne : “ *Quel serait son objet ? Qui pourrait l'élaborer ?* ”. Même si ces questions restent encore en suspend, l'auteur ne tardera pas, à l'issue de son analyse, à se prononcer : “ *il serait hautement souhaitable qu'une telle déclaration de principe fût internationale. Son autorité en serait considérablement renforcée* ”<sup>52</sup>. Le mode d'emploi

---

<sup>50</sup> Jones.J Clement, op.cit., p 11

<sup>51</sup> Centre d'études des médias, <http://www.cem.ulaval.ca/actualite/lecadre.html>

<sup>52</sup> Jean-Maurice Hermann cité par Clement Jones.J, op.cit., p 14

vers une déontologie internationale des journalistes qui fassent fi des considérations d'intérêts, des conservatismes, des radicalismes ou même des gouvernements des États semble inconcevable. Les enjeux que se partagent les responsables des médias, les journalistes, les organisations nationales et les fédérations internationales des journalistes mais aussi les pouvoirs publics sont trop divisés pour esquisser un terrain d'accord en la matière. Chacun exprime l'intention éthique sans en revendiquer la compétence. Or la diversité des médias, des cultures mais aussi des régimes politique et économique des pays ne doit pas cacher que les journalistes affrontent de nombreux problèmes communs sur lesquels l'accent devrait être mis. Les textes qui régissent l'espace éthique des journalistes sont pléthoriques et en aucun cas nous nions leur existence. Mais pourquoi ne s'institue-t-il pas une référence commune internationale qui permettrait à l'immense majorité des journalistes professionnels de s'affranchir des "codes maison", qui témoignent outre l'intention éthique, de quelques intérêts limités à une culture d'entreprise ? A cette question naïve, Jean-Maurice Hermann apporte un éclairage empreint sinon de lucidité du moins de cynisme au sens diogénien du terme : *"Notons qu'une déclaration internationale de principes éthiques de la profession aiderait puissamment les journalistes à faire respecter ces principes au sein des entreprises auxquelles ils collaborent. C'est la principale raison, d'ailleurs, de l'opposition patronale"*<sup>53</sup>. En donnant plus de garanties en matière d'éthique professionnelle les éditeurs prennent le risque de perdre le pouvoir d'organisation de la profession journalistique. La stratégie du "Diviser pour mieux régner" apparaît dès lors la plus judicieuse pour conserver ce pouvoir.

En juillet 1993, le Conseil de l'Europe se prononce sur la liberté d'information. Elle adopte une résolution qui se conclut sur le thème de l'Éthique et l'autocontrôle en journalisme. Cette conclusion précise que *"pour la surveillance de la mise en application des principes éthiques, il faut créer des organismes ou des mécanismes d'autocontrôle composés d'éditeurs, de journalistes, d'associations de citoyens, de représentants de milieux universitaires et de juges qui*

---

<sup>53</sup> Jean-Maurice Hermann, op.cit., p14

*élaboreront des résolutions sur le respect des préceptes déontologiques par les journalistes, que les médias s'engageront à rendre public*”<sup>54</sup>. La Fédération internationale des éditeurs de journaux (FIEJ) contestera vivement cette prise de position. Selon la FIEJ, ces recommandations “*entravent et limitent les "objectifs patronaux" des entreprises consacrées à l'information ainsi que le droit des éditeurs de journaux de choisir l'orientation qu'ils désirent donner à leurs publications (...) sapent les fondements commerciaux de l'activité journalistique (...) et contestent le droit inconditionnel des médias de chercher à influencer l'opinion publique*”<sup>55</sup>. Cette réponse qui oscille pour l'essentiel entre “les objectifs patronaux, “le droit des éditeurs” et celui “inconditionnel des médias”, traduit clairement le refus des éditeurs de journaux de voir leurs choix, leurs objectifs et leurs droits entravés par une tentative de “*décider pour la presse ce qu'est un journaliste honnête et éthique*”<sup>56</sup>.

François-Xavier Alix dresse le même constat à l'échelle nationale. Il qualifie les éditeurs de “*grand ensemble vide*” et n'hésite pas à souligner ironiquement que “*la galaxie des éditeurs souffre, lorsqu'il s'agit de parler des principes généraux de l'information d'être une galaxie précisément. Des mondes hétérogènes s'y côtoient, s'interpénètrent rarement, plus souvent se heurtent ou se fuient. Tout cela a-t-il un centre ?*”<sup>57</sup> s'interroge-t-il. Division, atomisation c'est aussi ce qui qualifie l'état de l'objet éthique et déontologique au sein du système médiatique français, comme le reflet des intentions en la matière. Le risque à terme est de vider de sa substance, par éparpillement, la notion d'éthique des journalistes dont le contenu “*pèche par excès de généralité ou par défaut de précision*”<sup>58</sup>.

---

<sup>54</sup> Philippe Bilger et Pierre Lebedel, *Les droits et les devoirs du journaliste, textes essentiels*, Paris, co-édition CFPJ-ESJ Lille, janvier 1995, p 118

<sup>55</sup> Ibid., p 119

<sup>56</sup> Ibidem

<sup>57</sup> François-Xavier Alix, *Une éthique pour l'information. De Gutenberg à Internet*, Paris, L'Harmattan, 1997, p 119

<sup>58</sup> Jones.J Clement,op.cit, p 16

### 3. La question morale au SNJ : l'honneur à l'affiche

*“ Parce que la morale a cessé d'être une valeur, ils oublient qu'elle reste un placement. (...) Enfin, on reconnaît les vraies convictions à ce qu'elles ne vous rapportent rien ”*<sup>59</sup>

Bertrand Poirot-Delpech

L'académicien, auteur du “Théâtre d'ombres” avoue avoir tellement vécu dans les livres que *“les choses ne deviennent réelles qu'une fois nommées, mises en phrases”*<sup>60</sup>. La mise en phrases d'un code de l'honneur professionnel fut l'une des premières tâches du Syndicat national des journalistes (SNJ), à sa création, le 10 mars 1918. Si elle est symbolique, cette action syndicale est avant tout significative. Elle traduit selon nous, d'une part la volonté manifeste de discipliner la profession et ainsi mieux gérer son organisation et de l'autre de se positionner sur l'échiquier associatif - rappelons que le SNJ s'affichera longtemps comme l'Association de défense et de discipline professionnelle - comme “Le” syndicat des journalistes. Ce positionnement sera d'ailleurs auto-entériné par *“l'hommage rendu aux associations de presse, sociétés de secours mutuel et de retraite qui ont rendu et rendent chaque jour de notables services”*<sup>61</sup>. L'acte de remerciements sonne comme un “dernier hommage” puisque le SNJ entend rapidement *“continuer l'effort des associations en accomplissant à côté d'elles une tâche non entreprise”*<sup>62</sup>. Ce “à côté d'elles” pour accomplir une “tâche non entreprise” souligne la détermination avec laquelle l'unique syndicat des journalistes de l'époque entend faire valoir l'originalité de sa démarche. Cette stratégie éminemment défensive à l'encontre des associations oblige le SNJ à s'imposer par un acte symbolique fort. Le contexte aidant, le conseil d'administration décide de déterminer “un petit code des devoirs du journaliste”. Ce sera sans aucun doute la première pierre portée à la construction d'une profession jusqu'alors éparpillée.

---

<sup>59</sup> Bertrand Poirot-Delpech, *Théâtre d'ombres*, Paris, Seuil, 1998, p 52-53

<sup>60</sup> Ibid., préface

<sup>61</sup> François Boissarie et Jean-Paul Garnier, Le livret du journaliste, in *Les publications du SNJ*, 2ème édition, 1989, fiche “L'histoire du SNJ”.



---

### 3.1. Le SNJ met de l'Ordre

Lorsqu'il s'agit de discipliner un groupe professionnel dont l'identité reste à construire, l'utilitarisme moral de Jeremy Bentham, qui fut le premier à employer le terme de déontologie pour désigner la "science des devoirs", semble servir de modèle. Le SNJ lui préfère les termes de discipline, entendue comme "*une règle de conduite commune aux membres d'un corps destinée à y faire régner le bon ordre*"<sup>63</sup> et d'honneur professionnel en tant que "*dignité morale qui naît du besoin de l'estime des autres et de soi-même*"<sup>64</sup>. Le choix des mots n'est pas innocent car le contexte se prête à discipliner la profession et à lui retrouver un honneur perdu lors de la Grande guerre.

En effet, les années qui suivirent la Première Guerre mondiale sont déterminantes pour les journalistes rassemblés derrière un militantisme exacerbé. L'âge d'or des journaux semble déjà loin et avec lui les traités de paix précaires qui émaillèrent la fin de la Grande Guerre. L'avènement du XX<sup>ème</sup> siècle s'accompagnera d'une presse arrogante comme en témoigne le slogan du "Matin", journal qui se tire en 1913 jusqu'à un million d'exemplaires, "*Le Matin voit tout, sait tout, dit tout*"<sup>65</sup>. La grande guerre, qui fut une très rude épreuve, dessinera un nouveau paysage de la presse française. Comme le souligne Pierre Albert, "*les pratiques de la censure eurent pour effet de considérablement diminuer la confiance que les Français accordaient à leurs journaux et il est évident qu'une fois la guerre finie, la presse dans son ensemble se trouva déconsidérée aux yeux de ses lecteurs*"<sup>66</sup>. Ce discrédit toucha en premier lieu les journalistes, dès lors suspendus aux jugements sévères des lecteurs. Le "bourrage de crâne" connaît d'ailleurs à la même période, son apogée. François Dechelette explique qu'il "*consiste à fournir aux hommes, privés d'intelligence par la*

---

<sup>62</sup> Ibidem

<sup>63</sup> Définition du dictionnaire de la langue française, *le Micro Robert*, troisième édition 1998

<sup>64</sup> Ibidem

<sup>65</sup> Jacques Wolgensinger, *La grande aventure de la presse*, Paris, Ed. Découvertes Gallimard, mai 1996, p 89

<sup>66</sup> Pierre Albert, La presse Française, notes et études documentaires, in *La documentation*

*catastrophe de la guerre, des jugements tout faits, de même qu'on leur fournit les uniformes, le pain et le tabac, le bourrage de crâne, conclut-il, c'est l'état de siège de la raison humaine* ”<sup>67</sup>

L'incrédulité que suscitent les journalistes, dont les dérapages nombreux contribuèrent à exhumer les sempiternels thèmes de l'amateurisme et du professionnalisme, est portée à l'acmé. C'est dans ce contexte délétère que le SNJ puisera l'impulsion de son mouvement et son inspiration éthicienne. Le premier code des devoirs des journalistes apparaît d'emblée comme une action qui vise à séparer le bon grain de l'ivraie, à baliser l'identité journalistique à l'aune du professionnalisme. Deux exemples, empruntés au BSJ, étayent cette hypothèse. Le premier Bulletin du syndicat des journalistes (BSJ) annonce, dans son sommaire, un article intitulé “Les journalistes professionnels et la concurrence des non-professionnels”. Sa lecture est éclairante puisque l'on y relève que “*Le SJ n'obéit nullement à des préoccupations de "professionnalisme" étroit et tyrannique. Nous savons que la profession de journaliste est une profession constamment ouverte à tous, et qu'il ne peut en être autrement* ” et d'expliquer “*notre protestation vise simplement et catégoriquement le cas où le métier de reporter est exercé par des membres du parlement* ”<sup>68</sup> . Nous sommes au mois de décembre 1918. En 1922, la protestation du SNJ s'élargira cette fois-ci contre les “*procédés dont sont capables d'user d'après concurrents appuyés par la force financière* ”<sup>69</sup> et fera à nouveau appel à l'argumentaire du professionnalisme. Ces concurrents ne sont autres que les deux directeurs de Flammarion, Max et Alex Fischer, des “*personnages qui font acte de distributeurs de publicité bien plus que d'écrivains*”. Ces derniers, par ailleurs qualifiés de “*voleurs de rubriques*” ont remplacé, au journal *La Liberté*, Robert de Beauplan, désigné par le SNJ d’*“écrivain et de journaliste professionnel”*. Sur ce “*scandaleux renvoi* ” le SNJ conclura : “*Si ces personnages (Alex et Max Fischer)*

---

française, n°5071, mai 1998, Annexe 1

<sup>67</sup> Jean Galtier-Boissière, Le bourrage de crâne, in *Le Crapouillot*.

<sup>68</sup> J.Ernest Charles, Les journalistes professionnels et la concurrence des non-professionnels, in *Le Syndicat des journalistes*, n°1, décembre 1918, p3-4

<sup>69</sup> Georges Bourdon, Un renvoi scandaleux, in *Le Bulletin du Syndicat des journalistes*, octobre 1922, p1-2-3

*avaient fait partie du syndicat nous les aurions immédiatement traduits devant la commission de discipline ”<sup>70</sup> .*

En l'absence d'une reconnaissance d'un statut pour le journaliste, l'intervention du SNJ apparaît arbitraire car rien ne définit ce qu'est un journaliste professionnel, et ce, en dépit d'une conception du professionnalisme "nullement étroit et tyrannique" revendiquée par ce même syndicat. Pourtant, ce type de conflit qui pose les problèmes inhérents à l'identité du journaliste, à son honneur et à sa responsabilité est anticipé dans la Charte du journaliste. C'est la raison pour laquelle nous postulons que le code des devoirs jette les bases, toujours améliorées, de l'identité du journaliste. Cette thèse nous paraît être renforcée par la conclusion qu'émet le SNJ sur l'affaire Fischer. En effet, aucun pourvoi devant la justice n'étant rendu possible, l'issue envisagée par le SNJ fut celle de traduire les frères Fischer devant le conseil de discipline, instance dont l'instrument principal de légitimation était le code de l'honneur professionnel. Malgré son impuissance à gérer ce conflit, le SNJ ne manquera pas, à l'égard des journalistes indécis, de réaffirmer ce qu'il incarne en rappelant que *“dans tout différend, nos camarades ont intérêt à ne prendre aucune décision avant d'en avoir référé au Syndicat ”<sup>71</sup> .* Ce racolage fait partie de la propagande syndicale, mais pour le journaliste de l'époque, l'alternative est réduite à peau de chagrin, car nulle autre association n'a explicitement revendiqué la défense d'un “journaliste digne de ce nom” pour attirer des adhérents. Robert de Beauplan, journaliste d'autant plus subtil dans sa démarche qu'il n'est pas syndiqué, relève le rôle et la compétence que s'est assigné le SNJ en lui écrivant *“est-il admissible que des non-professionnels du journalisme puissent usurper la place d'un journaliste professionnel (...) N'est-ce pas précisément pour combattre cet abus que le SNJ s'est constitué ? ”* Le SNJ ne tardera pas à répondre, par une verte semonce, que *“les membres du syndicat constateront, une fois de plus la fragilité de défense d'une corporation, qui n'a pas encore eu le courage de*

---

<sup>70</sup> Ibidem

<sup>71</sup> Georges Bourdon, op.cit. p 1

*s'organiser et qui n'a pas su donner à son syndicat la puissance qui lui permettrait d'empêcher d'intolérables abus* ”<sup>72</sup> .

---

### 3.2. Une discipline pour mieux défendre ?

L'article 3 des statuts du SNJ précise que le syndicat est “ *l'organe agissant de la profession, il revendique pour elle, il a le souci de sauvegarder sa dignité, sa moralité, son bon renom* ”<sup>73</sup>

La première esquisse de l'organe de défense professionnelle en matière d'éthique professionnelle est “le code des devoirs professionnels”. Il s'appuie sur onze points séparés ainsi : ce qu'il faut faire et ce qu'il faut s'interdire (Cf. Annexe). Nous notons tout d'abord qu'un journaliste digne de ce nom “ prend, tient et garde ” et “ n'accepte, s'interdit, ne touche pas, ne signe pas, ne commet pas, ne provoque pas et n'abuse pas ”. Ce premier constat, s'il peut paraître extrait à brut, n'en demeure pas moins témoin du caractère directif qu'anime ce code et de la définition négative qui domine : le code énumère ce que les journalistes ne doivent pas faire, mais reste flou sur ce qu'ils doivent faire. L'impératif, comme mode grammatical qui exprime à la fois le commandement et la défense, se voit renforcé dans ses prescriptions d'ordre moral par la négation qui contraint doublement. C'est un devoir-ne pas faire par opposition au devoir-faire. La contrainte morale qu'exprime le code est donc double pour le journaliste. Outre ce bref constat qui porte sur les injonctions du mode impératif affirmatif et négatif, plusieurs écueils à éviter sont mis en exergue par le SNJ : la calomnie, la diffamation, les accusations sans preuves et le plagiat - quatre travers dont il est explicitement rappelé qu'ils relèvent de la responsabilité du journaliste - puis, plus loin, la réclame commerciale et financière qui sont les sirènes du journaliste. Cette partie du code vise surtout à proscrire les fautes professionnelles graves et à rappeler les responsabilités qui sont celles d'un journaliste.

---

<sup>72</sup> Ibidem

<sup>73</sup> François Boissarie et Jean-Paul Garnier, op.cit. fiche statuts du syndicat

Précisons que si les fautes et les devoirs sont expressément qualifiés de professionnels, le journaliste demeure “digne de ce nom”.

---

### 3.2.1 Une démarche civilisatrice

Ce premier code d'éthique se présente, selon nous, comme un modèle socialisant et idéalisant le journaliste en action. Il guide la conduite du journaliste entre un devoir faire et un devoir ne pas faire et sacrifie de fait l'exercice de la profession sur l'autel des contraintes du devoir. Les nombreux procès, intentés à l'époque à la profession, renforcent la sensibilité aux risques importants de dérapage qu'exprime le conseil d'administration du SNJ à travers la charte. Cette dernière permet de limiter l'action des journalistes et ses éventuels excès de pouvoir dans un cadre précis. Inscrire en effet la conduite des journalistes dans des valeurs, au premier rang desquelles, le respect et l'estime de l'autre - les occurrences "honneur et honorabilité" sont nombreuses - participe d'un désir manifeste du SNJ de définir les bases du savoir-être professionnel. Le SNJ est conscient du discrédit et du pouvoir de la profession qu'il cherche d'ailleurs à contrôler. Sans règles ni légitimation, ce pouvoir serait de l'abus de pouvoir. C'est la raison pour laquelle le SNJ a cherché, dans une démarche que l'on pourrait qualifier de civilisatrice, à protéger le journalisme du sabotage. Les valeurs d'honneur, de dignité et de responsabilité, incontestablement porteuses de dimensions symboliques, convergent avec le désir du syndicat sinon de sauver du moins d'humaniser la profession. En revanche, lorsqu'il s'agit de défendre la profession de l'amateurisme, le code des devoirs professionnels se meut en véritable carte d'identité du journaliste en action. Henri Pigeat remarquait que “lors de manquements individuels spectaculaires, la réaction du SNJ est plus volontiers celle de la défense de la solidarité, comme si l'affirmation des principes généraux était l'effort maximum possible, sans lien nécessaire avec les attitudes individuelles”<sup>74</sup> Ce lien existe pourtant et participe, au contraire, à réaffirmer sans cesse ce qu'est un journaliste.

---

<sup>74</sup> Henri Pigeat, op.cit., p 229

---

### 3.2.2 Une première figure de professionnalité

Le SNJ utilise la Charte comme une ligne de démarcation qui cerne le profil journalistique et permet ainsi aux acteurs de l'information en quête de professionnalité, d'intérioriser, certes une logique d'interdits, mais aussi une figure du journalisme. Cette stratégie syndicale qui a battu son plein jusqu'à la création du statut du journaliste en 1935 n'avait d'autre but que de s'assurer le monopole de la gestion de l'espace professionnel du journaliste. Au-delà de la déclaration des devoirs professionnels, cette stratégie sera efficace par les prises de positions "systématiquement" affirmées par le SNJ qui revendique seul, la compétence éthique.

La quête de professionnalisation que mène le SNJ à sa création l'accule à appréhender le rôle du code comme structurant. "Un journaliste digne de ce nom" apparaît donc comme une des premières figures de professionnalité proposée aux journalistes. Il fallut attendre la création du statut en 1935, puis la délivrance de la carte d'identité des journalistes professionnels un an plus tard, pour voir le SNJ, en 1938, réviser sa charte. Le BSJ daté du mois de février 1938 précise dans un article présentant le nouveau code d'honneur de l'honneur professionnel que "*le conseil d'administration a jugé opportun de procéder à une révision et à une mise au point de ce texte ancien*"<sup>75</sup>. Le dépoussiérage du code apporte des précisions, et supprime des éléments superfétatoires ou redondants. A la calomnie et aux accusations sans preuve s'ajoutent à la liste des plus graves fautes professionnelles l'altération des documents, la déformation des faits et le mensonge. La diffamation disparaît de la charte désormais révisée. En matière d'honneur professionnel, l'autoritarisme du SNJ demeure intact. Christian Delporte explique que "*lorsqu'il s'agit de réviser le code éthique pour l'adapter aux nouvelles conditions nées des réformes législatives de 1935-1936, on se contente prudemment d'affirmer qu'un journaliste "ne reconnaît que la juridiction de ses*

---

<sup>75</sup> *Le journaliste*, n°124, février 1938, p 2

*pairs, souveraine en matière d'honneur professionnel. Mais de quelle juridiction parle-t-on ?* ”<sup>76</sup> s’interroge l’historien. Cette analyse nous semble erronée, car si elle s’avère vraie pour la Charte de Munich, elle ne l’est pas pour la Charte révisée de 1938. En effet, l’expression “juridiction de ses pairs”, reprise dans la Charte de Munich, document le plus représentatif de la position de la presse française en matière de déontologie, ne renvoie à aucune réalité ou observance pragmatique. En revanche, elle trouve son origine dans la seconde mouture de la Charte des devoirs professionnels du SNJ, qui avait pris la précaution de donner à l’expression “juridiction de ses pairs”, une entité, le conseil de discipline et un contenu, veiller au respect des règles du présent code. Pour contrer la juridiction légale, le SNJ revendiquait sa compétence éthique en soulignant explicitement que le journaliste “ne reconnaît qu’une seule juridiction, celle de ses pairs représentée par le Conseil de discipline (...) auquel le journaliste reste soumis même après une décision de justice”<sup>77</sup>. Aujourd’hui, la “juridiction de ses pairs” reste une expression vague puisque la Charte de Munich lui a retiré sa représentation : “le journaliste n’accepte en matière d’honneur professionnel que la juridiction de ses pairs, à l’exclusion de toute ingérence gouvernementale ou autre”<sup>78</sup>. C’est donc au niveau de la Charte de Munich et non de la Charte des devoirs professionnels de 1938 que la question de Christian Delporte prend toute son ampleur : “mais de quelle juridiction parle-t-on ?”. Soulignons toutefois que le SNJ ne semble pas distinguer respect de la Loi et prévention contre tout risque de soumission au pouvoir. A cause de la défiance envers les pouvoirs, il inféode une “décision de justice” à ce qu’en penseront les pairs. L’autorité absolue en matière d’honneur professionnel reste donc le conseil de discipline, placé au dessus des lois. Or, dès que la loi est votée, c’est pourtant bien la norme intersubjective dite par les représentants du peuple qu’il faut respecter.

L’élaboration du Statut du journaliste en mars 1935 aurait pu ou aurait du traduire une évolution notable de la Charte de 1918, révisé en

---

<sup>76</sup> Christian Delporte, *Journaliste français et morale professionnelle*, in *La question médiatique* (sous la direction de Fabrice d’Almeida), Paris, Ed. Seli Arslan, p 31

<sup>77</sup> Le Code de l’honneur professionnel, in *Le journaliste*, février 1938, p 2

<sup>78</sup> La Charte de Munich a été rédigée et approuvée à Munich, en 1971 par la Fédération internationale des journalistes, l’organisation internationale des journalistes et la plupart des

1938. Il n'en n'est rien. Il faut en effet souligner que le code de l'honneur professionnel de 1938 ne s'encombre pas des nouvelles données qu'introduit dans l'organisation de la profession, le statut du journaliste. Il demeure fidèle à l'esprit qui animait son ancêtre de 1918, et ce malgré l'expérience des nombreux dérapages entre les deux périodes. L'interaction entre professionnalisme et honneur, que le SNJ imposait comme dynamique de l'organisation de la profession, sera moins récurrente dans son discours. La rhétorique d'un "journaliste digne de ce nom" en tant que première figure de professionnalité est progressivement remplacée par celle que résume cette phrase extraite du "Journaliste" et datée de 1937 : "*Qui n'a pas la carte d'identité ne peut-être considéré comme journaliste*"<sup>79</sup>. La ligne de démarcation du professionnalisme journalistique s'est donc déplacée au profit du statut et de son corollaire, la carte d'identité professionnelle des journalistes. L'honneur, la moralité, la dignité et le respect ne sont plus les figures du professionnalisme. Elles restent toutefois, à l'aune de la Charte révisée de 1938, un instrument utile pour légitimer dans le devoir et non le savoir, le pouvoir du journaliste et positionner le SNJ, comme l'unique interlocuteur en matière d'honneur professionnel. Le verrouillage de l'espace éthique du journaliste est ainsi assuré.

L'éthique est une démarche de créativité permanente comme le remarque Michel Falise "*elle se nourrit d'une histoire, s'inscrit dans une histoire et, à son tour, façonne l'histoire*"<sup>80</sup>. Si ce rapport spéculaire entre l'histoire et l'éthique journalistique transpire dans la Charte des devoirs professionnels de 1918 - Le contexte du discrédit -, celle révisée de 1938 ne traduit aucune évolution. L'éthicien met en garde : "*l'éthique qui ne serait pas accompagnée d'un discernement rigoureux et sérieux, car elle n'est pas d'abord une affaire de grandes déclarations, de bons sentiments, est une éthique phraséologique*"<sup>81</sup>. Autrement dit, il n'y a pas moyen de faire de l'éthique pertinente si l'on n'est pas au coeur de la réalité concernée. Pour Michel Falise, l'éthique est donc toujours à réinventer, à recréer, car "*c'est un*

syndicats européens.

<sup>79</sup> *Le journaliste* n°120, juillet-août-septembre 1937,p9

<sup>80</sup> Michel Falise, op.cit., p 26-27

<sup>81</sup> Ibidem



*cheminement plus qu'un aboutissement* ". Or, la seconde Charte, intervenue vingt ans après la première ébauche de 1918 ne nous paraît pas traduire une évolution dans l'identification des espaces de liberté et de responsabilité opérée par le SNJ. L'identité éthique du journaliste, construite à l'époque par le SNJ, semble immuable et attachée à des valeurs (vérité, honnêteté, solidarité, respect, justice) derrière lesquelles se dessinent une certaine idée de l'homme de presse, avec ou sans statut. Comme nous l'avons déjà signalé dans notre introduction, les publications actuelles du SNJ reprennent, en matière d'éthique professionnelle, la Charte des devoirs du journalistes élaborée en 1918 par le SNJ et révisée en 1938, alors même que le syndicat a adopté, en 1971, la Charte dite de Munich. Ce constat traduit évidemment l'attachement des membres actuelles du SNJ aux valeurs édictées voilà près de 80 ans. Or le véritable enjeu d'une remise en cause de ces normes ne serait-il pas celui de la légitimité syndicale en matière d'éthique professionnelle ?

---

### 3.3. Histoire et anthropologie du journalisme : deux analyses convergentes

Claude Dubar, sociologue qui cherche à identifier et à évaluer les facteurs qui influencent la dynamique des groupes professionnels, rappelle judicieusement que : *“qui étudie des professions interroge aussi le rôle des associations professionnelles et des syndicats surtout jusque'ici comme s'excluant mutuellement”* <sup>82</sup>

Deux postures d'observation scientifique, dont nous nous sommes à la fois inspirés et démarqués, ont permis d'étudier le rôle des associations et du SNJ dans la construction de la profession et, ont mis en exergue la morale comme l'un des facteurs qui a influencé la dynamique de la profession journalistique.

La critique scientifique respective de Christian Delporte et de Denis Ruellan conduit à embrasser les contours de la construction et de l'espace des journalistes sur une période déterminante. L'accumulation

---

<sup>82</sup> Yvette Lucas et Claude Dubar, *Genèse et dynamique des groupes professionnels*, Presses

systématique de données et le raffinement des approches et des méthodes d'investigation font émerger une série d'interrogations perceptibles sur le long terme que nous souhaitons mettre en avant. Cette démarche vise à camper un contexte inspiré d'une approche historique et anthropologique et ainsi à renforcer les bases de notre réflexion. La friction des deux disciplines nous permettra de soigneusement positionner notre analyse critique dès lors confrontée à des questionnements liés à des perceptions divergentes.

Denis Ruellan a inscrit sa réflexion dans une perspective anthropologique. A travers une étude très complète et documentée, l'auteur des "Pro du journalisme" vise à "*comprendre pourquoi les agents ont rendu visible le groupe des journalistes auquel ils donnèrent existence et légitimité à travers un processus de négociation, des organisations, des représentations et des dispositifs juridiques*"<sup>83</sup>. Le spécialiste en anthropologie du journalisme analyse le passage daté (1918-1940) qui conduit le groupe des journalistes - entendu comme entité sociale - de l'état au statut. Il explique que "*la construction du groupe professionnel des journalistes au cours de l'entre-deux-guerres est indubitablement liée au syndicat des journalistes dont la progression fut foudroyante*"<sup>84</sup>. Plus loin, la loi du 29 mars 1935 qui fut à l'initiative du statut du journaliste professionnel, est soulignée par l'auteur comme "*étant le pivot de la construction du groupe*" et Denis Ruellan d'expliquer "*les journalistes bénéficient d'un traitement exceptionnel : leur groupe est le seul à être défini par une loi sans qu'aucune contrepartie ne soit exigée des individus (patente, diplôme, concours) ; à travers les structures paritaires il est même autorisé à s'auto-réguler partiellement sans que ce privilège donne lieu à la moindre objectivation de règles éthiques (ce point étant corrélatif du premier, la reconnaissance du statut de journaliste professionnel n'étant pas subordonnée à des considérations morales, mais constituant la reconnaissance d'un état laborieux)*"<sup>85</sup>. Lucide sur les conditions morales d'exercice de la

universitaires de Lille, 1994, p 25

<sup>83</sup> Denis Ruellan, *Les "Pro" du journalisme*, Presses universitaires de Rennes, 1997, p 10

<sup>84</sup> *Ibid.*, p 21

<sup>85</sup> *Ibidem*

profession et leur absence notoire dans les articles du statut de 1935, Denis Ruellan radicalise sa position, jusqu'ici sans implication, lorsqu'il fait état d'un "projet d'Ordre professionnel des journalistes" : *"C'est pourtant cet aspect déontologique - le problème de la vénalité - qui mettra un terme plus net au projet d'Ordre, en révélant ses difficultés de mise en oeuvre et ses contradictions. Autant la mise à l'écart des "amateurs" relevait de dispositions administratives (...) autant la question morale révélait de très importants obstacles, que le syndicat ne mettait guère d'ardeur à surmonter"*<sup>86</sup>. Selon lui les attermolements autour de l'Ordre des journalistes apportent le témoignage, sinon la preuve que *"le dessein syndical n'était pas corporatiste, tout en étant bien d'essence corporative "* et de préciser plus loin *"le corporatisme était un viatique, une carte de visite vers l'honorabilité et la notoriété, rien de plus"*<sup>87</sup>. Denis Ruellan analyse la position du SNJ qu'il qualifie de *"matrice du processus de construction"*<sup>88</sup> au prisme des jeux de pouvoir et de stratégies syndicales qui s'imposèrent à tous les niveaux. Parmi eux, la question de la morale et de l'éthique reste déterminante dans la réflexion qu'il mène. En effet, à travers l'esquisse des différentes "stratégies" du SNJ, l'auteur souligne le rôle incontournable de l'organisation pour imposer une visée éthique de la profession et au-delà façonner une identité nouvelle comprenant une représentation corporative.

Il est essentiel pour notre réflexion de nous enquérir d'une seconde posture d'observation scientifique, celle de Christian Delporte, spécialiste de l'histoire des médias. Le premier constat que nous pouvons d'emblée dresser, porte sur la période d'émergence, d'édification et de légitimation de la profession de journaliste, comprise, selon lui, entre 1880 et le seuil des années cinquante. Denis Ruellan, quant à lui, la situait entre 1918 et 1940. Plusieurs raisons expliquent ce choix. Christian Delporte commence son étude par la loi du 29 juillet 1881 sur la liberté de la presse la qualifiant de *"consubstantielle à la République"*<sup>89</sup>. Il écrit qu'elle fut *"considérée*

---

<sup>86</sup> Denis Ruellan, op.cit., p 77

<sup>87</sup> Ibid., p 80

<sup>88</sup> Ibid., p 23

<sup>89</sup> Christian Delporte, op.cit., p20

*par les journalistes comme la première charte professionnelle ” et de préciser “son contenu contribue à définir une partie essentielle des référents culturels et identitaires de la profession ”<sup>90</sup>. C’est donc pour l’auteur une première étape vers la construction de la profession. A cette même période, il relève le rôle primordial du comité général des associations de la presse française, créé en 1887 et regroupant les six principales associations de patrons de journaux et de rédacteurs. Leur but est clair, rappelle-t-il “parler et agir au nom de l’ensemble de la presse française ”. “Elles en arrivent implicitement, à concevoir l’origine des revenus comme l’élément discriminant, la frontière qui sépare le monde des journalistes du monde des non-journalistes ”<sup>91</sup> souligne-t-il plus loin.*

Christian Delporte consacre une analyse très fouillée aux associations de presse, persuadé qu’elles sont une des sources incontournables de l’histoire du journalisme. Sa démonstration est convaincante et traduit l’intérêt de faire remonter le processus d’émergence de la profession à partir du Second Empire. En effet, lorsqu’il étudie l’évolution de la figure professionnelle du journaliste, il note l’amalgame entretenu à l’époque entre l’écrivain et le journaliste et souligne avec raison que “peut-être convient-il de chercher ici, l’un des facteurs du retard avec lequel se construit la profession ”<sup>92</sup>. Dès 1880, la question de la moralisation de la profession est partagée entre les chrétiens et les républicains. Christian Delporte dégage les différents points de vue et présente l’un des premiers projets d’Ordre des journalistes, lancé en 1898.

Il reprend les propos de son initiateur, Henry Bérenger : “ce conseil pourrait parfaitement trouver sa source dans les associations de journalistes qui au lieu d’être de simples groupements d’ordre matériel deviendraient une juridiction hautement morale, respectée, sur tous les membres de toute la presse ”<sup>93</sup> .

Bien avant la création du SNJ, les associations de journalistes, animées par un esprit de défense corporative, posaient déjà confusément les contours de l’identité de la profession, avec le

---

<sup>90</sup> Ibid., p 19

<sup>91</sup> Ibid., p 85

<sup>92</sup> Ibid., p 130

sempiternel souci d’y inscrire des exigences morales. L’éclairage de l’histoire et de l’évolution de la profession dès 1880, apporte les éléments fondateurs de cette dynamique morale et déontologique qui anima la grande famille de la presse. Il nous a semblé pertinent de relever cette tranche d’histoire, pour à notre tour revendiquer, à l’instar de Christian Delporte, l’importance de ce qui a précédé la création du SNJ. En effet, la période pré-syndicale que dessine l’historien va influencer et favoriser la naissance du SNJ. Ses initiateurs sont républicains, dreyfusards, anticolonialistes et pacifistes. Ils appartiennent pour les uns, à la Ligue des droits de l’homme, pour les autres à l’Association des journalistes républicains. Ils se souviennent des combats de la république, de l’affaire Dreyfus et de ses procès étalés dans la presse. Michel Winock le constate et écrit “le pays s’enflamme, car l’opinion, conditionnée par la grande presse et la presse nationaliste - *La Libre Parole, La Croix, Le Pèlerin, L’Intransigeant...*- est persuadée que l’enjeu du procès Zola n’est rien moins que la défense de la patrie (...)”<sup>94</sup>. Les précurseurs du Syndicat des journalistes puisent leur inspiration dans cet héritage, celui “de la république, du dreyfusisme, des droits de l’homme, du naturalisme et du reportage social”<sup>95</sup> qu’a longtemps incarné Émile Zola. Or, l’affaire Dreyfus est avant tout une question de justice, de morale et d’honneur qui reste comme une victoire inachevée dans l’esprit des fondateurs du Syndicat des journalistes. L’honneur est donc la première chose à rétablir au sein de la profession.

Sur les deux travaux dont nous venons de rendre compte, avec le souci de ne pas en dénaturer la substantifique moelle, les thèmes de l’identité journalistique et de la morale sont consubstantielles. La morale constitue semble-t-il, un des éléments qui cimentent la profession et façonnent la construction d’une culture et d’une identité collective. En revanche, si elle se situe au coeur de ce processus, nos deux auteurs n’y relèvent aucune logique d’argumentation et de représentation émanant des acteurs de l’époque. Or, force est de constater que les exigences morales souvent sollicitées auprès des

---

<sup>93</sup> Christian Delporte, op.cit., p161

<sup>94</sup> Michel Winock, *Le siècle des intellectuels*, Paris, Seuil, septembre 1997, p31

journalistes interviennent sur fond de pensée idéologique et politique (chrétiens, républicains et laïcistes) ou corporatif (Associations de presse et le Syndicat des journalistes) et obéissent donc à des rhétoriques plurielles. Elles induisent selon nous des représentations des pratiques professionnelles dans un cadre éthique spécifique, cadre qui participe à la clôture de l'espace journalistique et à la définition de ce qu'est un journaliste. Et déjà, voyons-nous poindre, à l'aune de ce bref état des lieux, les enjeux qui se trament derrière l'instrumentalisation de l'éthique.

---

## Conclusion

Il convient d'éviter le piège que Flaubert résumait ainsi : "la bêtise, c'est de conclure". Il apparaît clairement qu'hier comme aujourd'hui la question de la morale est au coeur du débat. Hier, elle prétendait à l'absolu, à l'universel, aux valeurs de respect et à l'estime de l'autre, de justice et d'honneur qu'imposait le contexte. Aujourd'hui, plus souple, plurielle, efficace du point de vue stratégique et capable de s'adapter, elle devient éthique. Cette résurgence de l'intention éthique dans les médias répond selon Gilles Lipovetsky "à une époque où règne le culte du présent (...) où l'on est incapable de concevoir un avenir supérieur au présent"<sup>96</sup>. Définir "une référence commune" qui fasse fi des intérêts nombreux en la matière serait peut-être se rendre capable de "concevoir un avenir supérieur au présent" et d'adopter une posture kantienne de la philosophie pratique : s'appuyer sur ce qui doit être (analyse à vocation praxéologique - la visée éthique écrivait Paul Ricoeur) et non sur ce qui est (analyse positive, descriptive). Angèle Kremer-Marietti conclut avec nous : "*Les éthiques nées des champs divers de spécialisation et croissant dans le désarroi des problèmes de modernité, ne sont plus soumises au critère de la cohérence philosophique*"<sup>97</sup>.

---

<sup>95</sup> Christian Delporte, op.cit., p 195

<sup>96</sup> Gilles Lipovetsky, op.cit., p 242

---

<sup>97</sup> Angèle Kremer-Marietti, *L'éthique*, Paris, PUF, QSJ, 1987, p 121

## Deuxième partie

# Étude de l'articulation discursive syndicale autour de la question morale

---

### Rappel des objectifs de la recherche

L'impossibilité de définir une normativité à partir de l'analyse des pratiques journalistiques et notamment des dérapages de la profession n'est pas la seule implication du raisonnement praxéologique que nous présentions brièvement dans notre première partie. Si les journalistes abordent subjectivement la réalité sociale au nom de la liberté de penser et que leurs valeurs ne se révèlent que dans l'action, ni le principe de rationalité, ni les chartes ou autres codes de déontologie ne sont suffisants pour garantir la régulation des pratiques individuelles et collectives des journalistes car ils ne permettent pas la prévision systémique. Seule l'action envisagée dans sa dimension temporelle le permettrait, mais comment dès lors rendre possible son anticipation ? Le problème devient alors celui de l'explication des prédictions qui doit faire référence à des représentations de la profession - même ancrées dans des épreuves de réalité -, en terme d'idéal éthique ou déontologique type, car il s'agit bien ici de notre questionnement.

Au-delà des cadres réflexifs pléthoriques qui témoignent d'un grand éparpillement des approches de la déontologie, de l'éthique appliquée à l'information, ou de cette "*morale d'exception*"<sup>98</sup> comme la désigne Cyril Lemieux, les discours du SNJ articulés autour de ces notions sont de précieux indicateurs de ce qui devrait précéder l'action



journalistique et ce qui devrait la légitimer. Sans doute, s'agit-il alors d'opposer à la signification du message latent, exprimée dans la revendication syndicale, une grammaire de l'action que traduirait l'articulation du discours. Paul Ricoeur n'évoquait-il pas, à ce propos, la "sémantique de l'action".

- Le syndicat comme structure polémique

Le Syndicat national des journalistes affiche ses objectifs dès sa création, le 10 mars 1918, comme en témoigne son assemblée préparatoire : "*mieux structurer la profession et par là, lui obtenir un véritable statut. La voie choisie : le syndicalisme*"<sup>99</sup>.

Parmi les quatre objectifs que s'assigne le comité fondateur, celui de "*remplir un rôle analogue au Conseil de l'Ordre des avocats*" arrive en troisième position derrière ceux "*d'assurer le respect dû à la profession et d'augmenter son prestige*"<sup>100</sup>. Le SNJ, seul syndicat de journaliste jusqu'en 1938, fut au coeur du processus de constitution d'un statut (Loi Guernut Brachard - mars 1935) et d'une identité journalistiques. La tentative de fusion éventuelle avec le Livre, en 1919, fut repoussée par les adhérents du SNJ avec 134 voix "Contre" et 105 "Pour". L'écart des voix se creusera de façon inéluctable pour les autres tentatives en 1926 et 1937. En 1948 sera finalement décidé l'autonomie du syndicat des journalistes.

Le SNJ s'efforce donc de faire cavalier seul sur l'échiquier syndical. Cette singularité est très fortement présente dans une des fiches du "Livret du Journalisme" qui retrace, dans les grandes lignes, l'histoire du Syndicat. Ainsi au paragraphe "Le positionnement syndical", il est écrit : "*conjointement à l'élaboration du statut et à l'exigence de discipline professionnelle, le SNJ cherche à se positionner sur l'échiquier syndical (...)*". Plus loin, au paragraphe "*Un échiquier encombré*" on pourra lire : "*c'est sur un échiquier singulièrement plus encombré qu'en 1919 que le SNJ se retrouve au lendemain de la guerre (...) De par sa position originale et originelle, le SNJ d'hier et d'aujourd'hui se démarque des confédérations (...) Le*

---

<sup>98</sup> Cyril Lemieux, Les journalistes, une morale d'exception ?, in revue *Politix* n°19, 1992, p8

<sup>99</sup> François Boissarie et Jean-Paul Garnier, Le livret du journaliste, Fiche Histoire du SNJ, Paris, *Les publications du SNJ*, 2ème édition, 1989

*SNJ est alors conduit à mieux enraciner son positionnement, affirmer sa différence (...) dans l'hexagone, tout en jouant un rôle charnière aux côtés des autres syndicats des journalistes (...)*<sup>101</sup>

Le SNJ s'est toujours affiché et s'affiche encore très clairement comme dépositaire d'une mémoire collective, celle qui a forgé l'identité du journaliste et qui de ce fait, représente une grande partie de l'inconscient collectif des journalistes. C'est au titre de ce "rôle charnière", très largement revendiqué par le syndicat lui-même, qu'il nous apparaît pertinent de saisir le discours syndicaliste. Notre problème alors, est de savoir comment s'organise le discours du SNJ autour de la représentation du journaliste dans un cadre déontologique et éthique ? En effet la formulation et la désignation de principes éthiques, disons moraux pour la période qui a vu se constituer le statut du journalisme en même temps que son destin moral, expriment-elles non seulement le besoin d'un cadre normatif, mais aussi d'une représentation et d'une nécessaire légitimation du journaliste en activité ?

La question de l'identité journalistique devient alors cruciale et relève selon Rémy Rieffel "*de la discordance manifeste entre leur identité pour autrui et leur identité pour soi*"<sup>102</sup>. Le SNJ a longuement entretenu cette discordance. Outre "*les tentatives de représentation normative de la compétence journalistique à travers des manuels de formation et de vulgarisation et les projets d'encadrement*" qui constituent, selon Denis Ruellan, "*un des aspects de l'assemblage identitaire*", l'argumentaire du SNJ "*s'inscrivait dans une conception contemporaine des qualités du bon journaliste. Cette représentation mythique du journaliste souligne les limites de la stratégie de maîtrise du territoire mise en place par le SNJ*"<sup>103</sup> note-t-il.

L'argumentaire du SNJ traduit-il une stratégie discursive organisant la représentation du groupe journalistique dans un cadre moral destinée à être réinvestie dans la pratique professionnelle ?

---

<sup>100</sup> Ibidem

<sup>101</sup> François Boissarie et Jean-Paul Garnier, op.cit., Fiche Histoire du SNJ

<sup>102</sup> Rémy Rieffel, Les journalistes français : image et représentation de soi, in revue *Médiascope*, n°1, Centre régional de documentation pédagogique de Versailles, mars 1992, p71

<sup>103</sup> Denis Ruellan, *Les " Pro " du journalisme. De l'état au statut, la construction d'un espace professionnel*, Rennes : PUR, 1997,

Comment évoluent cette représentation et son cadre moral ? Nous tenterons à travers l'analyse du discours du SNJ d'y répondre.

- Vers une typologie du discours syndical ?

Avant d'entreprendre notre étude, il nous paraît pertinent de souligner qu'il s'agit d'un discours "syndical". Certaines recherches - La revue *Langages* et les travaux du groupe de Saint-Cloud - ont fait émerger des caractéristiques archétypes du discours syndical que nous exposerons, sans pour autant adhérer à "*une typologie prématurée*" car comme le rappelle L. Guespin "*ce qu'il faut catégoriser, c'est ce qui fait qu'un discours fonctionne, et non le jugement qu'on peut porter sur lui*"<sup>104</sup>. Avant de dresser un bref inventaire des remarques d'ordre général qui se dégagent de ces travaux, nous poserons une distinction entre deux formes de syndicalisme. En effet, "*dans le domaine syndical, les revendications et les formes d'organisations sont, plus que partout ailleurs, évolutives, se développant sur le terrain solide des réalités matérielles*"<sup>105</sup>. Même si l'on reconnaît ici l'empreinte marxiste, il n'en demeure pas moins que ce constat permet de distinguer, dans une approche dialectique chère à Marx, le syndicalisme d'industrie et celui de métier qui correspond à "*un développement caractérisé non par la spécialité productive du capital, mais par la qualification du travail humain*"<sup>106</sup>. Cette distinction nous semble intéressante car elle traduit aujourd'hui le glissement opéré entre des formes de revendications qui n'ont plus lieu d'être et d'autres, nouvelles, qui s'inscrivent en effet dans une phase déterminée de l'évolution des forces productives.

Le SNJ n'y échappe d'ailleurs pas à en croire les priorités aujourd'hui fixées par l'organisation : "*la lutte contre la précarité de la profession journalistique*"<sup>107</sup>.

Les études proposées par la revue *Langages* ainsi que le groupe de Saint-Cloud se sont appuyées sur deux méthodologies, l'une

---

<sup>104</sup> L. Guespin et B. Gardin, Discours patronal et discours syndical. Une tradition du discours, in revue *Langages* n°41, Larousse, 1976, p9

<sup>105</sup> Karl Marx et Friedrich Engels, *Le Syndicalisme. Théorie, organisation, activité.*, Paris, Maspéro, 1972, p6

<sup>106</sup> Ibid., p 7

<sup>107</sup> Propos recueillis lors d'un entretien avec François Boissarie (juin 1999) - A lire aussi sur le sujet l'ouvrage d'Alain Accardo (dirigé par) "journalistes précaires", Éditions Le mascaret, Bordeaux, 1998.

relevant de l'analyse de discours et l'autre de l'analyse lexicale. Elles ont mis en exergue un certain nombre de traits linguistiquement pertinents du discours syndical. Leur objet d'étude portait essentiellement sur une forme de syndicalisme idéologiquement et politiquement marquée. Cela dit, nous faisons le choix d'en relever quelques éléments pour, à l'issue de notre analyse, appuyer ou rejeter la thèse d'une typologie des discours syndicaux à travers ses invariants.

B. Gardin précise que *“Le discours syndical en tant que discours non dominant a pour fonction de casser les stéréotypes idéologiques : les comme on dit, et d'imposer à la place ses propres propositions et son propre vocabulaire”*<sup>108</sup>. Son étude contrastive, dans deux discours (patronal et syndical), de certains phénomènes de discours rapportés, phénomènes considérés comme appartenant au niveau idéologique, donc signifiants socialement, permet de l'attester. Il explique que *“d'une manière générale, le discours syndical est “élaboré”, puisqu'il lui faut à la fois déconstruire le discours patronal (ou même constituer le vrai discours patronal) et construire ses propres positions” et de conclure en notant que “le discours syndical pose la problématique de la conquête du discours”*<sup>109</sup>.

Le groupe de Saint-Cloud, qui se réclame de l'analyse lexicologique, a produit un ouvrage intitulé *“La parole syndicale - Étude du vocabulaire confédéral des centrales ouvrières françaises 1971-1976”*. Le contexte est clairement campé et se restreint à une période donnée. Néanmoins le groupe de travail dégage quelques remarques d'ordre général sur le discours syndical qui nous ont semblé intéressantes. Ainsi, il est spécifié que *“le discours syndical s'élabore dans un milieu et à partir de préoccupations qui confèrent une spécificité propre. Sa permanence, son enracinement dans certaines traditions de la “masse parlante”, ses rites même ne sont pas insensibles ni aux fluctuations de surface, ni aux évolutions profondes. Ils en reproduisent les traces, peut-être atténuées, sans doute assimilées à la fois incorporées aux héritages lexicaux et reflétant*

---

<sup>108</sup> L. Guespin et B. Gardin, op.cit., p40

<sup>109</sup> Ibid. p 40-41

*l'impact des mutations ressenties*"<sup>110</sup>. Ici est mis en avant implicitement la perspective pragmatique de l'analyse de discours, telle que l'entend Dominique Maingueneau, c'est à dire l'articulation entre énoncé et contexte.

Nous l'avons remarqué dans notre première partie, le contexte dans lequel le SNJ va déposer son discours et le faire évoluer, va conditionner par paliers les stratégies discursives de l'organisation syndicale. L'évolution de l'argumentaire syndical est aussi fonction des personnalités qui composent le bureau. Ainsi, notre corpus est composée de six articles dont quatre ont été rédigés par Georges Bourdon, un par le Comité fondateur (dont ne faisait pas partie Georges Bourdon) et enfin un dernier, sans signature. Il nous semble important de tenir compte de la variable individuelle, certes vague, mais qui peut affecter le discours du SNJ, qui reste néanmoins représentatif.

Les articles qui composent notre corpus correspondent à la période qui s'étale de la création du SNJ jusqu'à l'édification du statut et l'instauration effective de la carte d'identité des journalistes professionnelles (1918-1937). Notre grille de lecture sera identique pour tous les articles, et ce eu égard à l'importance de notre corpus et à notre souci de viser une constance sur le plan de l'analyse.

Nous articulerons notre approche autour des termes moralité, dignité, honneur et discipline, représentant un univers de valeurs axiologiquement déterminé par le Syndicat national des journalistes, en tant que sujet énonçant. Ces valeurs seront appréhendées comme des formes sémantiques et syntaxiques conditionnant les éléments du schéma narratif canonique sur lequel nous nous appuyerons. Nous assumons le risque d'analyser le discours du SNJ à travers plusieurs articles issus de son Bulletin et retenus comme un seul et même programme narratif. Selon nous, les transformations du texte, gérées par l'organisation narrative, ne sont pas seulement imputables à ce que Joseph Courtès désigne comme "*l'opposition entre le "manque" initial*

---

<sup>110</sup> Alain Bergognioux, Michel Launay, René Mouriaux, Jean-Pierre Sueur, Maurice Tournier (étude réalisée par le Groupe de Saint-Cloud) - *La parole Syndicale. Étude du vocabulaire confédéral des centrales ouvrières françaises. 1971-1976*. Paris, PUF, 1982, p10-11

et la “liquidation du manque”<sup>111</sup> et qui nous paraît être une conception endogène et auto-validante du programme narratif. “La liquidation du manque” que valide l’opération de sanction - rétribution ou reconnaissance - ne peut-elle pas être transférée sur un second programme narratif, dès lors exposé à des sanctions toujours recommencées ? C’est un peu dire qu’une histoire peut être sans fin, sans pour cela postuler l’échec du sujet-manipulateur. En revanche, c’est ouvrir le parcours narratif à de nouvelles formes d’approches et mettre en exergue, une axiologie récurrente - ici la question morale et son champ de valeurs - sans laquelle les opérations de manipulation et sanction ne peuvent s’exercer. Cette prétention vise aussi à tester l’analyse sémiotique sur plusieurs unités textuelles considérées comme un seul et même programme narratif.

## 1. La configuration discursive du SNJ autour de la question morale de 1918 à 1937

---

### 1.1. Le système axiologique du SNJ : 1918-1937

L’axiologie est un niveau (avec le figuratif et le thématique) de la composante sémantique du discours. Joseph Courtès nous explique “qu’une fois les valeurs (bon /mauvais par exemple) du niveau thématique posées, l’on peut les axiologiser, c’est à dire les marquer soit positivement soit négativement”<sup>112</sup>. Ainsi, le SNJ va-t-il en tant qu’actant sujet connoter un certain nombre de thèmes - entendons aussi univers de valeurs - qui lui permettront, dans le cadre d’une opération de manipulation énonciative, de faire adhérer l’énonciataire - le journaliste syndiqué et/ou non syndiqué (l’anti-énonciataire) à son point de vue. Il est important de dégager les deux niveaux axiologiques (générique et spécifique) qui animent les composantes narratives (manipulation - sanction) et sémantiques afin de relever la nature du

---

<sup>111</sup> Joseph Courtès, *Analyse sémiotique du discours. De l’énoncé à l’énonciation*, Paris, Hachette Supérieur, 1991, p 98

rapport qui existe entre les deux catégories. Cette première étape nous permettra de souligner à la fois les thématiques du discours syndical et les niveaux axiologiques qui lui sont inhérents.

---

### 1.1.1 La thématique et l'axiologie syndicales

La thématique du discours du Syndicat national des journalistes de 1918 à 1937 sera fonction du contexte qui encadre son action. A sa création, comme tous les syndicats, le SNJ cherche à rassembler, à unir, bref à **faire adhérer** l'ensemble de la profession journalistique à l'organisation. Jusqu'en 1938, nombreux sont les encarts racoleurs qui émaillent le bulletin du Syndicat : *“Lisez le Bulletin ! Faites-le lire ! Envoyez votre adhésion” (1918) - “Le recrutement ne va pas assez vite, faites-nous des adhérents (...) Tous les journalistes au Syndicat : voilà le mot d'ordre. Nous devrions être trois mille : faites nous des adhérents” (1923) - “Journalistes de toute la France, syndiquez-vous ! Syndiqués, amenez au Syndicat les journalistes de toute la France ! Le premier devoir du syndiqué est de travailler pour la propagande. Vis à vis de lui-même d'abord, puisque travailler pour le Syndicat, c'est travailler pour soi” (1924)*. Ces quelques échantillons de la propagande syndicale sont clairement exposés dans la micro rubrique “propagande”. S'agissant de notre corpus, la thématique du ralliement ou de l'adhésion est aussi récurrente. **Le ralliement** désigne selon le Petit Robert la volonté de *“regrouper des gens dispersés = rassembler ; d'unir des personnes pour une cause commune ; convertir à sa cause”*. Outre la thématique générique du rassemblement deux autres thèmes traversent notre corpus. Ce sont ceux de la solidarité et de la conquête. **La solidarité** exprime selon notre dictionnaire *“le fait d'être solidaire, la relation entre personnes ayant conscience d'une communauté d'intérêts qui entraîne une obligation morale d'assistance mutuelle ”*. Enfin **la conquête** désigne l'action de convaincre voire celle de séduire. Or pour conquérir, le SNJ devra rassembler et susciter chez les journalistes une prise de conscience des intérêts communs qu'animent la grande famille. Autour de ces trois

---

<sup>112</sup> Joseph Courtès, op.cit., p 173

axes, entendus comme pivot de la rhétorique syndicale, le SNJ va distribuer les rôles, inscrire la visée morale de la profession et dévoiler ses desseins. Indistinctement, Georges Bourdon n'aura de cesse de jongler, à travers ses discours, entre les trois thèmes interdépendants et autour desquels gravitent un certain nombre de valeurs. Celles-ci s'articulent sur des couples antinomiques qui feront l'objet d'une attraction ou d'une répulsion clairement exprimées dans le discours du SNJ.

---

### 1.1.2 L'axiologisation syndicale comme instrument de positionnement du discours

Nous avons dégagé de notre exploration thématique six couples de valeurs mis en jeu : **union vs division ; ancien vs nouveau ; échec vs réussite ; passé vs présent ; bon vs mauvais et constance vs rupture**. A cette axiologisation générique correspondent des dimensions éthique (bon vs mauvais), stratégique (union vs division) et temporelle (passé vs présent ) qui elles-mêmes correspondent à des sujets d'état (journalistes syndiqués ou non, associations, confédérations, État, etc.). Ceux-ci sont dès lors positionnés sur le carré sémiotique, par le jeu de la manipulation énonciative du SNJ comme étant soit "adhérent" soit "opposant" ou bien soit "sympathisant" soit "méfiant".

---

#### 1.1.2.1 De l'axiologie générique à l'axiologie spécifique

Le SNJ, dans un discours qui se veut rassembleur, exerce son faire-persuasif en pointant la nécessité de s'unir, au nom du célèbre aphorisme "l'union fait la force". Le couple union vs division revêt plusieurs formes syntaxiques et sémantiques dans le discours du SNJ. Il constitue selon nous l'axiologie générique autour de laquelle viendront se greffer d'autres formes d'opposition inhérentes d'une part aux opérations de manipulation et de performance de l'énoncé du faire du discours syndical et de l'autre aux sujets d'état. Ces derniers se voient proposer voire imposer un contrat organisant un système



axiologique dont la principale catégorie est contenue dans l'opposition union vs division.

---

#### 1.1.2.2 "Union vs division"

En 1918, le SNJ cherche à grossir les rangs des adhérents en revendiquant le professionnalisme : *“Nous vous demandons d’adhérer à notre oeuvre ; un groupement strictement professionnel ; Tous les journalistes dignes de ce nom seront d’accord avec nous ; nous vous demandons votre adhésion au Syndicat national des journalistes ; L’estime qui vous entoure et votre autorité auprès de vos camarades nous rendent votre adhésion précieuse”*<sup>113</sup>.

Ici, l’union est à la fois contenu dans le “nous”, le “groupement”, le “tous” et dans “l’adhésion” qu’appelle de ses vœux le Syndicat en flattant l’ego du camarade dont “l’estime” et “l’autorité” ne font pas l’objet d’un soupçon. L’union s’articule aussi autour de la “dignité” comme condition sine qua non de l’identité journalistique. L’appel à l’union est réservé au journaliste "digne de ce nom" car justement le SNJ se veut un groupement “strictement” professionnel. Dans ce premier discours, la division apparaît à travers la figure implicite du journaliste qui ne serait pas digne de ce nom - rappelons que dans ce premier bulletin un article est consacré aux journalistes professionnels et à la concurrence des non-professionnels - mais aussi à travers l’hommage rendu par le comité fondateur du SNJ aux associations qui ne constituent pas un “groupement strictement professionnel”. Ce décodage de l’implicite n’est pas une fantaisie d’interprétation mais répond au contraire à une compétence pragmatique. Catherine Kerbrat-Orechioni précise que *“le décryptage des contenus implicites n’est possible qu’en recourant, en plus des informations concernant le code linguistique impliqué dans la construction de l’énoncé, à des informations concernant le contexte extra-verbal (...)”*<sup>114</sup>. L’auteur désigne ce contexte extra-verbal comme étant la compétence encyclopédique (ou pragmatique).

---

<sup>113</sup> Pour les extraits cités des articles du Bulletin du Syndicat national des journalistes voir les Annexes

<sup>114</sup> Catherine Kerbrat-Orechioni, *L’implicite*, Paris, PUF, 1987, p8

L'article intitulé "Le Syndicat et les autres Associations" (1925) est fortement empreint de l'axiologie union vs division que dissimule un contenu éminemment implicite. Le titre de l'article contient déjà l'annonce de la division tant du point de vue du sens que de la forme, puisque seul le mot "syndicat" sera souligné en gras dans le titre. Le discours du SNJ va jouer sur plusieurs axiologies spécifiques, pour marquer sa position à l'égard des Associations. Outre l'hommage rendu par le SNJ aux associations en 1918 et dont nous avons dit qu'il sonnait comme le dernier, le discours du SNJ va s'employer à figer les Associations dans un passé désormais révolu.

Georges Bourdon, auteur de l'article, s'explique : "nous avons senti, entre les autres et nous, le frôlement de malentendus déraisonnables et pernicieux, qu'il est temps d'effacer et pour jamais". S'il apparaît explicitement que l'auteur cherche "la pleine concorde" mais aussi "à écrire pour la paix", son discours manifestera exactement le contraire avec le jeu subtil des axiologisations spécifiques que sont le **"passé vs présent"**, **"ancien vs nouveau"** et **"constance vs rupture"**. Le SNJ incarne le présent, la nouveauté et la constance. Sa démarche et sa conception se présentent comme originales et s'entourent de marqueurs temporels tels que "aujourd'hui" ; "présent" ; "nouvelle" ; "les temps sont nouveaux" ; "son programme n'avait pas encore été formulé" . Il n'hésite pas à qualifier "l'union des journalistes" et "la commune volonté d'action" comme étant "la nouveauté du Syndicat". A ce présent nouveau, cette "force jeune" écrira Georges Bourdon, s'oppose le passé de "toutes les Associations de presse" dont "le caractère commun étaient de grouper les journalistes selon certaines affinités". Le SNJ n'entend pas procéder par affinités électives et Georges Bourdon d'expliquer que l'organisation syndicale ne demande "ni ce qu'ils - les journalistes - pensent ni d'où ils viennent, mais seulement s'ils sont journalistes professionnels vivant de leur métier et l'exerçant avec honneur". On remarque, ici encore, l'impossibilité pour le SNJ de dire ce qu'est un journaliste professionnel ou de définir sa compétence en dehors du cadre de l'honneur qui fait bien évidemment référence à la Charte.

Le SNJ, en se démarquant de la conception d'un journalisme éparpillé, s'auto-proclame seul représentant de la profession, unie derrière les mots d'ordre que sont le professionnalisme indicible - la question de la définition d'un journaliste professionnel reste entière - et l'honneur, décliné en catégories négatives - devoir ne pas faire - dans la Charte. Le discours de Georges Bourdon ira même jusqu'à lier le sort de la profession et celui du SNJ en mettant en garde le journaliste : *“Quiconque quitte la profession quitte du même coup, le Syndicat”*. Il s'agit là certes d'une évidence (si vous n'êtes plus journaliste, vous ne relevez plus d'un syndicat de journalistes) mais, dans le contexte, Georges Bourdon veut distinguer fortement le SNJ des associations, les unes confessionnelles ou philosophiques, les autres géographiques ou spécialisées, etc., et a contrario établit l'équation SNJ=journalisme. La double appartenance (être journaliste et être syndiqué) devait être indissociable.

Les Associations, sans distinction, s'employaient certes à *“former un miroir fidèle du journalisme français”* mais surtout *“un miroir brisé”* selon Georges Bourdon. La figure de la division s'applique donc aux seules associations qui sectorisaient plus qu'elles ne rassemblaient. Or dire la distinction qu'opéraient les Associations entre les journalistes c'est aussi avouer implicitement leur échec puisque selon l'auteur *“la politique, la géographie ou la rubrique sont sans prise sur des besoins identiques (...)”*. A cet échec des associations, dévoilé à demi-mot, correspond la naissance du Syndicat qui entend *“à la fois délimiter les contours et sauvegarder la dignité morale de la profession”*.

Les associations sont donc reléguées au passé, à l'ancien et à l'échec contre le présent, la nouveauté et la réussite qu'incarnent *“tous les actes”* du SNJ. La constance de sa démarche que traduisent des phrases telles que *“le SNJ s'efforce de maintenir en lui incessamment renouvelée, une force jeune qui ne se laisse alourdir par nul poids mort”* ou encore *“la constante doctrine”*, dit aussi la rupture qui existe entre les deux postures, l'une associative, l'autre syndicale. Comme il est écrit *“à chacun son rôle”* qui, s'agissant des Associations, est réduit dans l'article de Georges Bourdon à *“ne cesser, par la constitution de*

*caisses de retraites, par des avantages et des facilités de tout ordre, tels que secours médicaux et pharmaceutiques, réductions sur les chemins de fer, etc. de justifier une activité tout entière vouée au mieux être de la communauté*". Il est évident qu'en cantonnant l'activité des Associations de presse à quelques activités aussi bénignes que la réduction sur les chemins de fer, le SNJ s'assure le monopole d'une tâche plus ambitieuse : l'organisation de la profession. Or, pour revendiquer la légitimité d'une telle tâche, le SNJ doit se positionner et évincer ce qui est source de "malentendus".

Les Associations de presse ne sont pas les seules sources de "malentendus" sur lesquelles le SNJ rebondira pour s'affirmer. Lorsque la Confédération des travailleurs intellectuels (CTI - 1923), par le biais de son secrétaire de la section presse, Léon Goulette, propose la création d'un conseil de l'ordre de la presse, Georges Bourdon "*protestera immédiatement*" et rappellera au passage que cette création est "*dès l'origine, l'initiative du SNJ*". Il s'agit là de reconquérir par le discours ce que la CTI s'approprie : la création d'un conseil de l'ordre de la presse. Une telle déclaration, qualifiée "*d'intention*" par l'auteur, sera présentée comme illégitime car elle fut d'abord et avant tout "*l'ambition initiale, l'ambition constante du SNJ (...)* une grande pensée qu'il met en application depuis cinq ans". Le conseil de discipline de l'Association générale de la presse belge, cité comme exemple par Léon Goulette, sera aussi mal venu. L'argument tiendra en une phrase "*M. Léon Goulette nous propose l'exemple belge, qui date de 18 mois, à nous qui l'avons précédé de quatre ans*". Georges Bourdon opposera aux sollicitations de la CTI, ce qui a déjà été fait par le SNJ. Ici, les axiologies **passé vs présent** et **constance vs rupture** serviront la cause syndicale, car l'introduction de la temporalité lui permettra de reconquérir légitimement la maîtrise de la discipline professionnelle et de verrouiller son application. Ce rôle de gestion de l'espace déontologique est présenté comme le pivot de l'action syndicale et comme indissociable du SNJ. La discipline est née avec le SNJ qui, via son conseil de discipline "*exerce son pouvoir disciplinaire*".

En octobre 1935 le SNJ associera la création du statut du journaliste au succès de sa démarche. L'article titré "la montée du SNJ. 1935, année cardinale : construire" rassemble l'ensemble du système axiologique du discours syndical. Les figures de la division sont toutefois nettement plus claires et révèlent les véritables sujets d'état. Elles sont incarnées par les journalistes, ceux qui "*ont mis longtemps à comprendre, à supposer qu'ils aient tous compris*" - la figure du méfiant - et ceux qui "*nous disaient : le Syndicat national est une association comme les autres, mais qui a mieux réussi*" - la figure du sympathisant -. Georges Bourdon exclura de son discours la figure de l'opposant, qui existe pourtant, mais qui est reléguée au passé. On peut être sceptique "*ne savoir que hausser les épaules*" ou "*avoir négligé de prêter l'oreille à nos déclarations*" mais on ne peut être opposé au contrat imposé par le SNJ. Et Georges Bourdon de rappeler, pour sanctionner le succès du SNJ "*les journalistes ont compris, c'est maintenant que commence le travail d'organisation professionnelle (...) et ce travail a pour condition première que toute la profession se soude autour de son Syndicat*". Aucune alternative n'est proposée au destinataire-journaliste comme en témoigne cette phrase qui clôtüre l'article "*il n'est d'autre voie de salut que le syndicalisme*". Le SNJ s'empresse, envers et contre tout, de dissiper les malentendus - source de division - en se posant comme la figure de la réussite - moteur de l'union -. Héraut de l'organisation de la profession, le SNJ légitime son discours en valorisant un système de valeurs qu'il a toujours su mettre en exergue, quelle que soit la situation.

Le système axiologique du discours du SNJ a permis, par sa permanence, d'instaurer une relation entre le journaliste-destinataire et le syndicat-destinateur au profit de ce dernier. Celui-ci, en distribuant les rôles, en annihilant l'oeuvre des Associations de presse et en conduisant les journalistes sur les voies déterminantes de l'union, de la constance et du succès, instaure un cadre discursif d'autant plus persuasif qu'il est émaillé d'oppositions qui ne laissent guère le choix au journaliste-destinataire : Qui n'est pas avec nous, n'est pas journaliste. Et ce "nous" est présenté dans le discours du SNJ, comme

étant l'ensemble des journalistes professionnels, les journalistes "dignes de ce nom".

L'analyse de l'axiologisation sur cette période montre à quel point le discours syndical cherche à être dominant et à imposer des représentations de la professionnalité et de l'honneur figées dans le seul cadre discursif du Syndicat. Nous rejoignons ici le postulat de Guespin qui précise que *“la problématique du discours syndical est celle de la conquête”*<sup>115</sup>. Or celle-ci s'opère, dans le cadre du programme narratif, par les opérations de manipulation et de sanction qui, selon Joseph Courtès, *“ne peuvent s'exercer qu'en référence à un univers de valeurs axiologiquement déterminé”*<sup>116</sup>

---

## 1.2. La structure actorielle des discours du SNJ

La structure actancielle du discours du SNJ est complexe car elle met en présence plusieurs sujets, qui peuvent se distinguer ou fusionner selon les stades du programme narratif et la circulation des objets. Nous avons déjà souligné que dans le cadre de l'opération de manipulation et en référence aux thématiques - ralliement, solidarité et conquête - et à l'axiologie générique union vs division, le SNJ, en tant que destinataire, fusionne avec le destinataire c'est à dire le journaliste professionnel pour former une seule et même figure désignée selon les terminologies comme *“la grande famille”*, *“notre Syndicat”*, *“la communauté”*, *“l'âme collective”* ou tout simplement *“Nous”* (manifestation syncrétique du narrateur et du sujet du faire).

---

### 1.2.1 Les figures du destinataire

Dans le cadre de notre corpus, le sujet-destinateur reste le SNJ, même dans le cas d'une fusion, facilement décelable. Il est à la fois *“l'organe régulateur, le conseil d'administration, le comité fondateur, le conseil de discipline, de l'ordre, ou d'arbitrage, le foyer corporatif, ou le soldat de la solidarité”* à l'adresse des journalistes et se meut à

---

<sup>115</sup> L. Guespin. et B. Gardin, op.cit., p41

l'adresse des Associations de presse ou de la CTI en "*un groupement strictement professionnel*" ou représente "*le Syndicat*". En s'appuyant sur nos hypothèses et en articulant notre analyse autour des valeurs "discipline, moralité, dignité et honneur" nous ne retiendrons de la pluralité des destinataires que les seuls journalistes qui seront syndiqués ou non, c'est à dire respectivement destinataires ou anti-destinataires.

---

### 1.2.2 Une communication asymétrique

La structure actorielle met en présence dans le champ discursif qui a trait aux valeurs discipline et honneur, deux sujets - le SNJ et le journaliste - situés tous les deux, à la fois sur la dimension cognitive et sur la dimension pragmatique. Ces deux dimensions correspondent aux deux formes de l'énoncé : celui de l'état (la construction du sujet) et celui du faire (la construction de l'objet). Le SNJ, chargé de modaliser le journaliste-destinataire va mobiliser un programme narratif comportant de nombreux éléments du faire persuasif (faire-croire) très largement surdéterminé par les modalités du /vouloir/ et du /devoir/. Entre les deux sujets s'instaure dès lors une communication asymétrique puisque nous retenons comme hypothèse, dans le cadre de la transmission des valeurs "discipline, moralité, dignité et honneur" que le sujet décidant (ici le SNJ) est actoriellement distinct du sujet exécutant (le journaliste). Cette relation qui détermine ce que l'on doit faire est appelée la factitivité. Joseph Courtès explique que "*la factitivité sera homologuée à l'ordre, au commandement, qui subordonne le sujet exécutant au sujet décidant*"<sup>117</sup>. En effet, lorsque le SNJ revendique "*son pouvoir disciplinaire sur les actes des membres du syndicat*", il enjoint de fait aux journalistes de respecter la discipline instaurée par "*l'organe régulateur*". Le comité fondateur écrira en décembre 1918 "*Nous avons dessein d'assurer le respect dû à la profession de journalistes, d'augmenter si cela n'est pas superflu, devant l'opinion publique, le prestige même de la profession, en*

---

<sup>116</sup> Joseph Courtès, op.cit., p113

<sup>117</sup> Joseph Courtès, op.cit., p125

établissant parmi nous les règles de l'honneur corporatif et en garantissant que ces règles seront obéies des syndiqués". Le message est explicite s'agissant des règles d'honneur : le SNJ garantie l'obéissance. Il paraît évident que l'ordre d'obéir aux règles de l'honneur corporatif qui est transmis du SNJ-destinateur au journaliste-destinataire peut faire l'objet d'une acceptation ou d'un refus. Si le devoir-faire intervient dans tous les cas, la modalité du vouloir-faire tient au sujet lui-même. Or la conjonction chez le journaliste des deux modalisations ouvre déjà sur quatre possibilités que le SNJ s'emploie à gérer :

- /devoir faire/ + /vouloir faire/ = obéissance active
- /devoir faire/ + /ne pas vouloir faire/ = obéissance passive
- /devoir faire/ + /vouloir ne pas faire/ = désobéissance active
- /devoir faire/ + /ne pas vouloir ne pas faire/ = désobéissance passive

A ces deux modalités virtualisantes, qui présupposent la compétence (le refus ou l'acceptation par le journaliste d'obéir aux règles d'honneur) s'ajoute la modalité du savoir-être que ne manque pas de rappeler le SNJ à travers son code d'honneur.

Le faire (doit ou doit ne pas) détermine l'être (un journaliste "digne de ce nom"). C'est donc la raison pour laquelle, le SNJ va asseoir son programme narratif sur les deux énoncés (d'état et du faire) qui le constituent, en privilégiant l'instauration du journaliste-sujet (vouloir faire et devoir faire) par sa réalisation (l'être et le faire).

## 2. Les discours du SNJ et la construction d'objets de valeur

---

### 2.1. Les programme narratifs de base et d'usage

Le programme narratif (PN) de base concerne l'objectif final visé par le sujet-manipulateur, ici le SNJ. Sur la période de 1918 à 1937, qui correspond à la première tranche chronologique de notre



corpus, le SNJ cherche à organiser la profession et à lui conférer un statut. Un seul mot d'ordre est alors prôné : L'unité professionnelle derrière le Syndicat ("*Une seule idée domine le Syndicat : faire du journalisme une corporation avec tout ce que mot implique de délimitation et de discipline*"). Pour ce faire, plusieurs programmes narratifs d'usage (entendus comme des moyens par rapport à la fin visée) seront nécessaires. Nous les avons esquissés à travers l'analyse du système axiologique du SNJ qui révèle les dispositifs stratégiques mis en oeuvre par le discours syndical et notamment celui de l'introduction de la temporalité (passé vs présent / ancien vs nouveau). Lorsqu'il s'agit de dissiper les malentendus, c'est à dire pour le SNJ de se positionner et de fédérer l'ensemble de la profession autour d'un seul et même projet (le PN de base), le PN d'usage consistera à annihiler les valeurs investies dans l'objet "Associations de presse" (Georges Bourdon écrira "*pour leur appliquer une image connue*" ) et faire-adhérer le journaliste-destinataire aux valeurs qu'incarne l'objet "SNJ", en tant qu'espace de fixation de valeurs. C'est d'ailleurs la raison pour laquelle le SNJ revendique avec insistance sa nouveauté ainsi que la primeur des décisions en matière de discipline "*Nous sommes les premiers à...*". Joseph Courtès explique le procédé en soulignant que la "*destruction*", en tant que programme narratif, "*consiste à transformer un objet doté de valeur en objet qui en est dépourvu*"<sup>118</sup>. En 1935, Georges Bourdon ira jusqu'à écrire dans son discours inaugurant la délivrance de la carte de presse "*Ce n'est pas d'hier que beaucoup d'entre eux - les journalistes - évoquant la discipline que se sont imposée les avocats, ont appelé la création d'un Ordre des journalistes. Je crois même que le mot est parti, pour la première fois en 1918, du Syndicat des journalistes*".

En articulant le couple union vs division comme axiologie générique du programme narratif de base, le SNJ vise à conduire la profession d'un état de division ("*les Associations de presse, pour leur appliquer une image connue, formaient un miroir fidèle mais un miroir brisé du journalisme français*") à un état d'union ("*le Syndicat, une représentation authentique du journalisme professionnel*" - "*Aidons-*

---

<sup>118</sup> Joseph Courtès, op.cit., p93

*nous tous, mais dans le Syndicat, pour cette tâche indispensable et urgente*). Or cette transformation n'est rendue possible que par l'adhésion au SNJ, en tant qu'objet construit et déterminé par des valeurs, au premier rang desquelles le professionnalisme (*"un groupement strictement professionnel"*). Le professionnalisme en tant que valeur investie dans l'objet Syndicat (*"quiconque quitte la profession, quitte du même coup, le Syndicat"*) consiste aussi à doter le journaliste d'une modalité réalisante (faire-être), c'est à dire à le faire passer de l'état de non professionnel à l'état de professionnel. La modalité réalisante présuppose une modalité virtualisante (devoir faire ou devoir ne pas faire) que s'est empressé d'édifier le SNJ à travers la figure virtuelle et idéalisante *"d'un journaliste digne de ce nom"*. Ces deux modalités se retrouvent résumées dans cette phrase de Georges Bourdon : *"nous ne connaissons que deux frontières : celle de la profession, celle de la moralité"*.

---

### 2.1.1 L'objet et la valeur

A.J Greimas explique que *"tout objet n'est connaissable que par ses déterminations et non en soi"*<sup>119</sup>. L'objet "SNJ", en tant que figure représentant la profession, s'affirme et se détermine par l'étalage de valeurs "respect, solidarité, amitié, moralité, dignité, honneur" qui sémantisent l'énoncé du faire et deviennent les valeurs du sujet d'état (le journaliste) qui les rencontre en visant l'objet (le Syndicat et sa représentation du professionnalisme). L'incitation du journaliste à effectuer tel parcours narratif passe par un **programme d'union** (PN de base) qui présuppose **un programme de légitimation et de production de sujet** (PN d'usage). Ces PN d'usage, insérés dans le PN de base, visent à convaincre le journaliste-destinataire d'adhérer au point de vue du Syndicat. Nous nous attacherons donc à analyser le dispositif stratégique des programmes de légitimation et de production de sujet qui correspondent d'une part à l'objet "SNJ", investi de valeurs telles que la moralité, la dignité, l'honneur et le professionnalisme, et de l'autre à la transformation du journaliste-

---

<sup>119</sup> Algirdas-Julien Greimas, *Du Sens II. Essais sémiotiques*, Paris, Seuil, 1983 p 22

amateur en journaliste digne de ce nom, qui représente le professionnalisme en l'absence du statut, objet de la sanction. Nous postulons que c'est au niveau de ces deux programmes narratifs d'usage que se construit l'univers moral du journaliste.

---

## 2.2. Le dispositif stratégique autour de l'objet SNJ et de ses valeurs

Le *“pouvoir disciplinaire”* que s'arroge le SNJ jusqu'à inféoder une décision de justice à ce qu'en penseront les pairs, suppose un programme de légitimation qui s'articulera autour des programmes de production de l'objet *“syndicat”* et du sujet *“journaliste professionnel et digne de ce nom”*. En effet, pour que le SNJ-destinateur transmette une représentation de la profession dans un cadre moral ou disciplinaire, pour reprendre la terminologie syndicale, aux journalistes-destinataires, il faut que le Syndicat se construise en objet désiré par la profession et qu'il incarne, par l'édification de valeurs, le professionnalisme et la dignité. A.J Greimas explique *“qu'un programme de production consiste dans la construction d'un objet de valeur, c'est à dire d'un objet dans lequel soit investie une valeur dont la conjonction avec S2 - ici le journaliste - soit susceptible d'augmenter son être”*<sup>120</sup>. Cette valeur peut correspondre dans notre cas, et dans ce contexte de discrédit que nous avons décrit, à un besoin de reconnaissance (être journaliste professionnel) ou de défense eu égard à la précarité de la profession (être syndiqué). Christian Delporte le constatera, *“dans les années 1920, la dégradation de l'état matériel de la profession est une préoccupation constante, et le sentiment d'appauvrissement se généralise”*<sup>121</sup>. Georges Bourdon aussi y fera allusion et précisera en 1935 *“En foule, ils viennent au Syndicat (...) anxieux des lendemains d'une profession que menace de toutes parts l'évolution économique”*. Ainsi les valeurs investies dans l'objet *“SNJ”* consisteront à assurer ce que le comité fondateur a dessein d'accomplir, c'est à dire *“d'assurer le respect dû à la profession de*

---

<sup>120</sup> A.J Greimas, op.cit., p 161

<sup>121</sup> Christian Delporte, op.cit., p200

*journalistes, d'augmenter, si cela n'est pas superflu, devant l'opinion publique le prestige même de la profession (...)*". Les valeurs à produire sont donc celles du professionnalisme, de la dignité, de l'honneur et de souligner *"vous serez d'accord avec nous et tous les journalistes dignes de ce nom seront d'accord avec nous sur ce point, que la profession de journaliste peut retirer de cet organisme nouveau (...) un très important avantage"*.

Si le professionnalisme est une valeur concrète et éminemment nécessaire à une époque où tout à chacun peut revendiquer le titre de journaliste, l'honneur et la dignité, valeurs relativement abstraites, sont investis prudemment dans un objet figuratif dénommé "Charte des devoirs". Celle-ci, édifiée à l'initiative du Syndicat, exige une légitimité que le Syndicat ne trouvera pas, même à l'issue de la création du conseil de discipline. En revanche, le Syndicat soutiendra que *"la défense serait d'autant plus efficace que la discipline serait mieux formulée"*. Or comme le notait Joseph Courtès, *"le croire - car il s'agit bien là d'un faire-croire - n'est pas de l'ordre de la passivité : il est une véritable action qui fait passer d'un état de croyance à un autre"*<sup>122</sup>. Dans notre cas, s'il y a organisation disciplinaire de la profession, c'est pour mieux la défendre. Ici, discipline et dignité (un journaliste "digne de ce nom") sont étroitement liées à l'objet Syndicat. La construction de cet objet se présente donc en termes de structuration conceptuelle et fait appel à l'univers cognitif du journaliste-destinataire. Cependant, le SNJ utilisera la Charte comme une première figure de professionnalité ce qui laisse à supposer l'existence de deux PN parallèles et interdépendants dont la conjonction, rappelons-le, constitue le PN de construction de l'objet "Syndicat" et in fine le PN de base : l'unité professionnelle :

- PN1 : la construction du journaliste "digne de ce nom".
- PN2 : la transformation du journaliste non professionnel en journaliste professionnel

Formulé en terme de devenir, le sujet journaliste devient digne de ce nom et professionnel en visant l'objet "Syndicat".

---

<sup>122</sup> Joseph Courtès, op.cit., p122

### 2.2.1 Le journaliste "digne de ce nom"

A.J Greimas explique *“qu’il suffit de doter le sujet - ici le journaliste - d’un vouloir-être pour que la valeur du sujet, au sens sémiotique, se change en valeur pour le sujet, au sens axiologique de ce terme”*<sup>123</sup>. A la création du SNJ, en 1918, rien ne définit le journaliste, ni d'un point de vue juridique, ni d'un point de vue moral. Le terrain est donc vierge mais le chemin semé d'embûches. Le Syndicat va donc se présenter comme un espace de fixations de valeurs, comme le lieu des principales transformations au premier rang desquelles, le /journaliste non digne de ce nom/ au /journaliste digne de ce nom/. Le journaliste est donc convié à rejoindre le SNJ en guise d'estampille morale : *“Nous vous demandons aujourd’hui d’adhérer à notre oeuvre et de vous inscrire comme membre du Syndicat”*. Il est évident que la figure du journaliste "digne de ce nom" est toute entière contenue et déterminée par la Charte des devoirs professionnels. Si le journaliste, en adhérant au Syndicat, s'abandonne aux catégories négatives qui dominent la Charte, cela suppose en amont que le SNJ accepte de déléguer son faire persuasif (faire croire à une meilleure défense par une discipline mieux formulée) à d'autres sujets de faire de l'objet figuratif "Charte" : La dignité, la confraternité, la responsabilité de..., l'honorabilité, l'honnêteté (en tant que valeurs implicitement contenues dans la Charte) font être journaliste "digne de ce nom". La Charte des devoirs professionnels devient alors un PN adjoint fonctionnant de façon autonome. En revanche, pour éviter l'écueil de la seule déclaration d'intention "éthique", le SNJ s'approprie le faire-obéir (son pouvoir disciplinaire) et récupère son faire-persuasif en associant étroitement l'honneur et l'objet "Syndicat" présenté comme *“un instrument de défense solide et bien trempé”*. Consécutivement à la création de la Charte, et dans l'ordre de succession des PN adjoints, le SNJ se dote d'un Conseil de discipline, comme sujet du /faire obéir/ ou /faire respecter/. L'honneur du journaliste est dès lors subordonné à l'avis du conseil de discipline du SNJ *“qui sera qualifié pour lui rendre son honorabilité”*.

---

<sup>123</sup> A.J Greimas, op.cit., p23

On le voit, la Charte des devoirs professionnels sollicite la dimension pragmatique du sujet-journaliste tandis que le Syndicat fait appel essentiellement à la dimension cognitive de ce même sujet. Ceci explique en partie, la difficulté pour le journaliste-sujet de fixer son identité morale, prise entre deux dimensions qui font appel à des modalisations qui s'entrechoquent. Les discours du SNJ n'auront de cesse d'installer une relation de factitivité qui brouillera le faire interprétatif du journaliste. D'autre part, le SNJ ne fixe pas les valeurs "éthique" ou "moral", en tant que visée, mais cherche à construire le journaliste "digne de ce nom" en s'appuyant sur son faire-persuasif : *"assurer la défense et le respect dû à la profession, augmenter son prestige, en établissant parmi nous les règles de l'honneur corporatif (PN adjoint 1) et en garantissant que ces règles seront obéies des syndiqués (PN adjoint 2)"*. L'être du journaliste est figé dans la Charte des devoirs professionnels (statisme) mais son faire est sollicité par le SNJ (dynamisme). Or, même après l'édification de la Charte des devoirs professionnels, le SNJ ne sollicitera le journaliste, en tant que sujet d'état, que par son devoir-être professionnel et non son devoir-être digne. Les deux PN adjoints qui ont servi à *construire* la figure du journaliste "digne de ce nom", serviront à *transformer* l'amateur en professionnel, tant il est vrai que les deux valeurs (honneur et professionnalisme) sont, dans le discours du SNJ, consubstantielles.

---

### 2.2.2 Le journaliste professionnel

Il apparaît plus facile pour le SNJ de dire celui qui n'est pas journaliste professionnel que de dire celui qui l'est : *"le journaliste professionnel est celui qui vit de son métier"*.

Ce second programme narratif de transformation consiste, pour reprendre les termes de A.J Greimas, à augmenter l'être du sujet-journaliste. Ici, le SNJ va activer son faire-persuasif sur le mode d'un /faire savoir/ qui préside à toute situation de communication : *"Les journalistes le savent bien qu'ils n'ont qu'une arme, mais invincible : la solidarité. Le Syndicat est le soldat de la solidarité"*. A.J Greimas relève que *"persuader, s'il reste encore en partie un faire savoir, est*

*surtout en premier lieu, un faire croire*<sup>124</sup>. Croire suppose la confiance, qu’instaure savamment les discours du SNJ à travers l’objet “Syndicat” qui “surveille, qui sauvegarde, qui protège et défend...” bref qui installe le journaliste dans une situation d’assurance (“*en vue de la sécurité de ses membres*” 1925). Pour devenir un journaliste professionnel, il faut d’abord se distinguer du journaliste non professionnel, de l’amateur, c’est à dire enclencher une opération d’identification qui suppose celle de la comparaison. Le SNJ va d’abord s’employer à présenter l’objet “Syndicat” comme la figure incontournable du journalisme professionnel par opposition aux Associations de presse. Georges Bourdon écrira dans son article consacré aux associations “*Tous les journalistes au Syndicat, c’est sa devise. Il (le SNJ) ne leur demande ni ce qu’ils pensent, ni d’où ils viennent mais seulement s’ils sont des journalistes professionnels, vivant de leur métier et l’exerçant avec honneur*”. Et de rappeler que “*le SNJ se veut un groupement strictement professionnel*”. Il s’agit donc là du premier PN adjoint au PN de transformation qui consiste à saisir le faire interprétatif du journaliste-sujet et le conduire à la reconnaissance des valeurs de professionnalisme qu’incarne l’objet “Syndicat”. Ce PN adjoint ne garantit nullement le devenir professionnel, car il est en effet difficile de s’identifier à une structure, mais en revanche permet au SNJ de s’assurer le monopole de la représentation professionnelle. Souvenons-nous de cette phrase de Georges Bourdon “*Quiconque quitte la profession, quitte du même coup le Syndicat*”. Les discours du SNJ vont aussi rappeler au journaliste-sujet la raison d’être de la Charte en s’appuyant à nouveau sur un faire savoir qui ne laisse guère de place à l’interprétation, comme en témoigne cette phrase : “*La création d’un instrument de discipline professionnelle véritablement opérant - j’entends qui soit capable de barrer net la profession (...)*”. La Charte des devoirs professionnels est instrumentalisée à dessein : délimiter l’espace professionnel du journaliste. Elle, seule, représente la figure du professionnalisme et sera utilisée comme telle jusqu’à la création du

---

<sup>124</sup> A.J Greimas, op.cit., p 115

statut du journaliste en 1935. Elle constitue, selon nous, le second PN adjoint au PN de transformation du journaliste non professionnel en journaliste professionnel.

Nous avons donc distingué deux objets figuratifs d'identification, sans lesquelles l'opération de transformation d'état ne serait pas possible : celle à l'objet "Syndicat" (PN adjoint 1) et celle à l'objet "Charte des devoirs professionnels" (PN adjoint 2). Georges Bourdon proclamera en 1925 : *"Une seule idée domine le Syndicat : faire du journalisme une corporation (PN1), avec tout ce que ce mot implique de délimitation et de discipline (PN2)"*.

---

### 2.2.3 L'objet "Syndicat" et les formes de manipulation

Le syllogisme, dont l'emploi dans les discours du SNJ confine parfois à l'absurde<sup>125</sup>, suffirait à résumer la stratégie de construction et de légitimation de l'objet "Syndicat" sans lequel le PN de base "l'unité professionnelle" ne fonctionnerait pas. Cette phrase de Georges Bourdon, construite autour du champ lexical de la guerre, en témoigne : *"Contre les intolérables résistances qui sont interposées à leurs justes revendications, les journalistes savent bien qu'ils n'ont qu'une arme, mais invincible : la solidarité. Le Syndicat est le soldat de la solidarité"*. Les journalistes-destinataires sont donc dotés, par les discours du SNJ, d'un savoir. A.J Greimas précise que *"la manipulation par le savoir n'est pas une simple affirmation de soi, mais une avancée, une sollicitation de consensus, d'un contrat auxquelles l'énonciataire donnera suite par une acceptation ou un refus"*<sup>126</sup>. Dans les analyses qui ont précédé, nombreuses sont les traces syntaxiques et sémantiques qui conduisent le journaliste-destinataire à admettre l'objet "syndicat" comme la condition sine qua non à l'accomplissement de son identité professionnelle et morale. *"L'évidence les saisit de la nécessité de s'organiser et qu'ils s'aperçoivent qu'il n'est autre voie de salut que le syndicalisme"*,

---

<sup>125</sup> A l'occasion de la conférence constitutive de la FIJ, Georges Bourdon écrira que *"les journalistes s'unissent parce qu'ils sont journalistes"* - BSI n°35, juin 1926



écrivait Georges Bourdon. Le SNJ manipule le journaliste-sujet tantôt sur le mode de la séduction, dans un style flatteur tel que - “*le respect dû à la profession ; le prestige même de la profession ; d’une profession difficile et souvent glorieuse ; l’estime qui vous entoure et l’autorité, etc.*” - tantôt sur le mode de l’autoritarisme, dans un style provocateur comme “*Ils constateront une fois de plus , la fragilité d’une corporation qui n’a pas encore eu le courage de s’organiser et qui n’a pas su donner à son syndicat la puissance qui lui permettrait d’empêcher d’intolérables abus ; ils y découvriront en outre un enseignement : à savoir que, dans tout différend, nos camarades ont intérêt à ne prendre aucune décision avant d’en avoir référé au Syndicat (...)*”. Nous distinguons à travers ces exemples trois formes de manipulation : selon le **savoir** (“l’enseignement”), selon le **vouloir** (par la tentation “défendre vos intérêts” ou la séduction “l’estime qui vous entoure et l’autorité”) et la manipulation selon le **pouvoir**, reconnaissable selon A.J Greimas, “dans la menace ou la provocation”<sup>127</sup>. Cette relation factitive, dont on a dit qu’elle se situait sur la dimension cognitive, va s’accompagner d’une sanction qui interviendra avec la création du Statut du journaliste en 1935 et la délivrance de la carte de presse.

---

#### 2.2.3.1 La sanction ou “l’illusion contractuelle”

Rappelons-le, le but du SNJ est d’organiser la profession. Pour ce faire, le premier contrat proposé au journaliste-destinataire par le SNJ-manipulateur fut celui de l’unité professionnelle, en tant que PN de base. “*La vérification de son exécution - le contrat - est effectuée par le destinataire juge dans le cadre de la sanction*”<sup>128</sup> nous précise Joseph Courtès. Le SNJ a investi le journaliste-sujet d’un savoir qui en toute logique devrait être sanctionné par la compétence, mise au défi, du journaliste-destinataire. Le PN de base que le journaliste-destinataire est amené à réaliser pour être un journaliste

---

<sup>126</sup> A.J Greimas, op.cit., p 123

<sup>127</sup> Ibidem

<sup>128</sup> Joseph Courtès, op.cit., p 100

professionnel et digne de ce nom est celui qui lui a été suggéré par le SNJ et que résumant ces quelques exemples *“tous au Syndicat”*, *“Qu’est-ce donc d’organiser la profession ? : (...) C’est demander aux journalistes de n’agir professionnellement qu’en fonction de leur Syndicat”*. Or, lorsque Georges Bourdon précisera que, s’agissant de l’organisation de la profession, *“les premiers intéressés ont mis longtemps à comprendre, à supposer qu’ils aient tous compris”*, il constate avec satisfaction et non sans une pointe de provocation, que le contrat lui-même, tel qu’il a été proposé par le SNJ, a été accepté ou du moins compris : *“les journalistes l’ont compris”*.

La création d’un statut du journaliste, confondu avec *“la montée du SNJ”*, *“l’an du couronnement”*, *“l’an de la récolte”* ou encore comme *“l’adhésion de principe”*, permet au SNJ-judicateur d’inférer en surface que le journaliste-destinataire adhère au contrat : *“ils ont compris. Ils ont senti que c’est maintenant que commence le travail d’organisation professionnelle, et que ce travail, enfin pourvu de ses moyens d’action, a pour condition première que toute la profession se soude autour du Syndicat”*. A l’aune de cette phrase, nous postulons avec A.J Greimas, qu’il s’agit là d’une *“illusion contractuelle”*<sup>129</sup>, d’une *“solution provisoire”* comme l’avoue le discours du Syndicat : *“C’est ainsi qu’elle - la loi du 29 mars- constitue un palier de départ”* et de réitérer la manipulation par le savoir *“Mais comprendraient-ils que leur loi, bien loin d’être pour eux un bien définitif, n’était rien de plus qu’un instrument (...) qu’elle dépendrait de leur vigilance ou de leur nonchalance d’en faire une charte ou un chiffon de papier”*. Le SNJ, fort de son succès, enjoint au journaliste-destinataire de faire de la loi une *“Charte”* mais ne s’arrête pas de si bon chemin puisque le dessein du SNJ, sa *“tâche première”*, est désormais celle *“d’en surveiller l’application”*. A l’instar de la Charte des devoirs professionnels, le SNJ feint de déléguer son pouvoir d’organisation à l’objet figuratif *“loi”* mais en profite pour rappeler que *“ce n’est pas pour autant que la profession est organisée”*.

L’illusion est aussi celle des apparences d’un contrat soumis au /vouloir faire/ du journaliste-destinataire alors même que la conclusion

de l'article reconnaît qu'il s'agit d'un /devoir/ : *“Ce fut comme une vague d'allégresse qui, au signal donné par le parlement, souleva tous les journalistes. Et du même coup, ils eurent soudain conscience des devoirs qui s'imposaient à eux. En foule, ils viennent au Syndicat”* et de s'assurer d'une sanction, la reconnaissance : *“sans doute dans un sentiment de gratitude”*.

---

### 2.2.3.2 Du provisoire au définitif : la carte de presse

Le SNJ, même s'il se présente comme le garant de l'obéissance à la loi du 29 mars 1935, n'en reste pas moins démuné face aux obligations légales qu'elle entraîne. En effet, si la loi est *“un puissant instrument d'organisation de la profession”*, son application demeure soumise à la juridiction légale, compétente en la matière. Le SNJ le sait, il perd là le monopole du contrôle de l'espace professionnel. C'est la raison pour laquelle le SNJ, même s'il se félicite de cette conquête, rappelle que *“la profession n'est pas pour autant organisée”*. En revanche, lorsque la carte de presse est instituée, le SNJ récupère là un droit et le fera savoir *“La carte, c'est le droit permanent de regard de la profession sur elle-même, c'est le contrôle du journalisme par le journaliste”*<sup>130</sup>. Ainsi, si la loi est appréhendée comme une solution provisoire à l'organisation de la profession, la carte est présentée comme un *“droit permanent”*, comme *“l'ordre de journalistes réalisé”*. La première commission de la carte est nommée en 1936 par le ministère du Travail. Elle sera installée dans des locaux contigus de ceux du SNJ. Outre ce constat d'ordre spatial (la localisation est symboliquement très significative ; en l'acceptant, le ministère montre, au moins, qu'il reconnaît la domination du SNJ) notons aussi que lors de la première élection, le 19 décembre 1937, *“le SNJ remporte 10 sur les 13 sièges à pourvoir”*<sup>131</sup>. On comprend dès lors, pourquoi le SNJ présente la carte de presse et sa délivrance par la commission qui est étroitement liée au SNJ, comme un *“ordre de journalistes”*. L'Ordre de journalistes, c'est

---

<sup>129</sup> A.J Greimas, op.cit., p222

<sup>130</sup> *Bulletin du SNJ*, n°109, Janvier 1936

<sup>131</sup> François Boissarie et Jean-Paul Garnier, op.cit., Fiche Histoire

le Syndicat. En juin 1936, le SNJ voit grand puisque la délivrance de la carte constitue pour ses membres, au premier rang duquel Georges Bourdon, alors président du SNJ, *“une heure mémorable dans l’histoire du journalisme français et, qui sait, du journalisme universel devant qui, nous premiers, ouvrons une voie encore inconnue de lui”*. Sur cet enthousiasme porté à l’universalisme, intervient une seconde sanction, celle de la modalité réalisante du journaliste-destinataire : le journaliste est devenu professionnel. *“Ils sont devenus un peuple, tout un monde et ils voudraient bien que ce monde ne fût pas trop hétérogène”*. Mais en présentant la “carte professionnelle” comme *“une réalité”* opposée à *“l’aspiration de voir se créer un Ordre de journalistes”* entendu comme un instrument de discipline, le SNJ avoue l’échec de son dispositif stratégique. L’honneur comme valeur dominante investie dans l’objet “Charte” est désormais investie dans l’objet “Carte” qui fait devenir professionnel. Et cet objet n’est ni “un mot”, ni une “aspiration” mais désormais “une réalité”. La Charte des devoirs professionnels n’est plus l’instrument de discipline qui permet de *“barrer net la profession”* puisque son pouvoir a été transféré dans l’objet “Carte” doté des valeurs de professionnalisme, d’honneur et de moralité. Son rôle est de *“fermer la porte de la profession à qui n’est pas professionnel”*, précisera Georges Bourdon et de préciser *“Donc, il ne sera désormais permis à personne de se dire journaliste, s’il n’est journaliste”*.

Le journaliste-destinataire est désormais appelé à s’identifier comme professionnel s’il est professionnel, c’est à dire s’il possède la carte, à se reconnaître journaliste, s’il est journaliste c’est à dire sous les conditions suivantes : *“qu’il n’ait que ce métier et qu’il en vive”*. La définition du journalisme reste représentée par des catégories vagues ou négatives à l’instar des définitions négatives qui dominent la Charte et comme en témoigne cette phrase, un tantinet provocatrice : *“le journalisme n’est ni une profession d’appoint, ni une galerie d’attente”*.

---

## Conclusion

A l'issue de l'analyse des discours du SNJ qui s'étalent sur la période 1918 à 1937, nous pouvons dresser plusieurs constats dont nous nous servirons pour valider nos hypothèses qui sont :

- Les discours du SNJ organisent implicitement une série d'arguments qui visent à représenter la profession dans un cadre moral, déontologique et éthique.
- L'édification, par le SNJ, d'un argumentaire éthique évolue dans un cadre discursif à géométrie variable dont il s'agira d'esquisser les frontières.

L'analyse du système axiologique des discours du SNJ laisse à penser que ces derniers organisent implicitement une série d'arguments, un système de valeurs qui animent l'objet "Syndicat" appelé à être légitimé par l'unité professionnelle (PN de base). Pour ce faire, le SNJ va présenter la Charte des devoirs professionnels comme un "objet" susceptible de se développer en système axiologique autonome de telle sorte qu'il affecte en même temps le journaliste-destinataire (le sujet) et l'objet "Charte", en transformant le premier en un sujet voulant (ou devant être digne de ce nom) et le second, en un objet voulu. Notre première hypothèse pourrait donc évoluer non pas vers ce que nous avons décrit comme une représentation de la profession mais comme **une identification de la profession** aux objets "Syndicat" et "Charte".

Les discours du SNJ se sont employés à manipuler le manque de compétence du journaliste-destinataire mais le processus de transformation, s'il s'est très largement appuyé sur l'objet "Charte" comme moyen, s'est peu à peu restreint à la seule visée professionnelle et non éthique au sens du journaliste "digne de ce nom. La Charte des devoirs professionnels se révèle être une pièce à conviction dont l'émergence a moins pour but de faire savoir que de faire croire (aux bonnes volontés éthiques du SNJ). Même si la sanction a porté sur le savoir, nous avons montré que le SNJ avouait l'échec de son programme narratif puisqu'avec la Carte, et le statut aidant, l'Ordre de journalistes est réalisé. On voit donc, à travers les discours du SNJ, les transferts d'identification auxquels sont acculés les journalistes en quête d'identité. Le journaliste doit s'identifier au Syndicat (PN de

base : l'unité professionnelle et PN adjoint au PN2 d'usage) puis à la Charte (PN 1 d'usage : transformation en journaliste digne de ce nom et de fait en journaliste professionnel) et enfin à la Carte de presse car "*Qui n'a pas la carte de presse n'est pas journaliste*" (1937). En dressant ce constat nous nous assurons de valider notre seconde hypothèse et pointons la question fondamentale de ce qui fonde l'identité du journaliste. Ces identifications plurielles, d'autant plus dangereuses qu'elles s'appuient sur des objets figuratifs formés de valeurs différentielles, ne constitueraient-elles pas la chronique annoncée d'une crise identitaire amorcée quelques années plus tard ? Or du seul point de vue sémiotique notre question reste entière car comme le précise A.J Greimas "*L'objet est un ailleurs qui médiatise le rapport du sujet à lui-même*"<sup>132</sup>.

---

<sup>132</sup> A.J Greimas, op.cit., p21

## Troisième partie

# Éthique et identité du journaliste : une combinatoire complexe

*“L’homme ne tend pas à être bon. Mais le bien est le but vers lequel il est humain de tendre”*

Paul Goodman

Cette troisième et dernière partie va mobiliser des concepts tels que l’identité, la culture ou encore l’éthique en tant que composantes de la construction du corps professionnel des journalistes. L’identité et la culture sont des dimensions particulièrement pertinentes pour comprendre ce qui anime un modèle professionnel. En tant que construits historiques, elles interrogent les spécificités dans lesquelles la profession journalistique s’est enracinée.

Le SNJ, qui fut au cœur du processus de construction de la profession journalistique, a fait bien plus que de lui donner un statut. Autour d’elle, le SNJ a tissé un univers de valeurs dont on peut lire, aujourd’hui encore, les traces. A une époque où le journaliste n’était ni professionnel, ni "digne de ce nom" et de surcroît frappé de discrédit, il était aisé de prévoir et de provoquer la rencontre du thème de la moralisation avec celui de l’idéal professionnel. Mais en redéfinissant les pratiques, en fixant le rôle social du journaliste et en infléchissant les références culturelles et identitaires fondamentales du journaliste, le SNJ n’a-t-il pas aussi posé les jalons des mutations futures ?

Cette réflexion, appréciée à l’aune de la période étudiée, est déterminante pour mieux comprendre ce que l’on entend aujourd’hui par crise d’identité des journalistes. Cet épineux problème, certes inhérent aux importantes transformations et évolutions du système

médiatique<sup>133</sup>, interroge aussi les modèles du passé. Or c'est à ce niveau de questionnement qu'intervient la troisième dimension : l'éthique.

Le devoir être professionnel renvoie, nous l'avons souligné, au devoir être digne c'est à dire au devoir faire et devoir ne pas faire. Or en l'absence d'un statut, ce qui définit le journaliste, c'est à dire son identité, repose avant tout sur une éthique et un idéal du moi et non sur une compétence professionnelle. La dignité, en tant que valeur morale précède donc la compétence en tant que valeur professionnelle dans la définition du journaliste. On le voit, les concepts d'éthique et d'identité du journaliste se chevauchent et posent une seconde question : laquelle de ces deux entités - éthique et identité - a le primat, laquelle est antérieure, laquelle est dépendante de l'autre ? Peuvent-elles être reliées dans un rapport de type signifiant (éthique) signifié (identité) ou encore essence (identité) substance (éthique) ?

La clarification devient alors indispensable, car c'est de cette insatisfaction qu'est parti notre travail de réflexion dans cette troisième partie. Pour ce faire, nous emprunterons les réflexions respectives de Claude Dubar sur la sociologie des groupes professionnels et de Philippe Bernoux autour des thèmes de culture et d'identité. S'agissant des processus d'identification, nous nous référerons aux travaux de Sigmund Freud - "Psychologie des masses et analyse du moi"- notamment ceux qui ont trait aux notions "d'idéal du moi" et de "toute-puissance".

## 1. Chapitre 1 : Culture, identité et éthique des journalistes

---

### 1.1. Définition des concepts

Les concepts de culture, d'identité et d'éthique renvoient à des notions telles que la permanence, la continuité, la stabilité et le durable

---

<sup>133</sup> Lire à ce propos l'ouvrage de Jean-Marie Charon, *Cartes de presse. Enquête sur les journalistes*, Stock, 1993, p 312 à 319



qui correspondent d'ailleurs au système axiologique des discours du SNJ sur la période étudiée. Le Syndicat a fondé, autour du thème de l'unité professionnelle, une conscience collective comme préalable nécessaire à l'assimilation d'une culture, d'une identité et d'une éthique communes. L'unité s'est faite en premier lieu autour du Syndicat dont les membres fondateurs étaient profondément attachés à la culture républicaine. Christian Delporte explique à propos que *“certains caractères, peut-être significatifs des courants, traversent le groupement dans sa phase primitive”* et de préciser *“le poids du républicanisme est réel. (...) Au delà affleure aussi l'influence des idées socialistes, anticolonialistes, pacifistes voire antimilitaristes”*<sup>134</sup>. Cet héritage constitue un fonds important et non négligeable de la culture du SNJ à cette période et va peser lourd sur la conception d'un idéal professionnel. En rapprochant culture et système, Philippe Bernoux nous rappelle que *“les définitions de la culture sont nombreuses et font référence soit à son influence sur la personnalité individuelle, soit aux valeurs présentes dans une société, soit à ces valeurs organisées en système, soit à leur influence sur l'univers de symboles et des représentations”*<sup>135</sup>. L'approche culturelle apparaît comme un précieux indicateur des tendances véhiculées à une époque mais aussi et surtout du système d'action concret que met en branle l'organisation. Il n'est donc pas difficile de voir avec la création du SNJ, la constitution d'une sous culture, sorte d'émanation et de superpositions de systèmes de valeurs, bien intériorisés par les fondateurs. La Charte des devoirs professionnels en est d'ailleurs toute empreinte.

- La culture renvoie à l'identité

Pour revendiquer l'estampille du Syndicat des journalistes, à une époque où l'amateurisme est la bête noire de la profession, il faut montrer patte blanche, se faire reconnaître pour exister. La première démarche du Syndicat fut d'établir une reconnaissance de la dignité de la profession à l'égard du public mais aussi à l'égard des journalistes, désireux d'être digne de ce nom. C'est à ce niveau de structuration du

---

<sup>134</sup> Christian Delporte, op.cit., p 193-194

<sup>135</sup> Philippe Bernoux, *La sociologie des organisations*, Paris, Seuil, 1985, p 184

groupe des journalistes que se rencontrent et se confondent l'identité et l'éthique. L'identité, nous dit Philippe Bernoux est « *ce par quoi un individu se définit lui-même socialement (...) Elle ne connote pas l'identique, mais l'appartenance grâce à laquelle un individu se définit* »<sup>136</sup>. Il semble donc, à l'aune de cette définition, que l'identité fonde la communauté, au sens où celle-ci se définit par une action commune. Or, en l'absence d'identité qui définirait le groupe professionnel, le SNJ resterait, à l'égard des journalistes, une entité virtuelle à l'action incertaine. Pour appâter les journalistes, le SNJ doit donc rapidement se doter d'un élément de structuration fédérateur qui puisse faire l'objet d'un consensus dans ce contexte précis. La Charte des devoirs professionnels, que l'on affiche à la Une des bulletins syndicaux, constituera la première identité collective. Le journaliste, avant d'être doté d'un capital de compétences professionnelles est avant tout soumis à des normes c'est à dire à une éthique. Sans cet assujettissement premier, il n'y aurait certes ni sujet responsable, ni conduite morale, mais surtout pas de reconnaissance pour soi et pour l'autre, c'est à dire d'identité. L'éthique devient alors un passage obligatoire à la réalisation du journaliste.

A l'instar des nombreuses définitions de la culture, la définition du concept d'éthique ne fait pas l'objet d'un consensus. Il est toujours difficile de savoir de quoi l'on parle lorsque l'on aborde l'éthique appliquée au champ de l'information, des journalistes ou des médias, et cette confusion a fini par jeter un discrédit sur le concept lui-même. Dans une acception classique elle désigne « *la mise en jeu personnelle d'un ensemble de valeurs librement adopté par un individu, en fonction d'une fin qu'il se donne et qu'il estime bonne* »<sup>137</sup>. Elle est aussi donnée comme « *la science ayant pour objet le jugement d'appréciation en tant qu'il s'applique à la distinction du bien et du mal* »<sup>138</sup>. Instrumentalisée, « *elle perdrait en force normative, en pérennité, en universalité, ce qu'elle gagnerait en souplesse, en capacité d'adaptation, en faculté de réponse aux situations concrètes, en efficacité stratégique* » nous explique Daniel Cornu. C'est aussi le

---

<sup>136</sup> Philippe Bernoux, op.cit., p 199

<sup>137</sup> Daniel Cornu, op.cit., p 4

point de vue de Michel Falise, qui voit dans l'éthique un construit toujours recommencé. Il écrira dans son plaidoyer en faveur d'une démarche de discernement éthique que *“l'éthique est toujours à réinventer, à recréer, c'est un cheminement plus qu'un aboutissement”*<sup>139</sup>. François Xavier Alix n'adopte pas le même point de vue. Dans son ouvrage consacré à une éthique pour l'information, l'auteur, empruntant le champ lexical de la marine, rappelle que *“l'éthique est de l'ordre de la vision, elle donne le cap”* et d'ajouter plus loin *“Éthique, déontologie...Muni de l'une et de l'autre l'équipage du navire, c'est à dire l'équipe qui fait un titre, pourra naviguer”*<sup>140</sup> Ici, l'éthique est une visée qui, quoi qu'il arrive, est immuable. En revanche, la déontologie serait assimilée à *“une boussole”* c'est à dire un instrument qui servirait à atteindre la visée bonne et juste. Selon Angèle Kremer-Marietti *“l'éthique est la mise en distanciation de la conscience morale commune, de son bien et de ses vertus”*. Faisant allusion à une civilisation en rupture de mythe, elle explique que *“cette rupture est par elle-même une mise en distanciation qui implique une attitude éthique, à savoir, apte à ouvrir un champ de réflexion sur l'identité et l'activité des communautés qui y trouvent la solution aux problèmes posés par les temps nouveaux”*<sup>141</sup>.

Ces quelques points de repères, sélectionnés à dessein, autour de la réflexion éthique suscitent quelques commentaires. Nous pensons à l'instar de François-Xavier Alix que l'éthique est un cap qui se maintient hors du champ d'application ou, comme la définit Daniel Cornu, qu'elle est une puissance de questionnement de l'ensemble du procès de l'information. Elle est donc *“cette mise en distanciation de la conscience morale commune”* qu'impose une rupture dans un contexte donné. Or, c'est bien ce dont il s'agit dans le cas du SNJ qui, dès sa création, impose une rupture avec le passé. Le thème de la rupture a d'ailleurs été axiologisé dans les discours du SNJ, comme nous avons pu le montrer. Le constat de la rupture dressé, s'enclenche alors une réflexion du Syndicat sur l'identité et l'activité des journalistes,

---

<sup>138</sup> Daniel Cornu, Ibid., p 5

<sup>139</sup> Michel Falise, op.cit., p 26

<sup>140</sup> François-Xavier Alix, op.cit., p 8

<sup>141</sup> Angèle Kremer-Marietti, op.cit., p 9

comme le souligne la citation d'Angèle Kremer-Marietti, citée plus en amont.

---

## 1.2. Qu'est-ce qu'un journaliste ?

La littérature qui a trait au "journalisme" a, de tout temps, très largement contribué à creuser le désarroi identitaire du journaliste. Il est difficile d'en mesurer l'impact tant sur le public que sur le journaliste mais parce qu'elles sont convergentes ces représentations véhiculées témoignent d'un malaise. Ainsi le journaliste *"est en un mot celui qui ne pratique pas d'autre métier que le journalisme ; il est celui qui écrit dans un journal ; qui vit de son métier ; Il n'est pas un salarié intellectuel ordinaire ; le journalisme n'est pas une salle d'attente ; le signe distinctif du journaliste est d'être attaché à un journal..."* bref autant d'exemples qui contribuent à s'interroger sur ce que Denis Ruellan désigne comme "Le professionnalisme du flou". Ces quelques échantillons, loin d'être exhaustifs sèment la confusion et brouillent d'emblée les esprits. L'anthropologue Nicole Sindzingre écrit que *"pour identifier un ou plusieurs êtres à d'autres, il faut bien les distinguer de tout ce qu'ils ne sont pas ; et à l'inverse, pour appréhender un être singulier, il faut bien supposer son identité historique"*<sup>142</sup>. La question demeure néanmoins entière : qu'est-ce qu'un journaliste ?

---

### 1.2.1 Une définition existentielle

Il existe, en droit français, une définition légale du journaliste adoptée par la loi du 29 mars 1935 et partiellement remaniée et complétée par la loi du 4 juillet 1994. Avant d'en révéler le contenu, arrêtons-nous sur les initiateurs de cette loi. Elle est autrement connue sous l'appellation "loi Brachard" du nom d'un parlementaire, Émile Brachard, journaliste et membre du SNJ depuis 1927. Christian Delporte précise que *"ce qu'il affirme, Bourdon lui-même n'y changerait pas une virgule" et d'ajouter plus loin "la loi, si elle n'a*

---

<sup>142</sup> Nicole Sindzingre, citée par Dominique Wolton, *Penser la communication*, Paris,

*peut-être pas été entièrement rédigée par Georges Bourdon, a été largement inspirée par lui, aidé dans sa tâche par le conseiller d'État Paul Grunebaum-Ballin*<sup>143</sup>. C'est donc au sein même du SNJ qu'il faut puiser les racines de la définition du journaliste puisque le texte voté sera définitif. L'enthousiasme aidant, Grunebaum-Ballin ira jusqu'à dire "*Nulle profession n'avait, dans le droit français, bénéficié jusqu'alors d'une définition aussi complète et aussi précise*"<sup>144</sup>. Aujourd'hui, le recul s'impose : malgré des remaniements et d'indispensables éclaircissements et précisions qu'a apporté la jurisprudence<sup>145</sup>, elle continue d'être bien imprécise voire insuffisante et achoppe sur de nombreux points notamment celui de la nature de l'activité. Selon l'alinéa 1er de l'article L.762-2 du Code de travail "*le journaliste professionnel est celui qui a pour occupation principale, régulière et rétribuée l'exercice de sa profession dans une ou plusieurs publications quotidiennes ou périodiques ou dans une ou plusieurs agences de presse et qui en tire le principal de ses ressources*"<sup>146</sup>. Reformulé dans le cadre de l'ellipse on peut écrire, sans prendre le risque de travestir la définition, que le journaliste est défini comme celui qui exerce sa profession (nature de l'activité) aux conditions et aux lieux de son exercice. Le journaliste professionnel, ainsi très largement défini, fonde donc son identité sur trois catégories d'éléments ci-dessus cités. Or aujourd'hui, la variété des savoir-faire professionnels se heurte à l'étroitesse du savoir-faire de base tel qu'il est défini dans le statut du journaliste et rend l'identité incertaine. C'est dans l'interstice laissée entre ces deux réalités que se glisse l'éthique dès lors instrumentalisée. Elle vient au secours de la définition imprécise du journaliste pour pallier les manques et constituer ce nécessaire point d'équilibre entre une identité collective bâclée et l'adaptation à la réalité extérieure. Il apparaît donc évident que, lorsqu'une réflexion s'engage sur l'identité du journaliste, celle-ci se voit automatiquement renvoyée à une réflexion sur la l'éthique de la

Flammarion, 1997, p382

<sup>143</sup> Christian Delporte, op.cit., p 290

<sup>144</sup> Ibid., p293

<sup>145</sup> Lire à ce sujet l'ouvrage d'Emmanuel Derieux, *Droit de la communication*, Paris, LGDJ, 1994,

p313

<sup>146</sup> Emmanuel Derieux, op.cit., p312

profession et inversement. Ce cercle de réflexion que l'on pourrait qualifier, au nom de la confrontation, de vertueux apparaît rapidement être vicieux. Pour trancher, les solutions émises sont parfois radicales : changer le contenu de la Charte ou revoir la définition même du journaliste. Mais la résistance au changement s'organise au nom des intérêts que prônent les nombreux agents mis en concurrence. Jean-Marie Charon évoque ce problème dans son rapport sur la déontologie de l'information, adressé, en juillet 1999, à madame la ministre de la Culture et de la Communication, Catherine Trautman. Il note, s'agissant de la multiplication des réponses et des initiatives en faveur de la déontologie que *“ces démarches nécessaires et intéressantes pâtissent de leur origine souvent plutôt militante, ou engagée auprès d'une famille de pensée, d'intérêts particuliers, quelle que soit la cause poursuivie et sa légitimité”*<sup>147</sup> et de préciser plus loin *“ces démarches (...) butent toutefois sur le refus des différents syndicats de journalistes à travailler ensemble sur une charte et surtout sur le refus des organismes d'employeurs et des syndicats de journalistes à discuter ensemble de tels textes”*<sup>148</sup>. De façon plus générale, modifier la Charte ou la définition du journaliste correspond à un changement dont Philippe Bernoux rappelle avec lucidité qu'*“il est accepté dans la mesure où l'acteur pense qu'il a des chances de gagner quelque chose et, en tout cas, sent qu'il maîtrise suffisamment les leviers et les conséquences du changement. Celui-ci doit raisonner en termes de pouvoir”*<sup>149</sup>.

L'éthique est une ressource mobilisable pour la construction d'une nouvelle identité des journalistes, mais dès lors qu'elle pénètre la sphère des enjeux de pouvoir, qu'elle s'instrumentalise - cf. “les Chartes maison” - elle brise la dynamique de légitimation. Parsons souligne pourtant que *“sans cet ensemble de “rapports aux valeurs”, le modèle “professionnel” ne saurait durablement ni fonctionner ni se légitimer”*<sup>150</sup>.

---

<sup>147</sup> Jean-Marie Charon, in réflexions et propositions sur la déontologie de l'information, rapport du ministère de la Culture et de la Communication, 8 juillet 1999, p8

<sup>148</sup> Jean-Marie Charon, ibid., p 9.

<sup>149</sup> Philippe Bernoux, op.cit., p206

<sup>150</sup> Parsons cité par Claude Dubar, *La socialisation. Construction des identités sociales et professionnelles*, Paris, Armand Collin, 1991, p143

## 2. Identité et identification

---

### 2.1. Le rôle du SNJ

Henri Deligny explique que “*puisque’il “appartient à un titre”, le journaliste doit s’identifier à son employeur*”<sup>151</sup>. Porteuse de valeurs, l’entreprise de presse possède sa propre “culture d’entreprise”, expression en vogue depuis quelques années. Ainsi, le Figaro n’est pas Le Monde qui n’est pas L’Humanité. Enfin au-delà des convictions qui animent un journal, on se félicite de voir poindre ci et là, des Chartes maisons qui correspondent à l’esprit et à la culture de l’entreprise. Si tel journal accepte la parution d’une photographie spécifique, tel autre le refusera en invoquant des motifs qui touchent aux valeurs mêmes de l’entreprise. Le journaliste va donc combler les imprécisions de son identité relatives aux conditions et aux lieux de son exercice en s’identifiant pleinement à une culture propre à l’entreprise qui l’emploie. De plus, il sera tenu de respecter la Charte maison donc à s’identifier à un univers de valeurs spécifique présenté comme un nécessaire complément d’une Charte, certes commune, mais lacunaire. Comme le remarquait Jean-Marie Charon, “*la profession est à la fois promue et divisée, étendue et partagée. Cette perte d’unité est au coeur des doutes qui la taraudent*”<sup>152</sup>. Nous avons démontré dans notre seconde partie que le SNJ tablait sur l’unité professionnelle comme condition sine qua non de la réalisation de la profession. L’unité désormais brisée, les figures d’identification “Syndicat” “Charte” et “Carte” se vident de leur substance symbolique transférée dès lors sur d’autres objets d’identification. L’identité des journalistes est alors un produit d’identifications successives, elles-mêmes dotées de valeurs différentielles.

---

<sup>151</sup> Henri Deligny, op.cit., p 489

---

### 2.1.1 “Le Syndicat” comme figure du père

L'étude des formes d'altérité nous conduit à prendre en compte la dimension affective sans laquelle *“aucun groupe organisé ne parviendrait à se constituer”*<sup>153</sup>. Cet investissement affectif est projeté sur l'objet “Syndicat”. L'identification à l'objet “Syndicat” est un processus déterminant pour la réalisation de l'unité professionnelle. Elle s'est construite d'une part sur un programme narratif de base, que nous avons décomposé en PN d'usage, et de l'autre sur une rhétorique qui laisse à penser que l'objet “Syndicat” revêt la figure du père. Cette rhétorique s'articule autour de l'axiologisation syndicale (constance, union, etc.), puis autour de certains marqueurs tels que *“discipline, défendre, protéger, surveiller, veiller”* et enfin autour de la sanction du PN de base qui intervient sur le mode du savoir *“Les journalistes ont compris”*. Le SNJ va donc imposer au journaliste une forme d'attachement (identification, solidarité) et légitimer cette démarche par l'autorité qu'il incarne. Par exemple, lorsque le SNJ déresponsabilise le journaliste en lui recommandant de *“n'agir professionnellement qu'en fonction de leur Syndicat”*, l'autorité syndicale confine alors au paternalisme. Le Syndicat est certes une structure polémique, lieu d'affrontements et de conflits, mais aussi lieu d'unité fusionnelle - cf. la manifestation syncrétique du narrateur et du sujet du faire-. Il *“protège, surveille et discipline la profession”* devenue, dans les discours syndicaux, *“la grande famille”*.

Emile Enriquez postule *“qu'il ne peut y avoir de groupe sans père”* et de préciser *“Ce qui permet la création et la permanence des liens dans un groupe n'est autre que l'amour, grâce auquel tout groupe doit sa cohésion..Cet amour lie les individus à la fois au père (le chef - ici le Syndicat -) et aux frères (les égaux - ici les camarades, les confrères, les journalistes dignes de ce nom en l'absence de statut)”*<sup>154</sup>. A chaque victoire (le statut, le contrat de travail, la carte de presse) le SNJ revendiquera haut et fort la paternité du projet. Mais la

---

<sup>152</sup> Jean-Marie Charon, *Cartes de Presse. Enquête sur les journalistes*, p312

<sup>153</sup> Philippe Bernoux, op.cit., p 175



figure du père est à la fois dangereuse car elle repose sur une relation de pouvoir qu'il faut sans cesse légitimer, et menaçante car, en cas de rupture de lien, la communauté professionnelle est menacée d'altérité. Or, le lien qui unit le Syndicat, comme figure du père, et les journalistes, va au fil du temps et la concurrence syndicale aidant, se dissoudre peu à peu. Le journaliste est donc acculé à trouver d'autres figures d'identification car *"faute de ce lien, les organisations ne peuvent que perdre leur force et disparaître ou subsister dans un état bureaucratique, au sens péjoratif du terme, c'est à dire incapables d'agir parce qu'elles perdront de leur vitalité"*<sup>155</sup> Au plus la profession se divisera, au plus le SNJ perdra d'autorité en tant qu'attachée à la figure du père. Or, force est de constater que le SNJ aujourd'hui, plus qu'hier, sa marge de manoeuvre réduite même s'il rassemble la plupart des membres de la profession derrière lui.

---

### 2.1.2 La Charte, une identité symbolique

La Charte des devoirs professionnels donne corps à une éthique des journalistes et prend la forme d'une identité symbolique en ce sens qu'elle renvoie à l'image d'un idéal professionnel. En tant qu'élément premier et constitutif de l'identité du journaliste, ce par quoi il doit se réaliser, elle fait partie des items les plus stables. L'idéal professionnel et l'éthique sont ce vers quoi le journaliste doit tendre c'est à dire une sorte d'utopie, de *"vérités prématurées"* écrivait Lamartine.

En tant qu'objet d'identification "spontanée" elle dote l'identifié-journaliste d'une plus-value d'ordre moral, pratique et intellectuel, sur la base de valeurs immuables. En ce sens, la Charte entendue comme une forme particulière d'identité, constituerait un type de mémoire - l'identité est un construit historique -, plus proche d'une mémoire "morte" que d'une mémoire vive. Les principes de la Charte interagissent avec le journaliste dans des combinaisons complexes qui fondent in fine le journaliste "digne de ce nom". La

---

<sup>154</sup> Émile Enriquez cité par Philippe Bernoux, op.cit., p175

<sup>155</sup> Ibidem

Charte, en tant qu'objet, médiatise l'identification du journaliste vers la figure de l'idéal professionnel dominant. Pour s'affirmer comme sujet moral, le journaliste doit être ouvert à une compréhension en profondeur des règles de la Charte et enclencher un processus d'identification abstraite fonctionnant à partir de représentations - un journaliste "digne de ce nom" - et de concepts tels que la dignité, la solidarité, la vérité, l'honnêteté, l'honneur, etc. Ceci implique que le rapport à la Charte soit appréhendé par le journaliste, avec l'intention a priori de développer un sens du devoir. Il est cependant difficile de se prononcer sur les dimensions, par exemple affectives, investies dans l'identification à l'objet Charte en tant qu'identité symbolique comprise dans l'identité réelle du journaliste c'est à dire im-médiate (non médiaté ou médiatisé). Claude Dubar explique, dans le cadre d'une réflexion sur les formes élémentaires de l'identité professionnelle, les liens complexes qui se tissent dans un processus d'identification. Il précise que *“ces formes élémentaires peuvent s'interpréter à partir des modes d'articulation entre transaction objective et transaction subjective, comme des résultats de compromis “intérieurs” entre identité héritée et identité visée mais aussi des négociations “extérieures” entre identité attribuée par autrui et identité incorporé par soi”*<sup>156</sup>. L'opération d'identification à la Charte apparaît en effet comme le produit de ces “transactions” car elle médiatise à la fois le rapport du journaliste à lui-même (idéal du moi) mais aussi celui du journaliste au public. Elle est à la fois héritage d'une culture, d'un ensemble de valeurs qu'a imposé le Syndicat comme figure du père, et idéal visé, c'est à dire le modèle de référence du moi.

- Pour une approche freudienne

Sigmund Freud évoque aussi *“le caractère embrouillé du processus d'identification”* et explique que *“l'identification est conçue comme le désir refoulé de “faire comme”, d'être “comme”*<sup>157</sup>. Sa grille d'analyse nous paraît essentielle pour comprendre la construction de l'identité professionnelle du journaliste et son rapport

---

<sup>156</sup> Claude Dubar, op.cit., p 259

<sup>157</sup> Sigmund Freud cité par Élisabeth Roudinesco et Michel Plon, *Dictionnaire de la*

à la Charte, comme objet médiatisant l'idéal du moi. Le père de la psychanalyse remarque que "*l'idéal du moi, produit de l'identification aux figures parentales - ici le Syndicat - et à leurs relais sociaux - l'objet Charte serait ici considérée comme relais interne -, devient le support de l'axe majeur de la constitution du collectif en tant que phénomène*"<sup>158</sup>. Cela signifie qu'à travers la figure du journaliste digne de ce nom, le journaliste prend acte qu'il existe une autre figure, celle de l'idéal du moi - selon Freud, "*l'idéal du moi a notamment pour fonction l'auto observation*"-, et renonce de fait à "la toute-puissance" c'est à dire à son pouvoir jusqu'alors illégitimé - Freud parle, quant à lui, "*de renoncement au délire de grandeurs*" -<sup>159</sup>.

Parmi les modalités du renoncement Freud évoque "*le produit de la soumission aux interdits énoncés par les figures parentales installées en position de modèle*"<sup>160</sup>. Nous retrouvons ici la figure du SNJ qui pose comme première pierre à l'édification de l'unité professionnelle, la Charte des devoirs professionnels. Celle-ci vient pondérer la "toute-puissance" d'une profession, érigée en grande famille. En effet, sans règle, la grande famille resterait au stade de l'informe et serait incapable de se socialiser. C'est la raison pour laquelle, dans notre première partie, nous avons présenté la "Charte" comme une démarche civilisatrice parce que socialisante.

La réflexion de Freud sur la psychologie des masses s'applique parfaitement aux étapes constitutives de l'identité des journalistes. L'enseignement que nous pouvons en tirer est que la Charte des devoirs professionnels, à un niveau macro, est le premier élément de rupture de l'état informel du groupe des journalistes. Elle est le processus par lequel le groupe des journalistes, jusqu'alors éparpillé, entre dans une logique de forme. Au niveau micro, elle assure la transition du moi-idéal vers l'idéal du moi. Ces deux notions font l'objet d'une distinction chez Lacan. Il écrit que "*l'idéal du moi, c'est l'autre en tant qu'il a avec moi une relation symbolique (Je/expérience)*". Le moi idéal se construit quant à lui dans la

*psychanalyse*, Paris, Fayard, 1997, p477.

<sup>158</sup> Ibid., p 476

<sup>159</sup> Sigmund Freud, *ibid.*, p 476

<sup>160</sup> *Ibidem*

dynamique du stade du miroir (Je-Je)”<sup>161</sup>. La Charte des devoirs professionnels serait donc une “métaphore” en ce sens qu’elle déplace le journaliste dans le champ de l’éthique et lui donne in fine une visibilité sociale.

Cependant, elle n’est que passage dans les étapes qui constituent l’identité du journaliste. Pourquoi ? Parce que le journaliste ne va pas figer son idéal dans un cadre moral mais va lui chercher, le Syndicat aidant, une instance autrement déterminante. Freud notait d’ailleurs que “*A peine promu, l’idéal du moi est déjà destitué*”<sup>162</sup>.

---

### 2.1.3 Carte de presse : retour de la “toute puissance”

Lorsque la Carte de presse fut établie, elle fut saluée par le SNJ comme une “heure mémorable dans l’histoire du journalisme” mais aussi et surtout comme “une réalité”<sup>163</sup>. En effet, après la Charte des devoirs professionnels et le statut du journaliste, la carte de presse constitue une étape importante de la réalisation professionnelle. Les discours du SNJ ne lésineront d’ailleurs pas sur l’importance de son rôle. Georges Bourdon présentera la chose ainsi : “*il y a longtemps que les journalistes ont senti naître le besoin de se reconnaître entre eux. Il y a longtemps que notre famille se plaint d’être trop aimée et s’étonne de se découvrir chaque jour de gentils cousins dont elle ignorait l’existence*”. Plus loin, il précisera sa pensée : “*Donc, il ne sera désormais permis à personne de se dire journaliste, s’il n’est journaliste (...) Le journalisme est dès aujourd’hui une profession organisée c’est à dire limitée*”<sup>164</sup>. Dans un article consacré aux modalités concrètes de délivrance de la carte, il conclura : “*Aux camarades pressés, il y a tout juste un an, la croyaient-ils si proche cette carte d’identité professionnelle qui, dans le domaine moral, est la conquête la plus mémorable que notre profession ait encore faite ?*”<sup>165</sup>. Ces exemples

---

<sup>161</sup> Ibid., p 477

<sup>162</sup> Sigmund Freud, *ibid.*, p477

<sup>163</sup> BSJ n°114 - Juin 1936, p 2

<sup>164</sup> *Ibidem*

<sup>165</sup> BSJ n°110 Février 1936

témoignent de la ferveur syndicale qui a accompagné l'avènement de la Carte de presse car, enfin, cette "réalité" va permettre de séparer les "authentiques professionnels des amateurs, des intrus, des indésirables..." et doter le journaliste d'un insigne qui le distingue. La carte de presse est à l'instar des galons cousus sur une veste, un signe visuel de reconnaissance, une marque extérieure et distinctive d'une dignité et d'un statut. Cependant si la Charte, en tant qu'objet d'identification imposé par le SNJ, est un acte socialisant qui libère le journaliste de son égocentrisme et qui le place face à l'autre, la carte de presse, au contraire, est un retour de la "toute-puissance", c'est à dire d'un système fonctionnant au-dessus de la réalité et du respect de l'autre. Le terme de "toute puissance" est utilisé en psychanalyse pour désigner le désir non castré. Ici le groupe des journaliste est animé par le désir "de reconnaissance entre eux" c'est à dire d'un retour au moi-idéal et non à l'idéal du moi. Il faut exclure l'autre et s'assurer du verrouillage intérieur de la profession. La "carte de presse" n'obéit pas, en effet, au principe de la réalité tel que le désigne Freud : *"le principe de réalité impose les restrictions nécessaires à l'adaptation à la réalité extérieure"*<sup>166</sup>. La Charte des devoirs professionnels participait très largement au principe de réalité. Elle a permis de sortir les journalistes de leur confluence douillette, en les projetant dans un idéal professionnel. En revanche, la carte de presse est une auto-légitimation fonctionnant sur la base d'une auto-reconnaissance car elle postule que l'autre n'existe pas. Élément puissant d'identification à la profession, elle va au fil du temps s'ériger en instrument de pouvoir et brimer l'individu qui ne la possède pas. Or lorsque l'on connaît le caractère facultatif de la carte pour travailler dans un journal, on s'interroge sur l'utilisation réelle qui en est faite.

Cette réflexion sur les différents objets d'identification, en tant qu'élément de base de l'identité des journalistes, rend compte de la réalité complexe des concepts d'identité et d'éthique et de leur

---

<sup>166</sup> Sigmund Freud cité par Élisabeth Roudinesco et Michel Plon, op.cit., p 820

étonnante intrication. Les multiples strates qui composent l'identité des journalistes ont depuis très largement évolué. Aujourd'hui la reconnaissance d'une identité journalistique passe essentiellement par l'entreprise de presse, dotée d'une morale voire d'une moralité (thème de l'entreprise citoyenne et de l'éthique entrepreneuriale). Les transferts d'identification et la prolétarianisation de la profession creusent le désarroi identitaire des journalistes. L'identité des journalistes se virtualise, en ce sens qu'elle n'est et qu'elle n'a été qu'un principe. Comme la décrivait Claude Lévi-Strauss, *“l'identité est une sorte de foyer virtuel auquel il nous est indispensable de nous référer pour expliquer un certain nombre de choses, mais sans qu'il n'ait jamais d'existence réelle”*<sup>167</sup>

---

## 2.2. Vers de nouveaux questionnements éthiques

Bien que les discours syndicaux constituent la moelle de notre réflexion, il nous semble parfois nous y trouver à l'étroit. En effet, les cadres d'identification légitimés à l'époque par la stratégie syndicale, sont désormais soumis à l'épreuve de la réalité et suggèrent diverses interrogations notamment sur ce qui structure, aujourd'hui et de manière durable, l'identité et l'éthique des journalistes.

L'introduction des nouvelles technologies en matière d'information et de communication et le développement de l'économie capitaliste semblent fondamentalement affecter les processus d'identification et d'éthicisation des journalistes. Angelo Agostini, directeur de l'Institut de formation au journalisme de Bologne, remarque que *“nous allons vers une révolution dans la pratique journalistique sans disposer de la moindre analyse commune”* avant d'ajouter plus loin *“Il est temps de renoncer à cette entité presque mythologique qu'on appelait le journalisme et d'admettre l'existence de journalisms différenciés en fonctions des publics, des contenus, des formes, des modes de productions, de diffusion et de consommation de l'information”*<sup>168</sup>. On constate donc que la

---

<sup>167</sup> Claude Lévi-Strauss cité par Jean-Luc Michel, *Identité et image*, publication de la Maîtrise de sciences et de techniques *Presse et communication d'entreprise* 1996-1997, p 4

<sup>168</sup> Angelo Agostini, *La presse au défi d'Internet*, in *Manière de voir* n°46, La révolution dans la

diversification des savoir-faire professionnels en matière journalistique implique de nombreux transferts d'identification pour le journaliste, alors exposé à une perte de repères fiables et durables. Dans cette zone d'incertitude s'installe un débat permanent et doublement récurrent entre l'identité et l'éthique des journalistes. L'interaction des discours tenus à ce sujet, interdit toute vision simpliste ou manichéenne des mouvements qui affectent la profession des journalistes.

D'aucuns, tel que Lucien Sfez, présente ces nouvelles technologies comme *“une idéologie dont les enjeux sont nombreux, aussi bien en matière d'éthique et de déontologie des journalistes qu'en matière de régulation”*<sup>169</sup>. Marc Laimé s'interroge de la même manière en soulignant *“qu'au-delà des stratégies de développement des entreprises de presse, il importe d'examiner les stratégies éditoriales, les règles de production et de diffusion de l'information qui se mettent en place et qui ravivent tous les questionnements liés à l'éthique et à la déontologie”*<sup>170</sup>. De telles critiques traduisent certes la nécessité de mener une réflexion sur l'éthique de l'information et la déontologie professionnelle des journalistes mais laissent aussi à penser que l'éthique serait une solution avant d'être ce qu'elle est vraiment *“une puissance de questionnement de l'ensemble du procès de l'information”*<sup>171</sup>. Dans cette optique, le mouvement éthique tel qu'il se déploie aujourd'hui ne traduirait-il pas une idéologie qui, comme toute idéologie, dissimule le réel pour mieux le laisser agir ?

Si l'on se concentre sur les modes actuels d'organisation du travail des journalistes, on est contraint d'observer une atomisation identitaire et une altérité progressive du journaliste. Certains chercheurs en sociologie des groupes professionnels défendent à ce sujet la thèse du déterminisme capitaliste qui *“conduit à un processus irréversible de prolétarianisation et de déprofessionnalisation dès lors qu'il y a rationalisation et salarisation impliquant économies de mains*

communication, bimestriel juillet-août 1999, p 23

<sup>169</sup> Lucien Sfez, L'idéologie des nouvelles technologies, idem, p20

<sup>170</sup> Marc Laimé, Nouveaux barbares de l'information en ligne, idem, p 18

<sup>171</sup> Daniel Cornu, *Journalisme et vérité. Pour une éthique de l'Information*. Labor et Fidès, 1994, p 48

*d'oeuvre et divisions des tâches*"<sup>172</sup>. Les modes d'organisation du travail obligent en effet à des transformations identitaires délicates auxquelles les journalistes, en tant que groupe professionnel, n'échappent pas. Patrick Pépin, directeur de l'ESJ de Lille, dresse à ce sujet, le nouvel horizon professionnel des journalistes : *"Demain, le journaliste ne pourra plus n'être qu'un journaliste. Il devra avoir au moins deux compétences différentes"* et de citer *"journaliste spécialisé en systèmes informatiques, journaliste spécialisé en système documentaire, journaliste éditeur, journaliste visuel, journaliste infographe"*<sup>173</sup>. Pris en étau entre la loi du marché et sa responsabilité sociale, le nouveau journalisme requiert des exigences éthiques et déontologiques qui doivent, elles, échapper à la logique commerciale et financière. Qu'en est-il ? Dans un article intitulé "journalisme à tout faire de la presse américaine", l'auteur, Érik Klinenberg, rapporte les propos éclairants du directeur de la rédaction du Chicago Tribune *"Le journalisme a toujours eu pour fonction d'éduquer les gens. Aujourd'hui, les propriétaires estiment au contraire qu'il ne s'agit plus que d'une franchise comme une autre et qui, comme les autres, doit d'abord rapporter de l'argent"*. Le chercheur américain explique que *"cette éthique a désormais déteint sur l'ensemble de la profession. Les patrons de presse américains sont les premiers à admettre - ou à réclamer - la destruction du mur séparant la rédaction du journal et sa division commerciale"*<sup>174</sup>. Ces nouvelles normes d'emploi ne sont pas le monopole des entreprises de presse américaines puisque le phénomène touche aussi très largement la presse française. Elles sont menaçantes car elles peuvent non seulement brouiller les catégories servant le journaliste à se définir mais aussi réduire la visée éthique à une logique d'intérêts commerciaux. Or force est de constater que les normes pratiques et informelles consolidées par le discours capitaliste prennent le pas sur les normes idéales et formelles édifiées par le SNJ. Les journalistes intériorisent progressivement ces nouvelles normes qui les conduisent à un processus irréversible de prolétarisation et de désarroi identitaire. *"Dans les médias comme aussi ailleurs, c'est la loi*

---

<sup>172</sup> J.M Legault cité par Claude Dubar, op.cit, p 163

<sup>173</sup> Patrick Pépin cité par Angelo Agostini, op.cit., p 25

<sup>174</sup> Cité par Éric Klinenberg, Journalisme à tout faire de la presse américaine, idem, p34-35



*du profit qui trop souvent supplante l'éthique*» remarque Marie-Christine Marrie<sup>175</sup>. Laminée par la logique marchande et « *trop souvent dépêchée d'urgence en zone sinistrée* »<sup>176</sup>, remarquait très justement Daniel Cornu, l'éthique perd de sa puissance de questionnement en ce sens qu'elle est présentée comme une solution avant même d'être traduite comme un doute, une interrogation critique. Cette situation n'est peut-être pas innocente d'un point de vue tactique, car questionner les principes normatifs d'une profession c'est aussi s'interroger de manière critique sur ce qui légitime ses normes. C'est aussi céder du terrain à l'espace public en tant que modèle de validation des normes de l'action journalistique<sup>177</sup>. C'est enfin prendre le risque de confier l'éthique de la profession à des acteurs résolument orientés vers la collectivité.

Loin d'être exhaustif, cet état des lieux nous amène à poser la question suivante : où sont désormais les enjeux éthiques de la profession journalistique ? La première erreur serait de n'en voir aucun. La seconde serait de les situer seulement dans le contenu de la notion d'éthique, alors qu'ils résident d'abord dans la manière dont celle-ci dérive au profit d'intérêts spécifiques qui marquent, notamment, la victoire incontestable du marché et de sa logique.

Il nous semble donc important d'envisager une généalogie critique de l'appel à l'éthique, au sein des discours patronaux et syndicaux, pour en faire ressortir les ambiguïtés et les enjeux. L'intérêt d'une telle perspective de recherche réside dans la possibilité d'articuler les stratégies typiques de défense, imposition, renforcement de la légitimité du modèle argumentatif en fonction d'une typologie des cadres d'identification et d'éthicisation légitimés par les deux parties et repérables dans leurs discours respectifs. Il faut donc interroger sérieusement l'éthique des journalistes, occupant selon Daniel Cornu une place centrale dans l'éthique de l'information, en tant que programme, comme appareil voire comme appareillage d'un

---

<sup>175</sup> Marie-Christine Marrie, Internet, la loi et l'éthique, in *Médiaspouvoirs*, Déontologie des médias, n°4, p 159

<sup>176</sup> Daniel Cornu, op.cit., p 48

<sup>177</sup> Lire à ce propos le Chapitre 6 "Espace public normatif et sociétés complexes", Daniel Cornu, *Journalisme et vérité. Pour une éthique de l'information*, p 231 à 271. Nous avons transféré le concept habermassien de l'espace public à notre cas. Jürgen Habermas décrivait l'espace public comme modèle de validation des normes de l'action politique.

nouveau mode de pouvoir. En faire l'archéologie, en somme, comme l'aurait préconisé Michel Foucault.

# CONCLUSION

A l'issue de ce travail de réflexion, portant sur la place de l'éthique dans la construction de l'identité professionnelle des journalistes, plusieurs constats peuvent être dressés.

En interrogeant les discours du SNJ, comme programme d'une époque déterminante pour la réalisation du journaliste, nous avons répondu par l'affirmative aux hypothèses suivantes :

- Les discours du SNJ organisent implicitement une série d'arguments qui tend à représenter la profession dans un cadre moral, déontologique et éthique.
- L'édification, par le SNJ, d'un argumentaire éthique évolue dans un cadre discursif à géométrie variable dont il s'agira d'esquisser les frontières. Parmi elles, la notion d'identité du journaliste nous paraît être au coeur de la rhétorique éthicienne du SNJ.

L'analyse sémio-pragmatique, inspirée par les travaux de A.J Greimas et de J. Courtès, a permis d'exhumer du discours syndical, un dispositif stratégique basé sur la réalisation "morale" et "professionnelle" du journaliste par identification aux objets "Syndicat", "Charte" et "Carte de presse", construits comme des lieux d'investissements de valeurs différentielles. Le journaliste se trouve donc déterminé, dans son existence sémantique, par sa relation aux valeurs investies dans les trois objets d'identification, qui constituent les frontières de l'argumentaire éthique du SNJ. Cet argumentaire est implicite en ce sens que "l'unité professionnelle", comme programme narratif de base, est un prétexte pour légitimer les réquisitions éthiques du SNJ et imposer la Charte des devoirs professionnels en tant que première figure de professionnalité.

L'ancrage des normes et des valeurs des pratiques professionnelles du journaliste en un lieu qui les fonde et les justifie réduit l'équivoque des représentations et des identifications,

jusqu'alors éparpillées. Mais en redéfinissant les pratiques, en fixant le rôle social du journaliste et en infléchissant les références culturelles et identitaires fondamentales du journaliste, le SNJ n'a-t-il pas aussi amorcé la crise identitaire de la profession ?

Plusieurs éléments de notre réflexion permettent de l'affirmer. Nous avons constaté que le journaliste avant d'être doté d'un capital de compétences professionnelles est avant tout soumis à des normes, c'est à dire à une éthique. Avec l'éclatement de l'unité professionnelle, la maîtrise des cadres d'identification ne sera plus assurée par l'instance syndicale, mais prise en charge par l'entreprise de presse qui possède sa propre logique de structuration du groupe professionnel. Ainsi, ce micro-système, compris dans un système médiatique plus large, va-t-il instauré ses propres cadres d'identification liés à un ensemble de valeurs que l'on a désigné par sa culture. Il en résulte d'une part, un transfert délicat d'identification qui, selon nous, explique très largement la crise d'identité du journaliste, et, de l'autre, un recours à un usage stratégique de l'éthique qui se rapprocherait dès lors de la déontologie.

Alain Etchegoyen remarquait avec pertinence que "*la valse des éthiques nous propose des éthiques divisées, corporatistes, bien insérées dans des espaces de pouvoir*",<sup>178</sup>. Dans cette perspective, la problématique éthique ne saurait faire l'économie d'un examen approfondi de ces "espaces de pouvoir" qui laissent un champ largement ouvert au questionnement.

Notre réflexion sur la place de l'éthique dans la construction de l'identité professionnelle est loin d'être épuisée en ce sens que l'on ne peut apprécier l'impératif qu'à partir d'un constat historique. Conscients des limites de cette réflexion et des abandons qu'elle a supposé, il nous semble cependant important de souligner que la question de l'éthique appliquée aux journalistes exige de nouvelles investigations que doivent prendre en charge les sciences de l'Information et de la Communication, en tant que puissance de questionnement des pratiques médiatiques.

---

<sup>178</sup> Alain Etchegoyen, op.cit., p 240

# BIBLIOGRAPHIE

---

## Ouvrages

**ALIX (François-Xavier)** - *Une éthique pour l'information. De Gutenberg à Internet* - Paris, L'Harmattan, 1997, 221 p.

**ALMEIDA (Fabrice d')** - *La question médiatique* - Paris : Ed.Seli Arslan, 1997.

**BEACCO (Jean-Christophe) et MOIRAND (Sophie) (coordination éditoriale)** - *Les enjeux du discours spécialisés* - Paris, Centre de recherche sur les discours ordinaires et spécialisés, Presse de la Sorbonne nouvelle, 1995, 210 p

**BERNOUX (Philippe)** - *La sociologie des organisations* - Paris, Seuil, octobre 1985, 379p.

**BILGER (Philippe) et LEBEDEL (Pierre)** - *Abrégé du droit de la presse* - Paris : CFPJ, 1991, 135 p

**CHAREAUDEAU (Patrick)** - *Le discours d'information médiatique. La construction du miroir social* - Nathan, collections médias recherches, 1997, 274 p.

**CHARON (Jean-Marie)** - *Cartes de Presse. Enquête sur les journalistes* - Stock, 1993, 341 p.

**CORNU (Daniel)** - *L'éthique de l'information* - Paris, PUF, 1997, 125 p.

**CORNU (Daniel)** - *Journalisme et vérité. Pour une éthique de l'information* - Genève : Labor et Fides, 1994, 510 p.

**COURTES (Joseph)** - *Analyse sémiotique du discours. De l'énoncé à l'énonciation* - Paris, Hachette Supérieur, 1991, 300p.

**DELPORTE (Christian)** - *Les journalistes en France. 1880-1950. Naissance et construction d'une profession* - Paris, Seuil, janvier 1999, 440 p.

**DERIEUX (Emmanuel)** - *Droit de la communication* - Paris : LGDJ, 1994, 607 p.

**DUBAR (Claude) et LUCAS (Yvette)** - *Genèse et dynamique des groupes professionnels* - PUL, 1994, 410 p.

- DUBAR (Claude)** - *La socialisation. Construction des identités sociales et professionnelles* - Paris : Armand Collin, 1991, 256 p.
- DU ROY (Albert)** - *Le serment de Théophraste. L'examen de conscience d'un journaliste* - Paris, Flammarion, 1992, 232 p.
- ETCHEGOYEN (Alain)** - *La valse des éthiques* - Paris : François Bourin, 1991, 244 p.
- GAUVENET (Hélène) (sous la direction de)** - *Pédagogie du discours rapporté* - Paris, Didier, 1976, 125 p.
- GREIMAS (Algirdas Julien)** - *Du Sens II. Essais sémiotiques* - Paris, Seuil, 1983, 245 p.
- GHIGLIONE (Rodolphe)** - *Je vous ai compris ou l'analyse des discours politiques* - Paris, Armand Colin, 1989, 172 p.
- HUISMAN (Denis)** - *L'âge du faire. Pour une morale de la communication* - Hachette, collection pluriel, février 1994, 238 p.
- KANT (Emmanuel)** - *Fondements de la métaphysique des moeurs* - Paris, Bordas, 1988, 191 p.
- KERBRAT-ORECHIONI (Catherine)** - *L'implicite* - Paris, Armand Colin, 1986, 384 p.
- KOREN (Roselyn)** - *Les enjeux éthiques de l'écriture de presse et la mise en mots du terrorisme* - Paris, l'Harmattan, 1996, 269 p.
- KREMER-MARIETTI (Angèle)** - *L'éthique* - Paris, PUF, 1987, 126 p.
- LIPOVETSKY (Gilles)** - *Le crépuscule du devoir. L'éthique indolore des nouveaux temps démocratiques* - Paris, Gallimard, 1992, 292 p.
- MAINGENEAU (Dominique)** - *L'analyse du discours. Introduction aux lectures de l'archive* - Paris, Hachette supérieur, 1991, 266 p.
- MARX (Karl) et ENGELS (Friedrich)** - *Le Syndicalisme. Théorie, organisation, activité* - Paris, Maspero, 1972, 216 p.
- MATHIEN (Michel)** - *Les journalistes* - Paris, PUF, 1995, 127 p.
- PIGEAT (Henri)** - *Médias et déontologie* - Paris, PUF, 1980, 222 p.
- POIROT-DELPECH (Bertrand)** - *Théâtre d'ombres* - Paris, Seuil, février 1998, 237 p.
- PRUJINER (Alain) et SAUVAGEAU (Florian)** - *Qu'est-ce que la liberté de la presse ?* - Québec, Ed. Boréal, 1986, 255 p.
- REBOUL (Olivier)** - *Langage et idéologie* - Paris, PUF, 1980, 222 p.

**RICOEUR (Paul)** - *Soi même comme un autre* - Paris, Seuil, collection Points essais, 1990, 424 p.

**RUELLAN (Denis)** - *Les "Pro" du journalisme. De l'état au statut, la construction d'un espace professionnel* - Rennes, PUR, 1997, 170 p.

**RUSS (Jacqueline)** - *La pensée éthique contemporaine* - Paris, PUF, 1994, 124 p.

**SCHWOEBEL (Jean)** - *La presse, le pouvoir et l'argent* - Paris, Seuil, 1968, 287 p.

**SPITZ (Bernard)** - *La morale à zéro. Pour une reconquête civique* - Paris, Seuil, 1995, 398 p.

**VOYENNE (Bernard)** - *Les journalistes français. D'où viennent-ils, qui sont-ils, que font-ils ?* - Paris, Ed. CFPJ, 1985, 280 p.

**WINOCK (Michel)** - *Le siècle des intellectuels* - Paris, Seuil, septembre 1997, 693 p.

**WOLGENSINGER (Jacques)** - *La grande aventure de la presse* - Paris, Découvertes Gallimard, octobre 1989, 166 p.

**WOLTON (Dominique)** - *Penser la communication* - Paris, Flammarion, 1997, 398 p.

---

## Revue

**GRÉVISSE (Benoît) (coordonné par)**, L'autorégulation des journalistes, in *Recherches en communication*, n°9, Université catholique de Louvain, département communication, 1998, p 7 à 47

**GUESPIN (Louise) et GARDIN (B)**, Discours patronal et discours syndical. Une tradition du discours, in *revue Langages* n°41, Larousse, 1976, p 13-46.

**LEMIEUX (Cyril)**, Les journalistes, une morale d'exception ?, in *revue Politix* n°19, 1992, p 7-30.

**MASSIS (Thierry)**, Le droit du citoyen à l'information dans la jurisprudence française, in *La Gazette du Palais*, p 2-6.

**MEYER (Philippe)**, Une presse en quête d'avenir, in *Le Débat* n°75, mai-août 1993, p 18-19.

**RAMONET (Ignacio)** (sous la direction de), Révolution dans la communication, in *Manière de voir* n°46, bimestriel juillet-août 1999.

**RIEFFEL (Rémy)**, Les journalistes français : image et présentation de soi, in *revue Médiascope*, n°1, Centre régional de documentation pédagogique de Versailles, mars 1992, p 64-73.

**RAYNAUD (Philippe) et MAILLARD (Jean de)**, Le politique, l'éthique et le droit, in revue *Le Débat* n°87, nov-déc 1995, p 83-96.

**SIMÉANT (Johanna)**, Déontologie et crédibilité. Le réglage des relations professionnelles au CFJ, in revue *Politix* n°19, 1992, p 37-55

---

## Actes de colloques et articles

**TRAUTMAN (Catherine)**, Liberté de la presse, droits des personnes et réforme de la justice, *actes du colloques de la fondation Presse Liberté*, Paris, Maison de la Chimie, avril 1998.

**LERUTH (Philippe)**, La déontologie des journalistes par eux-mêmes, in *lettre de l'Observatoire du récit médiatique* (ORM) <http://www.comu.ucl.ac.be/reci/ORM/lettre/lettre6/deonto.htm>

**LESOURNE (Jacques) et FRAPPAT (Bruno)**, Information et déontologie, *Le Monde*, vendredi 12 février et samedi 13 février 1993.

**LITS (Marc)**, Déontologie et pratiques journalistiques internationales, *colloque (Commission européenne - Bruxelles)*, décembre 1998 in *lettre de l'observatoire du récit médiatique*.

**SPITZ (Bernard)**, Pour une éthique globale des médias, *Le Monde*, mercredi 31 mai 1995.

**Centre d'études des médias (CEM)**  
<http://www.cem.ulaval.ca/actualitéecadre.html>

---

## Littérature grise : thèse de doctorat

**DELIGNY (Henry)**, *Le discours des journalistes sur leur formation professionnelle. L'idéologie du métier démasquée*, Paris IV Sorbonne, Avril 1986.

**SANTORO (Jean-Louis)**, *La liberté de l'information : logiques institutionnelles et logiques professionnelles au plan international (1947-1972)*, Bordeaux III, 1991.

**SCHWARZ (Francis)**, *Les sociétés de rédacteurs en France ; actions et pensées d'un mouvement démocratique pour la presse quotidienne (des origines à nos jours)*, Bordeaux III, 1991.

---

## Usuels

**CACALY (Serge) (sous la direction de )** - *Dictionnaire encyclopédique de l'information et de la documentation* - Paris, Nathan, 1997.



**CANTO-SPERBER (Monique) (sous la direction de )** - *Dictionnaire d'éthique et de philosophie morale* - Paris, PUF, octobre 1996.

**HÖFFE (Otfried) (sous la direction de)** - *Petit dictionnaire d'éthique* - Fribourg : Ed. universitaires, 1993.

**ROUDINESCO (Élisabeth) et PLON (Michel)** - *Dictionnaire de la psychanalyse* - Paris, Fayard, 1997.

**SFEZ (Lucien)** - *Dictionnaire critique de la communication* - Tome 2, Paris, PUF, 1993

---

### Documents professionnels

**BOISSARIE (François) et GARNIER (Jean-Paul)**, Le livret du journaliste, Paris, *Les publications du SNJ*, 2ème édition, 1989.

**BOISSARIE (François) (sous la direction de)**, Livre Blanc de la déontologie des journalistes ou de la pratique du métier au quotidien, *Les publications du SNJ*, 1993, 80 p.

---

### Rapports ministériels

**CHARON (Jean-Marie)**, *Réflexions et propositions sur la déontologie de l'information*, "rapport intermédiaire" du ministère de la Culture et de la Communication, 15 avril 1999, 26p.

**CHARON (Jean-Marie)**, *Réflexions et propositions sur la déontologie de l'information*, rapport du ministère de la Culture et de la Communication, 8 juillet 1999, 54 p.

**SALES (Claude)**, *La formation des journalistes*, mission d'étude et de réflexion, rapport du ministère de la Culture et de la Communication, 13 février 1998.

# ANNEXES

<b><u>Annexe A Corpus</u></b>	<b>I</b>
<u>annexe A-1 : Bulletin du Syndicat des Journalistes, n°1, décembre, 1918 (A la Une)</u>	II
<u>annexe A-2 : Bulletin du Syndicat des Journalistes, n°15, février, 1923</u>	IV
<u>annexe A-3 : Bulletin du Syndicat des Journalistes, n°28, février-mars, 1925</u>	VII
<u>annexe A-4 : Bulletin du Syndicat des Journalistes, n°108, octobre-novembre, 1935</u>	XII
<u>annexe A-5 : Bulletin du Syndicat des Journalistes, n°114, juin, 1936</u>	XVII
<u>annexe A-6 : Bulletin du Syndicat des Journalistes, n°120, juillet-août-septembre, 1937</u>	XXII
<b><u>Annexe B Chartes et codes</u></b>	<b>XXIV</b>
<u>annexe B-1 : "Les devoirs et les Droits professionnels"</u>	XXV
<u>annexe B-2 : "Le code de l'Honneur professionnel"</u>	XXVII
<u>annexe B-3 : La "Charte de Munich"</u>	XXIX

**Annexe**

**A**

**Corpus**

---

**annexe A-1 : Bulletin du Syndicat des Journalistes, n° 1,  
décembre, 1918 (A la Une)**

Mon cher confrère,

Nous avons pris l'initiative de fonder le syndicat des journalistes.

Nous en avons élaboré les statuts provisoires et nous vous en communiquons le texte ci-joint. Nous vous demandons aujourd'hui d'adhérer à notre oeuvre et de vous inscrire comme membre du Syndicat. Il nous a semblé que l'heure était favorable pour développer, dans un groupement strictement professionnel, la solidarité agissante et pratique entre tous nos camarades. Nous rendons hommage aux Associations de presse dont nous sommes heureux de faire partie. Sociétés de secours mutuels et de retraites, elles ont rendu, elles rendent chaque jour de notables services.

Et c'est précisément pour continuer leur effort en accomplissant à côté d'elles une tâche qu'elles n'ont pas spécialement entreprise, que nous créons maintenant le syndicat des journalistes.

Nous avons dessein, ce faisant, d'assurer le respect dû à la profession de journalistes, d'augmenter, si cela n'est pas superflu, devant l'opinion publique le prestige même de la profession, en établissant parmi nous les règles de l'honneur corporatif et en garantissant que ces règles seront obéies des syndiqués.

Le syndicat des journalistes se propose donc de remplir un rôle moral analogue à celui que remplit le conseil d'Ordre des Avocats. Vous serez d'accord avec nous, et tous les journalistes dignes de ce nom seront d'accord avec nous sur ce point, que la profession de journaliste peut retirer de cet organisme nouveau dont l'action est, à bien des égards, nécessaire et même urgente, un très important avantage.

Nous voulons, en outre, et en tenant compte des conditions spéciales dans lesquelles s'exerce la profession de journaliste, assurer la sauvegarde de nos droits professionnels.

Par exemple, le Syndicat des journalistes espère être un intermédiaire utile entre les directeurs de journaux et nos jeunes et vaillants confrères qui, ayant fait leur devoir à l'armée, reviendront pour

reprendre la place qu'ils occupaient dans les journaux avant la mobilisation, et qu'ils comptent retrouver.

Élargissant notre oeuvre, nous travaillons aussi à la formation du Club de la presse.

Nous envisageons déjà des appuis efficaces, et nous parviendrons de la sorte à créer pour tous les journalistes français ce foyer corporatif qui leur est indispensable. Ainsi nous surveillerons les intérêts matériels et moraux d'une profession difficile et souvent glorieuse, et nous préparerons entre nous tous l'épanouissement d'une amitié fraternelle qui sera notre joie, et qui sera notre force.

C'est pourquoi nous faisons appel à vous, mon cher confrère, et nous vous demandons votre adhésion au Syndicat des journalistes.

L'estime qui vous entoure et votre autorité auprès de vos camarades nous rendent votre adhésion particulièrement précieuse. Il nous sera d'ailleurs agréable de la recevoir très prochainement car nous désirons procéder, dans le plus bref délai, à la constitution définitive du syndicat.

Veillez, agréer, Monsieur et Cher confrère, nos sentiments cordialement dévoués.

Le comité fondateur

---

**annexe A-2 : Bulletin du Syndicat des Journalistes, n° 15,  
février, 1923**

**“Le conseil de L’ordre de la Presse. Lettre à la CTI”**

Le 29 janvier, devant l’assemblée de la semaine des intellectuels au conservatoire des Arts et Métiers, M.Léon Goulette, secrétaire de la section de la Presse à la CTI, a donné lecture d’une communication, dont il était l’auteur, sur l’utilité qu’il y aurait à constituer ce qu’il appelait “un conseil de l’Ordre” et “de la Presse, ayant pouvoir de discipline et d’arbitrage. Cette communication appelant les plus expresses réserves, le secrétaire général du Syndicat a aussitôt adressé la lettre suivante à M. Henri de Weindel, secrétaire général de la CTI :

Paris le 31 janvier 1923

Monsieur Georges Bourdon, Secrétaire général du Syndicat des journalistes à Monsieur Henri Weindel, Secrétaire de la CTI (Paris)

Monsieur le Secrétaire général,

Ayant fort imparfaitement entendu comme tous les assistants la communication faite avant-hier par M. Léon Goulette au cours de la “Semaine des intellectuels”, c’est au comité de la CTI que je dois présenter les observations que me suggère la lecture du texte de cette communication et que je regrette de n’avoir pas été à même de formuler sur l’heure.

M. Léon Goulette propose la création d’un “Conseil de l’Ordre de la presse”. J’ai tenu à protester immédiatement que le Syndicat des Journalistes a pris, dès l’origine, l’initiative d’une semblable institution, et qu’il n’a pas cessé d’indiquer qu’elle était l’un des objets qu’il a proposés à son action. Au début de 1918, le comité d’initiative qui fondait notre syndicat lançait une circulaire d’où je détache ce paragraphe :

“Le syndicat des journalistes se propose donc de remplir un rôle moral analogue à celui que remplit le conseil d’Ordre des Avocats. Vous serez d’accord avec nous, et tous les journalistes dignes de ce nom seront d’accord avec nous sur ce point, que la profession de journaliste

peut retirer de cet organisme nouveau dont l'action est, à bien des égards, nécessaires et même urgente, un très important avantage.”

Telle est l'ambition initiale, l'ambition constante du Syndicat des journalistes. Il ne s'attendait point qu'en 1923 quelqu'un dût se rencontrer pour découvrir soudain une grande pensée qu'il met en application depuis cinq ans.

Mais ce n'est rien de proclamer une intention. La création d'un instrument de discipline professionnelle véritablement opérant - j'entends qui soit capable de barrer net la profession - est extrêmement difficile dans le journalisme, qui est ouvert à tous, sans diplômes, et elle suppose des conditions dont deux au moins sont essentielles et sont loin d'être réalisées, à savoir une stricte organisation de la profession et l'accord des directeurs des journaux. Ces difficultés, notre Syndicat les connaît, mais il ne désespère pas de les vaincre un jour. Cependant le rapport de M.Goulette, qui n'en souffle le moindre mot, ne semble point les soupçonner. Du moins M. Goulette définit-il ce “Conseil de l'Ordre”. Ce sera écrit-il “un organe régulateur, investi de l'autorité suffisante pour procéder à une mise au point professionnelle, voire le cas échéant, à une besogne d'assainissement et d'épuration”. Puis il cite en exemple l'Association générale de la Presse Belge qui, à Bruxelles, “en mai 1922”, a constitué un Conseil de discipline et d'arbitrage, lequel “statue sur les faits contraires à la dignité professionnelles ou à la confraternité” et dispose de sanctions, qui sont : l'exclusion, l'avertissement, le blâme et la réprimande.

C'est fort bien. Mais ouvrons les statuts du Syndicat des journalistes. L'article 9 stipule que le Conseil d'administration “fixe notamment les règles de l'Honneur professionnel” (Et il les a en fait, fixées, dénombrées et publiées)

En outre le Syndicat a son conseil de discipline qui, aux termes de l'article 12, “exerce son pouvoir disciplinaire sur les actes des membres du Syndicat susceptibles de porter atteinte à la considération et au bon renom de la profession. Il veille à l'observation des règles de l'honneur professionnel”. Des sanctions sont prévues, qui sont : l'avertissement, la réprimande, la radiation. J'ajoute que le Conseil de discipline a eu, plus d'une fois, à se réunir.

Quant à l'institution d'une procédure d'arbitrage, dont M. Goulette fait également honneur à la Belgique, elle est un des articles fondamentaux de ce projet de Contrat de Travail, dont les directeurs n'acceptent même pas la discussion.

En résumé, M. Léon Goulette nous propose l'exemple belge, qui date de dix-huit mois, à nous qui l'avons précédé de quatre ans, et ce qu'il suggère à la CTI, par l'entremise de la semaine des intellectuels, c'est de se mettre en mouvement pour créer quoi ?...Le Syndicat des Journalistes, né le 10 mars 1918.

On comprend dès lors que M. Léon Goulette ait omis de prononcer le nom de notre Syndicat, et même d'y faire la plus subtile allusion. Il est évident qu'il ignore à la fois ses visées, son importance, le sens et la qualité de son activité, peut-être même son existence, et une telle ignorance est assurément fâcheuse de la part du secrétaire de la section presse de la CTI.

Veillez recevoir, Monsieur le secrétaire général, l'expression de mes sentiments les plus cordiaux.

P.S. : Je profite de cette circonstance pour vous signaler que si la plupart des compte rendus de journaux ont fait, comme il convenait, leur juste part aux communications de mon camarade Julia et MM. Goulette, Lucien Klotz et de Tarde, en revanche l'intervention du secrétaire général du Syndicat des journalistes n'y a été mentionnée qu'à une ou deux exceptions.

Le secrétaire général,  
Georges Bourdon



**“Le Syndicat**

**Et les autres Associations Professionnelles”**

Je crois utile d’écrire aujourd’hui non seulement pour mes camarades du Syndicat - dont beaucoup, je m’en suis rendu compte, n’ont encore qu’une idée fragmentaire de la tâche qui s’offre à nous - mais encore pour les dirigeants des anciennes associations professionnelles et d’ailleurs pour tous les journalistes

Si je m’y résous c’est parce que, plus d’une fois, nous avons senti, entre les autres et nous, le frôlement de malentendus déraisonnables, et pernicieux, qu’il est temps d’effacer, et pour jamais. J’écris pour la paix. Pour la pleine concorde de la grande famille de journalistes, qui n’a que trop de tendances à se désunir. Et je n’écris que pour exprimer, sans arrière-pensées ni réticences, tout ce que nous pensons, m’appuyant sur une masse syndicale qui a la fierté de son oeuvre et la conscience de sa force.

En constituant en pleine guerre, au mois de mars 1918, le Syndicat des journalistes ses fondateurs avaient en tête bien autre chose que d’ajouter un groupement professionnels. Empressés au contraire à reconnaître les éminents services d’associations anciennes et justement honorées, ils se flattaient de proposer aux journalistes, avec une conception nouvelle, un programme qui n’avait pas encore formulé, et de mettre, aux mains d’une corporation que les temps nouveaux devaient si cruellement éprouver, un instrument de défense solide et bien trempé.

Ce qu’ils apportaient le voici :

Toutes les associations de presse montraient alors un caractère commun, qui était de grouper les journalistes selon certaines affinités : les unes politiques, les autres plébiscitaires ; journalistes catholiques, les journalistes républicains ou journalistes plébiscitaires ; journalistes catholiques ou d’action libérale ; parisiens ou départementaux ; parlementaires ou nouvellistes, judiciaires ou sportifs, etc... Ainsi ces

associations, pour leur appliquer une image connue, formaient un miroir fidèle, mais un miroir brisé, du journalisme français. Les sympathies politiques et régionales les intérêts partiels y trouvaient leur compte ; mais ne pouvait-on admettre qu'une conception élargie de la solidarité permît de réaliser la synthèse des intérêts généraux et permanents et d'atteindre à l'unité corporative ?

De cette pensée est né le Syndicat. Pour lui, opinion, région, spécialité sont des distinctions certes réelles mais relatives. Couvrant toutes les divisions, il y a d'abord l'état de journaliste, une profession aux formes multiples, dont il s'agit à la fois de délimiter les contours et de sauvegarder la dignité morale autant que les intérêts matériels. La politique, la géographie, la rubrique sont donc sans prise sur des besoins identiques qui exigent des garanties pareilles ; et ces garanties seront obtenues, ces besoins satisfaits, dans la mesure où tous les journalistes unis manifesteront une commune volonté d'action.

La raison d'être du Syndicat, la voilà. Sa nouveauté, c'est cela. Tous les journalistes au Syndicat, c'est sa devise. Il ne leur demande ni ce qu'ils pensent ni d'où ils viennent, mais seulement s'ils sont des journalistes professionnels, vivant de leur métier et l'exerçant avec honneur. Ses 950 membres, qui vont de l'extrême droite à l'extrême gauche, sont du nord et du midi, de l'est et de l'ouest. Quiconque quitte la profession quitte du même coup, le Syndicat. Il s'efforce de maintenir en lui, incessamment renouvelée, une force jeune qui ne se laisse alourdir par nul poids mort. Est-ce à dire que le Syndicat ait jamais eu le propos de se substituer aux associations préexistantes ? Tout au contraire, il les souhaite actives et prospères. Les unes ont le souci d'intérêts spéciaux, qui ne sont bien connus et ne peuvent être utilement représentés que par les intéressés ; les autres - sinon les mêmes - ne cessent depuis des années, de se dépenser pour améliorer les conditions de l'existence des journalistes, et, par la constitution de caisses de retraites, par des avantages et des facilités de tout ordre, tels que secours médicaux et pharmaceutiques, réductions sur les chemins de fer, etc....de justifier une activité tout entière vouée au mieux être de la communauté. Du point de vue moral, ce sont elles aussi qui ont commencé à donner aux journalistes le sens de la solidarité et les

premiers éléments d'une âme collective. Pour tant de raisons, elles ont bien mérité du journalisme, et il n'est pas un de nous qui songe à leur mesurer l'hommage qui leur est dû.

A ce devoir de justice, pas un n'a failli de ceux, qui depuis sept ans, ont eu à écrire ou à parler au non du syndicat. La collection de notre Bulletin, nos circulaires, nos procès-verbaux, en font foi. Il n'est pas une parole prononcée dans nos assemblées qui n'en témoigne. Tous nos actes se présentent à leur tour à la barre. Pour l'édification de tous, j'en citerai quelques-uns.

En 1920, le Conseil d'administration met sur pied un projet de contrat collectif de travail : son premier soin est de le soumettre à la critique des principales associations de presse et à celle de la CTI, et l'on me permettra de révéler que l'initiateur au Conseil de cette consultation, ce fut moi-même.

Plus tard, un ministre de l'instruction publique projette de créer un conseil supérieur des lettres, où des places seront réservées à des journalistes, et j'obtiens de lui que ces représentants soient désignés par leurs pairs. Que fait le Syndicat ? Il se tourne vers les associations et les convie à s'organiser en vue de ces désignations. Plus tard encore, quand le Syndicat obtient du Préfet de police la promesse du contrôle des coupe-file, c'est encore lui qui, spontanément, propose aux associations de constituer à cette fin une commission commune. Hier l'association des journalistes parisiens, se saisissant à son tour d'une question qui, depuis sept ans, est le pivot de notre action syndicale, et que nous avons été, dans le journalisme français, les premiers à prendre en mains, invite vingt-trois associations à s'unir en vue du relèvement des salaires : nous sommes encore les premiers à répondre à son appel.

L'ancien comité général des associations de presse, après la retraite des groupements patronaux, entreprend de se reconstituer et de réaliser, en s'élargissant, une représentation authentique du journalisme professionnel : nous sommes, une fois de plus, les premiers à demander notre affiliation. Voilà des faits. Je pourrais les multiplier. Si je les rappelle, c'est pour fixer, une fois pour toutes, en

ce point, la constante doctrine du Syndicat et la position que délibérément il a prise.

A ce propos de concorde et de coopération, si souvent affirmé, il n'a pas toujours été répondu avec l'empressement et dans les sentiments que nous attendions. Nous avons néanmoins persévéré, non que nous eussions besoin de personne, mais parce que nous sommes infatigables dans notre désir d'entente. Ce n'est point au Syndicat que pourra jamais être adressé le grief d'avoir contre elle-même divisé la masse des journalistes.

Mais tout cela, nous l'espérons, c'est le passé. Un certain nombre d'associations, qui ont fait leurs preuves, constituent autant de foyers où il est naturel que les journalistes, selon leurs affinités, se rassemblent. Qu'elles continuent de prospérer : le Syndicat ne trouve dans leur succès que des occasions de se réjouir. Il y a place pour tous, il y a des tâches pour tous : à chacun sa place, à chacun son rôle, à chacun sa tâche. Souhaitons seulement que les journalistes comprennent qu'ils travailleraient contre eux-mêmes en s'éparpillant, et que jamais au contraire il ne leur fut plus nécessaire de montrer des âmes unies, des coeurs solidaires, des volontés tendues.

Pour nous, on connaît notre programme. Plus fermes que jamais nous nous y tenons. Un seul mot le contient : servir. Une seule idée le domine : faire du journalisme une corporation, avec tout ce que ce mot implique de délimitation et de discipline et, en vue de la sécurité de ses membres, de commune volonté et d'action concertée. On nous dira que c'est une tâche ambitieuse : c'est notre tâche. Nous y sommes, depuis longtemps, dépassés par nos confrères d'Angleterre et d'Italie, pour ne citer qu'eux. Elle suppose une triple condition : l'union, la volonté, la persévérance. Elle exige le nombre. Voilà pourquoi nous appelons à nous tous les journalistes de tous les partis, de toutes les régions, de toutes les catégories. Pour la mener à bien, nous ne serons jamais assez, Seuls, pourraient la contrarier des ennemis de notre cause. Contre les intolérables résistances qui sont interposées à leurs justes revendications, les journalistes savent bien qu'ils n'ont qu'une arme, mais invincible : la solidarité.

Le Syndicat est le soldat de la solidarité.

Georges Bourdon.

---

annexe A-4 : Bulletin du Syndicat des Journalistes, n° 108,  
octobre-novembre, 1935

**“La montée du SNJ**

**1935, année cardinale : construire”**

1935 est, pour le Syndicat national, la grande année, l’année cardinale.

1935 est l’an du couronnement, l’an de la récolte.

C’est aussi l’an de la construction, c’est à dire l’an de la politique

Qu’allons-nous construire ? Quelle sera notre politique ?

En le créant en 1918, les fondateurs du SNJ ont donné à leur oeuvre un sens précis et lui ont tracé une direction délibérée. Syndicat, il aurait à pratiquer l’esprit des méthodes du syndicalisme, et la fonction qu’ils lui destinaient était d’**ORGANISER LA PROFESSION**.

Fonction entièrement nouvelle, que nul encore n’avait même envisagée dans le journalisme français, et que les premiers intéressés ont mis longtemps à comprendre, à supposer qu’ils l’aient tous compris. Combien n’avons-nous pas rencontré de confrères pour nous dire : “Le Syndicat national est une association comme les autres, mais qui a mieux réussi”. Mais non. Le SNJ ne ressemble à aucune autre association, ni par la composition, ni par le but, ni par les moyens. Le syndicalisme, avec les pleines conséquences qu’il comporte, c’est lui qui l’a apporté à la presse française, et il est seul à le pratiquer. Ce but initial, depuis dix-huit ans bientôt, il n’en n’a pas dévié. Il n’est pas un instant où son regard en ait été détaché. Ses progrès, sa force, sa réussite, son unité, c’est là qu’en est le secret. Qu’est-ce donc que d’organiser la profession ?

C’est de donner aux professionnels, sans distinction de lieu, ni d’opinion ni de rang, le sentiment aigu de leur solidarité, de leur assurer des garanties élémentaires sans lesquelles tous les mauvais hasards et tous les risques de l’arbitraire et de l’instabilité feraient peser sur leur existence une menace perpétuelle, d’unir si étroitement, dans leur préoccupation, les intérêts moraux et les intérêts matériels, qu’ils se sentent comme grandis dans leur dignité, constamment abrités

sous la sauvegarde d'une discipline morale formée d'une commune conscience.

C'est enfin de leur demander de n'agir professionnellement qu'en fonction de leur syndicat, de n'accomplir aucun acte qui puisse nuire à la collectivité, et de leur garantir en revanche qu'en toutes circonstances ils trouveront pour soutenir leurs intérêts menacés, toute la force syndicale.

Réaliser la solidarité des intérêts et l'union des volontés en vue d'un bien supérieur, ce n'est pas seulement affaire de propagande et d'exemple ; il y faut aussi un support en quelque sorte physique. Le lien visible capable de donner à des professionnels, la notion exacte de leur solidarité, c'est le contrat collectif de travail, et au dessus de lui, le statut professionnel, mesure des besoins, charte des droits et des devoirs. L'objet direct, l'objet premier du Syndicat fut de le conquérir. Sans doute cette première esquisse était-elle bien sommaire. Il fallut un travail de huit années pour que l'idée prît corps et qu'un projet complet, longuement étudié, fût pris en considération et discuté par le patronat. Progrès énorme, que cette première adhésion de principe, et dont nous pouvons, à distance, mesurer l'ampleur, car, à ce moment encore, nombreux étaient, chez les nôtres comme chez les directeurs, les hommes de bonne foi qui, à cette seule évocation d'un Contrat collectif de travail concernant les journalistes, ne savaient que hausser les épaules. Si le projet établi d'un commun accord en 1931 n'a pas été ratifié, nous ne sommes pour rien, on le sait, dans cet échec. Ne revenons pas sur cette histoire, que nous avons naguère contée dans le détail. C'est du passé. Adieu

Nous avons toujours dit, publiquement proclamé que, pour réaliser l'entente amiable, nous irions jusqu'aux extrêmes concessions, mais que, le jour où l'impossibilité de réussir nous apparaîtrait, nous nous tournerions, avec toute la décision dont nous sommes capables et tous les moyens dont nous disposons, vers le Parlement. Lorsque, le 19 mars 1935, le Sénat, par son vote unanime, rendit définitive la loi sur le Statut professionnel adoptée par la Chambre, après une discussion laborieuse de huit séances au sein de la commission du Travail, il ne

put donc y avoir de surprise que pour ceux qui avaient négligé de prêter l'oreille à nos déclarations.

La loi du 29 mars 1935 nous confère notre statut professionnel. Le voilà désormais fondé sur une base d'airain. Mais attention ! Notre profession n'est pas pour cela et du coup organisée. Le 29 mars est sans doute un point d'arrivée, le point où les pieds touchent terre ; mais c'est aussi, c'est surtout un palier de départ.

La loi du 29 mars est pour nous un puissant outil d'organisation, mais elle n'est que cela ? Nous partons maintenant pour l'organisation. Voici donc, je le repère, l'heure de la construction, l'heure de la politique ?

### **Assez de malentendus**

La loi s'impose à tous, et personne, nous l'espérons, ne songe à échapper aux obligations qu'elle entraîne. D'ailleurs la tâche première du SNJ n'est-elle pas d'en surveiller l'application ?

Mais comment sera-t-elle appliquée, et comment s'exercera cette surveillance ?

Avec du soupçon, de la mauvaise humeur, des façons rogues ? Non. Ces manières ne sont pas de notre goût.

Assez de malentendus ont divisé dans notre monde employeurs et salariés ; assez de susceptibilités ont entravé des controverses déjà difficiles ; assez de résistances ont retardé la marche commune ; assez de mauvaises intentions ont été de part et d'autre supposées. S'il ne tient qu'à nous , ce temps est révolu. Entre les uns et les autres, nous souhaitons qu'il n'y ait désormais que bonne volonté et confiance et que, sur les méchants souvenirs, d'un commun accord, on étende le voile de l'apaisement et de l'oubli.

Est-ce si difficile ? Il suffit pour cela que la loi, respectée par tous, soit par tous appliquée avec bonne foi, sans raideur ni arrière-pensée. Et, il convient encore que les syndicats patronaux consentent à s'efforcer avec nous, d'un esprit sincère, de lui faire produire tous les heureux fruits qui sont en elle. Ils ne doutent pas qu'en travaillant à organiser notre profession, nous n'ayons pas seulement en vue nos intérêts personnels dont ils auraient le droit de se désintéresser. Il s'agit en réalité d'un dessein beaucoup plus vaste : servir les intérêts généraux de la presse française, en porter au plus haut point le niveau



intellectuel, social, moral, en faire une communauté exemplaire, digne de notre pays, digne du rôle éminent qu'une démocratie, en conférant à ses journaux la liberté, reconnaît la pensée imprimée. Et cela, j'imagine, nous intéresse tous, directeurs et rédacteurs, patrons et salariés, conscients de nos responsabilités, et, quoi qu'il arrive, quoi que nous en ayons, solidaires !

L'oeuvre à entreprendre

Purger notre profession de tous les parasites qui l'alourdissent et la compromettent de tous les intrus, de tous les profiteurs, de tous les fâcheux ; en chasser tous les cumulards ; la circonscrire par l'attribution de la carte d'identité à tous ceux dont à qui elle est due, mais à eux seuls ; assurer le recrutement régulier de la profession et préparer la relève des anciens par la formation de sujets intelligents, cultivés et entièrement aptes au service des journaux ; pour cela, développer l'École de journalisme, accroître ses moyens d'action, en faire une des institutions de l'État, et savoir qu'elle ne jouera pleinement son rôle, qu'elle n'accomplira toute sa tâche que par l'entente et le travail commun des directeurs et des rédacteurs ; ériger à Paris la "maison de la presse" que possèdent toutes les capitales, sauf la nôtre : tels sont les termes généraux de la collaboration que nous souhaitons. Pour être durable et fructueuse, elle ne requiert que bonne entente, désintéressement, sens élevé de la grandeur de la profession. A chacune des deux parties, elle laissera la satisfaction d'avoir accompli, pour le bien de la Presse, une oeuvre méritoire et belle.

Est-ce trop espérer que de croire possible une telle collaboration ? Certes non. Je ne me borne pas à la désirer, je l'escompte et l'annonce. Des hommes qui, ensemble, ont hier créé la Caisse générale de retraites seront les premiers à penser que l'ouvrage n'est pas achevé et qu'il est temps de reprendre la besogne. Ce travail commun ne serait-il pas, du reste, le meilleur entraînement pour que chacun se sente en disposition nouvelle de mettre au service de la loi du 29 mars coeur et bonne grâce ?

### **Les journalistes ont compris**

C'est ainsi qu'elle constitue un palier de départ. Elle est la plate-forme nécessaire. Elle donne aux initiatives qui pourront se produire leur

raison d'être et leur unité. Elle est le cadre dans lequel s'inscriront désormais les communs efforts. Mais nos camarades comprendraient-ils que leur loi, bien loin d'être pour eux un bien définitif, n'était rien de plus qu'un instrument, qu'elle n'aurait de vie que celle qu'ils seraient capables de lui donner et dépendrait en somme de leur vigilance ou de leur nonchalance d'en faire une charte ou un chiffon de papier ? grave responsabilité de chacun envers la collectivité envers ceux de demain.

Ils l'ont compris. Ils ont senti que c'est maintenant que commence le travail d'organisation professionnelle, et que ce travail, enfin pourvu de ses moyens d'action, a pour condition première que toute la profession se soude autour de son Syndicat.

Bien des fois naguère, les directeurs les mieux intentionnés nous disaient : "vos confrères ne nous suivent pas. Ils ne se soucient guère du contrat collectifs" Nous protestions alors. Que diraient aujourd'hui nos sceptiques interlocuteurs, si nous mettions sous leurs yeux la masse de lettres et de télégrammes qui, après le vote de la Chambre, après celui du Sénat, nous sont parvenus de toute la terre française, voire de la terre algérienne et des colonies ?

Ce fut comme une vague de fond d'allégresse qui, au signal donné par le Parlement, souleva tous les journalistes. Et, du même coup, ils eurent soudain conscience des devoirs qui s'imposaient à eux. En foule, ils viennent au Syndicat, en partie sans doute dans un sentiment de gratitude qui nous touche, mais surtout parce que, anxieux des lendemains d'une profession que menace de toutes parts l'évolution économique, l'évidence les saisit de la nécessité de s'organiser et qu'ils s'aperçoivent qu'il n'est autre voie de salut que le syndicalisme (...)

Georges Bourdon

**“La délivrance de la carte professionnelle va commencer”**

L’allocution de Georges Bourdon

Monsieur le Ministre,

Après M. Henry Simond, vers qui s’élève notre respectueuse sympathie, et que je me fais un devoir de saluer devant vous avec un accent particulier, j’ai la bien agréable tâche de vous offrir les remerciements et l’hommage des représentants des organisations professionnelles.

Nous vivons aujourd’hui une heure mémorable dans l’histoire du journalisme français, et qui sait ? du journalisme universel, devant qui, nous premiers, nous ouvrons une voie encore inconnue de lui. Et c’est pour nous une joie fière que l’État qui préside à ce grand événement, prenne, en cet instant, le visage d’un des nôtres, d’un journaliste authentique, d’un écrivain politique et d’un polémiste qui a honoré notre langue autant que notre métier.

Il y a longtemps que les journalistes ont senti naître le besoin de se reconnaître entre eux. Il y a longtemps que notre famille se plaint d’être trop aimée et s’étonne de se découvrir chaque jour de gentils cousins dont elle ignorait l’existence. Quand le petit dieu qui habite notre vieux tronc met le nez à la fenêtre, il aperçoit avec effroi toutes ces branches disparates qui, du hêtre et du bouleau, du frêne et du chêne, de l’acacia odorant et du sec sapin, voire du saule pleureur, sont venues à son insu se greffer sur son tronc bienveillant.

Ce qui échappe au petit dieu, nous le savons, nous. Il y a un siècle, la presse, c’étaient une vingtaine de chefs d’armes, des écrivains brillants, honnêtes et braves, dont chaque article politique était une manière d’événement. Ils se disaient publiciste, laissant ramasser par la tourbe des anonymes ce mot de “journalistes” qui alors n’était guère de meilleur sang que celui de “nouvelliste”, dont le dix-septième siècle affublait les tristes hères qui, accourant des cuisines du Louvre ou des galeries du Palais-Royal, allaient colportant, moyennant une soupe, le

dernier potin de la cour ou la dernière exigence de Monsieur le Cardinal. Mais ce qui est grave, c'est que, à tort où à raison, quand un écrivain s'avisait de donner un nom à quelqu'un de ces anonymes, il l'appelait Bixiou ou Giboyer, si ce n'était pire encore.

Plus tard, le journalisme, en se régularisant, s'est embourgeoisé. Nous avons connu le journalisme de famille, la maison de bonne humeur et de gai travail, où le "patron" circulait entre les tables et vous emmenait dîner au restaurant voisin en pleurant misère, où certes l'on n'était pas riche, mais où l'on avait l'illusion exaltante de la liberté !

Et maintenant, chevauchant la Science lancée au grand galop, nous voici dans l'ère du journalisme-usine. Voici d'énormes, de gigantesques entreprises, dont le destin est d'enfanter un miracle quotidien, qui, pour le public, ont quasiment l'univers, qui, pour leur service, tiennent en haleine une armée disciplinée, bien rangée en ordre de bataille, et qui, pour chefs, ont des hommes à qui il ne suffit plus d'être des fantaisistes ni de savoir pousser un juron, ni de danser quand il faut calculer.

Journalistes que nous sommes, journalistes si brillants qu'il nous complaise de nous voir dans un miroir courtisan, nous voilà devenus les rouages d'une machine colossale qui ne cesse de tourner, et qui promet de tourner de plus en plus vite, de devenir de plus en plus colossale !

Ne nous plaignons pas, car ce journal nouveau, dont les moyens rejoignent l'ambition, ouvre à ceux qui le servent des domaines illimités. Mais comment les journalistes seraient-ils pas inquiets ? De toutes parts débordés, ils sont devenus un peuple, tout un monde et ils voudraient bien que ce monde ne fût pas trop hétérogène. Celui-ci est-il docteur, ou avocat, ou professeur, ou arpenteur ? Où diable celui-là a-t-il appris à écrire ? Et cet autre, d'où sort-il ? A voir tant de nouveaux visages venir à eux, tant de gens s'installer à leurs tables, à entendre tant de bouches, en les lieux les plus divers, parfois dans les circonstances où l'on souhaiterait moins de fracas, se recommander de leur profession, ils ressentent certes l'honneur qui leur a fait, mais il y a des moments où tant d'honneur leur fait peur.

Ce n'est pas d'hier que beaucoup d'entre eux, évoquant la discipline que se sont imposée les avocats, ont appelé la création d'un Ordre des journalistes. Je crois même que le mot est parti, pour la première fois en 1918, du Syndicat des journalistes. Mais ce n'était qu'un mot - ou plutôt une aspiration. Voici une réalité : la carte professionnelle. Et la voici sous la forme où nous l'avons souhaitée, pourvue des caractères d'obligation et de garanties sans lesquelles elle ne serait qu'une apparence. Sachons gré au Parlement d'avoir entendu notre vœu, au Conseil d'État de lui avoir donné l'appareil légal, remercions le ministre d'imprimer, par la présence et par le discours, le sceau de l'État à l'acte qui s'accomplit aujourd'hui.

Donc il ne sera désormais permis à personne de se dire journaliste, s'il n'est journaliste. Et il ne sera permis à personne - pas plus la Chancellerie qui décore qu'au bureau municipal qui établit une pièce d'État civil - de donner du journaliste à qui ne sera pas journaliste. Le journalisme est dès aujourd'hui une profession organisée, c'est à dire limitée. Certes, elle ne prétend, en aucune manière, en eut-elle le pouvoir, empêcher qui que ce soit de monter à la tribune du journal et d'entrer en contact avec le public, mais elle demande que les journaux soient faits par des professionnels, et elle entend fermer la porte de la profession à qui n'est pas professionnel.

Tous ici, nous savons qu'il n'est pas question de choisir entre les professionnels. Non, non, nulle acception de doctrine, de philosophie, de politique. Nous ne connaissons que deux frontières : celle de la profession, celle de la moralité. Le journalisme est, à partir de ce soir, un cadre social où il y a place pour tous les journalistes, quelques opinions qu'ils professent, à condition qu'ils n'aient que ce métier et qu'ils en vivent, et qu'ils soient d'honnêtes gens. Voilà pourquoi tant de personnes ont, dès le 29 mars 1935, manifesté l'inquiétude. Avant que la carte existât, elles sentaient déjà passer le vent de la Carte. Elles avaient raison. Nous n'avons pas plus de siège pour le secrétaire de mairie ou le clerc d'avoué que pour le professeur en Sorbonne. Je ne parle pas des autres. A chacun son rôle, à chacun son métier, à chacun sa responsabilité et sa place. Le journalisme n'est ni une profession d'appoint ni une galerie d'attente.

Sur la qualification du journaliste professionnel, une commission prononcer, et c'est cette commission qui à l'honneur d'être devant nous. Elle comprend à la fois des directeurs et des rédacteurs, qui, réunis dans une même intention d'impartialité et d'équité, vont avoir à assumer en commun un travail considérable. Cette tâche commune ne sera que le prolongement de travaux que nous avons entrepris, et, pour certains, menés à bien, depuis neuf années, si je sais bien compter. Je souhaiterais, pour ma part - et mes camarades assurément, pensent comme moi - que cette active et intime collaboration qui s'ouvre ne fût qu'un anneau dans une chaîne.

Le libéralisme de nos éminents collègues nous a permis d'édifier une oeuvre généreuse et noble, la Caisse générale des Retraites de la Presse française, en pleine prospérité en dépit de son jeune âge, et qui couronne l'effort de prévoyance et de solidarité déjà accompli par quelques grands journaux dans leurs propres maisons. Le même libéralisme nous promet une coopération de bonne humeur et de bonne foi dans l'application de la loi du 29 mars 1935, voire dans l'adaptation de telle ou telle de ses clauses à des conditions particulières qu'elle ne pouvait prévoir. C'est le même esprit de conciliation qui animait hier les dix séances qui furent nécessaires pour fixer le barème des salaires parisiens. Pourquoi ne pas aller plus loin ? Je pense à la question de l'apprentissage, à l'extension et à la consécration de l'École de journalisme, à l'édification de la maison de la presse, à d'autres oeuvres encore. Elles exigent l'effort commun des patrons et des professionnels, et en grande partie aussi la sympathie et le concours de l'État. J'ose exprimer l'espoir que notre appel sera recueilli favorable. Ce ne sont points des intérêts particuliers, fussent-ils les plus respectables, qui s'expriment ici, mais l'intérêt supérieur de la presse française. Elle fut de tout temps une presse de qualité, un élégant produit de l'intelligence française, et elle est bien digne que l'on s'efforce de la protéger contre les dangers de la précipitation et de l'esprit de facilité. N'est-ce pas le rôle des organisations professionnelles de travailler ensemble au progrès du métier qu'elle régissent ? Le nôtre a un rang de choix puisque c'est à lui que revient

le soin de projeter chaque jour à travers le monde le reflet de l'âme et du visage de notre pays.

Nous avons tous ici, chacun à sa place, fût-ce la plus modeste, avec le haut sentiment de l'illustration et de la responsabilité de la presse française, la fierté de la servir de notre mieux ? Ne pouvons nous donc aller plus en avant ?

Quand celui qui parle serait le plus humble de tous, il espère que l'on voudra bien l'entendre. C'est de toute son âme qu'il souhaite, pour la gloire de notre presse, la collaboration confiante de toutes les forces du journalisme français.

Georges Bourdon.

**“Qui n’a pas la Carte d’identité ne peut être considéré comme journaliste”**

Dans ses deux dernières séances, la commission de la Carte d’Identité des journalistes professionnels a pris deux décisions qui doivent être portées à la connaissance de tous les journalistes professionnels et méditées par eux

La commission a observé que, dans les promotions de Légion d’Honneur qui viennent d’être publiées, figurent des personnes décorées au titre de journaliste et qui ne possèdent pas la carte d’identité.

Ce sont là des pratiques qu’il est impossible de laisser passer. La carte d’identité a été précisément créée pour délimiter notre profession, c’est à dire pour interdire désormais à qui ne possède pas la carte, de se donner comme journaliste professionnel.

Cette interdiction a pris, du fait de la loi du 29 mars 1935 et du règlement d’administration publique du 17 janvier 1936 un caractère impérieux et légal. Le décret du 17 janvier stipule en effet que nul ne pourra se donner comme journaliste professionnel, s’il ne possède pas la carte; que nulle autorité publique ne pourra reconnaître comme journaliste professionnel, “soit à l’occasion de l’établissement d’un passeport ou de tout autre acte administratif, soit en vue de bénéficier des dispositions prises en faveur des représentants de la presse par les autorités administratives” et, à fortiori, en vue d’une distinction honorifique, quiconque ne serait pas en mesure de produire la carte d’identité. Et le décret édicte, à titre de sanctions, des amendes qui peuvent aller jusqu’à 2000 francs, qui en réalité, on le sait, en font plus de 20 000.

Aussi la commission, soucieuse de donner et de conserver à la carte la pleine valeur que lui reconnaît la loi, a-t-elle décidé d’intervenir auprès de tous les membres du gouvernement pour les inviter, d’une part à exiger dorénavant de tous les candidats à une décoration la production



de la carte, d'autre part de s'abstenir de donner la qualification de journaliste ou de publiciste à quiconque n'aurait pu faire cette production.

Par une seconde décision, la commission informée que des contrôleurs des Finances assuraient à certaines personnes le bénéfice des avantages fiscaux reconnus aux journalistes sans exiger la production de leur carte est intervenue auprès du Ministre des Finances, pour lui signaler la nécessité de rappeler aux contrôleurs les prescriptions du décret du 17 janvier 1936.

Les décisions de la commission ont été communiquées, la première, le 27 juillet, la seconde le 7 août, par lettres signées de Georges Bourdon, vice-président de la commission de la Carte d'identité, faisant fonctions de président, en raison de la disparition de M. Henry Simond.

Nul doute que tous les journalistes professionnels n'applaudissent à ces décisions, qui ont pour objet d'assurer à la carte d'identité la totale efficacité qui doit être la sienne, c'est à dire, en réalité, de fermer désormais la porte de notre profession à un certain nombre d'intrus, dont certains sont de surcroît des indésirables.

**Annexe**

**B**

**Chartes et codes**

---

## annexe B-1 : "Les devoirs et les Droits professionnels"

### **Le Syndicat des journalistes, Bulletin mensuel, n°1, Décembre 1918**

Le syndicat étant une association de défense et de discipline professionnelles, nous avons pensé que la défense serait d'autant plus efficace que la discipline serait mieux formulée.

Il nous a donc semblé opportun de définir d'abord les devoirs essentiels du journaliste

Voici les articles de ce petit code des devoirs professionnels du journaliste, tel qu'il a été établi par le Conseil d'administration du Syndicat.

#### Les devoirs professionnels du journaliste

Un journaliste digne de ce nom :

- Prend l'entière responsabilité de tout texte qu'il publie sous sa signature ou sous un pseudonyme personnel
- Tient la calomnie, la diffamation et toute accusation sans preuves pour les plus graves fautes professionnelles (Pour les délits de presse entachant l'honneur, il peut, même après avoir été condamné par la juridiction légale, faire appel devant le Conseil de discipline du Syndicat des journalistes qui sera qualifié pour lui rendre, devant ses confrères, son honorabilité de journaliste. De même, un journaliste absous avec des considérants comportant un blâme, pourra être cité devant ce tribunal professionnel et frappé de disqualification)
- N'a jamais été l'objet d'une sanction rendue par un jury d'honneur régulièrement constitué. En tous cas, le conseil de discipline du Syndicat ne sera lié par aucune sentence rendue en dehors de lui; En matière de duel, l'objection de principe ou de conscience pourra être admise
- N'accepte officiellement ou officieusement que des missions compatibles avec sa dignité de journaliste définie par le présent code de l'honneur professionnel ; s'interdit d'invoquer un titre ou une

qualité imaginaire pour surprendre la bonne foi de quiconque en vue d'obtenir une information

- N'accepte aucune fonction rétribuée dans un cercle institué, d'une façon avérée, pour faciliter les jeux d'argent, et, d'une façon générale, ne touche d'appointements ou de gratifications, sous aucune forme que ce soit, dans tout service ou entreprise privée où sa qualité de journaliste, ses influences ou ses relations seraient susceptibles d'être abusivement exploitées

- Ne signe pas de son nom ou d'un pseudonyme personnel - à moins de s'être exclusivement spécialisé dans les rubriques de publicité - des articles de pure réclame commerciale ou financière

- Ne se rend pas coupable d'aucun plagiat cite les confrères dont il reproduit, dans sa forme ou son esprit, un texte quelconque

- Ne sollicite jamais la place d'un confrère, ne provoque jamais son renvoi en offrant de tenir sa rubrique pour une rémunération moins élevée

- Garde, même en justice, le secret professionnel lorsqu'il lui a été demandé

- N'abuse jamais de la liberté de la presse dans un but intéressé (menaces de révélations sous conditions d'argent, publications d'informations tendancieuses dans un but de spéculation financière, critiques littéraires, artistiques, théâtrales, etc., inspirés par le désir, valablement prouvé, d'obtenir des subsides, etc.)

L'initiative que le Conseil d'administration du Syndicat avait prise de déterminer en premier lieu les devoirs professionnels du journaliste a été bien accueillie.

Non seulement, plusieurs membres du Syndicat ont invoqué telle ou telle disposition de ce code d'honneur journalistique, mais en outre, des confrères qui ne faisaient pas encore partie du Syndicat ont demandé au Conseil de discipline du Syndicat d'arbitrer certains différends

Le conseil d'administration du Syndicat prépare le Code des Droits des journalistes qui, à beaucoup d'égards, pourra constituer nous l'espérons, comme le cahier de nos revendications professionnelles. Ce travail sera publié dans le prochain bulletin

---

## annexe B-2 : "Le code de l'Honneur professionnel"

### **Le journaliste - n°124 - février 1938**

Dès sa fondation, en 1918, l'une des toutes premières tâches du jeune Syndicat a été rédiger un Code de l'honneur professionnel, qui a paru dans le premier numéro du Bulletin, portant la date de décembre 1918, sous le titre de : "Les Devoirs professionnels du journaliste", et dont un résumé figure dans la manchette du "Journaliste". Il a semblé opportun au Conseil d'administration de procéder à une révision et à une mise au point de ce texte ancien, et, dans ses séances du 8 et du 15 janvier dernier, il a, à l'unanimité, adopté le texte suivant :

#### **Un journaliste digne de ce nom :**

- 1- Prend l'entière responsabilité de tout texte qu'il publie sous sa signature ou sous un pseudonyme personnel
- 2 - Tient la calomnie, les accusations sans preuves, l'altération des documents, la déformation des faits, le mensonge, pour les plus graves fautes professionnelles
- 3- En matière d'honneur professionnel, ne reconnaît qu'une seule juridiction, celle de ses pairs, représentée par le Conseil de discipline, qui veille au respect des règles du présent Code, et auquel il reste soumis, même après une décision de justice
- 4- N'accepte que des missions compatibles avec sa dignité de journaliste, définie par le code de l'honneur professionnel
- 5- S'interdit d'invoquer un titre ou une qualité imaginaires, et en général d'user de moyens déloyaux pour obtenir une information, acquérir un document ou surprendre la bonne foi de quiconque
- 6- N'accepte aucune fonction rétribuée, ne touche d'appointements ou de gratifications, sous quelque forme que ce soit, dans tout service public ou entreprise privée où sa qualité de journaliste, ses influences ou ses relations seraient susceptibles d'être abusivement exploitées
- 7- Ne signe pas de son nom ou d'un pseudonyme personnel des articles de réclame commerciale ou financière

8- Ne se rend coupable d'aucun plagiat, cite les confrères dont il reproduit, dans sa forme ou son esprit, un texte quelconque

9- Ne sollicite jamais la place d'un confrère, ne provoque jamais son renvoi en offrant de tenir sa rubrique pour une rémunération moins élevée

10- Garde, même en justice, le secret professionnel

11- N'use jamais de la liberté de la presse dans une intention intéressée

12- Responsable des informations qu'il recueille, revendique pleine liberté de les publier honnêtement ; n'admet pas qu'elles paraissent sous sa signature, si elles ont été dénaturées ; tient le scrupule à l'égard des documents et des faits, le souci de la justice envers les personnes, pour les exigences premières qu'il doit s'imposer ; quelque que soient, enfin, les circonstances, il reste dans son rôle et ne le confond pas celui du policier.

---

## annexe B-3 : La “Charte de Munich”

Voici la déclaration des devoirs et des droits des journalistes, dite “Charte de Munich”. Elle a été rédigée et approuvée à Munich, les 24 et 25 novembre 1971, et adoptée, depuis, par la Fédération internationale des journalistes (FIJ), par l’Organisation internationale des journalistes (OIJ), et par la plupart des Syndicats de journalistes d’Europe.

Le droit à l’information, à la libre expression et à la critique est une des libertés fondamentales de tout être humain.

De ce droit du public à connaître les faits et les opinions procède l’ensemble des devoirs et des droits des journalistes.

La responsabilité des journalistes vis à vis du public prime toute autre responsabilité, en particulier à l’égard de leurs employeurs et des pouvoirs publics.

La mission d’information comporte nécessairement des limites que les journalistes eux-mêmes s’imposent spontanément. Tel est l’objet de la déclaration des devoirs formulée ici

Mais ces devoirs ne peuvent être effectivement respectés dans l’exercice de la profession des journalistes que si les conditions concrètes de l’indépendance et de la dignité professionnelle sont réalisées. Tel est l’objet de la déclaration des droits qui suit.

### **Déclaration des devoirs :**

Les devoirs essentiels du journaliste dans la recherche, la rédaction et le commentaire des événements sont :

- respecter la vérité, quelles qu’en puissent être les conséquences pour lui-même, et ce, en raison du droit que le public a de connaître la vérité.
- Défendre la liberté de l’information, du commentaire et de la critique
- publier seulement les informations dont l’origine est connue ou dans le cas contraire les accompagner des réserves nécessaires ; ne pas

supprimer les informations essentielles et ne pas altérer les textes et documents.

- Ne pas user de méthodes déloyales pour obtenir des informations des photographie et des documents

- S'obliger à respecter la vie privée des personnes

- rectifier toute information publiée qui se révèle inexacte

- garder le secret professionnel et ne pas divulguer la source des informations obtenues confidentiellement

- S'interdire le plagiat, la calomnie, la diffamation et les accusations sans fondement, ainsi que de recevoir un quelconque avantage en raison de la publication ou de la suppression d'une information.

- Ne jamais confondre le métier de journaliste avec celui du publicitaire ou du propagandiste ; n'accepter aucune consigne, directe ou indirecte, des annonceurs.

- refuser toute pression et n'accepter de directive rédactionnelle que des responsables de la rédaction

Tout journaliste digne de ce nom se fait un devoir d'observer strictement les principes énoncés ci-dessus. Reconnaisant le droit en vigueur dans chaque pays, le journaliste n'accepte en matière d'honneur professionnel que la juridiction de ses pairs, à l'exclusion de toute ingérence gouvernementale ou autre

### **Déclaration des droits**

- Le journaliste revendique le libre accès à toutes les sources d'information et le droit d'enquêter librement sur tous les faits qui conditionnent la vie publique. Le secret des affaires publiques ou privées ne peut en ce cas être opposé au journaliste que par exception et en vertu de motifs clairement exprimés.

- Le journaliste a le droit de refuser toute subordination qui serait contraire à la ligne générale de l'organe d'information auquel il collabore, telle qu'elle est déterminée par écrit dans son contrat d'engagement, de même que toute subordination qui ne serait clairement impliquée par cette ligne générale



- Le journalisme ne peut-être contraint à accomplir un acte professionnel ou à exprimer une opinion qui serait contraire à sa conviction ou à sa conscience.
- L'équipe rédactionnelle doit être obligatoirement informée de toute décision importante de nature à affecter la vie de l'entreprise. Elle doit être au moins consultée, avant toute décision définitive, sur toute mesure intéressant la composition de la rédaction : embauche, licenciement, mutation et promotion des journalistes.
- En considération de sa fonction et de ses responsabilités, le journaliste a droit non seulement au bénéfice des conventions collectives, mais aussi à un contrat personnel assurant la sécurité matérielle et morale de son travail ainsi qu'à une rémunération correspondant au rôle social qui est le sien, et suffisante pour garantir son indépendance économique.