



**HAL**  
open science

## Un journalisme de ‘luxe’

Isabelle Charpentier, Emmanuel Pierru

► **To cite this version:**

Isabelle Charpentier, Emmanuel Pierru. Un journalisme de ‘luxe’ : Les logiques spécifiques de production d’une ‘information internationale’ au sein de la rédaction de la chaîne de télévision francophone internationale TV5. Ivan Chupin et Jérémie Nollet. Journalismes et dépendances, L’Harmattan, pp.213-237, 2006, Collection “ Les Cahiers politiques ”, 2-296-00714-7. hal-03689070

**HAL Id: hal-03689070**

**<https://hal-u-picardie.archives-ouvertes.fr/hal-03689070>**

Submitted on 6 Jun 2022

**HAL** is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L’archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d’enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.



Distributed under a Creative Commons Attribution - NonCommercial - NoDerivatives | 4.0 International License

Article paru dans : Chupin (Ivan), Nollet (Jérémie) [dir.], *Journalisme & dépendances*, Paris, L'Harmattan, coll. « Les Cahiers politiques du CREDEP », 2006, pp. 213-237.

**UN JOURNALISME DE « LUXE »  
- LES LOGIQUES SPECIFIQUES DE PRODUCTION DE L'« INFORMATION  
INTERNATIONALE » AU SEIN DE LA REDACTION DE TV5 -**

**Isabelle CHARPENTIER**  
CARPO et CSE/Université Versailles-Saint-Quentin-en-Yvelines  
**et Emmanuel PIERRU**  
CERAPS/Université Lille II

Née à Paris en 1984, employant actuellement 200 salariés permanents, TV5 est le fruit de la coopération entre, d'une part, le secteur audiovisuel public français (France Télévisions, actionnaire majoritaire, Arte France, France 5 - deux chaînes avec lesquelles TV5 est souvent confondue -, R.F.O.-A.I.T.V., la SOFIRAD et l'I.N.A.) et, d'autre part, les chaînes publiques francophones suisse romande et belge (T.S.R. et R.T.B.F.), ainsi qu'un consortium de télévisions et radios publiques québécoises et canadiennes. Ces sociétés participent au capital et à l'action de TV5, en lui fournissant des fonds et des programmes, dont des journaux télévisés. Les partenaires français, prééminents dans le montage, représentent 79.3 % du capital de TV5, dont le financement transite essentiellement par le Ministère des Affaires Etrangères. Les chaînes françaises fournissent 75 % des programmes que TV5 diffuse. Présentée par l'autorité de tutelle comme l'un des pôles de la réorganisation de la politique télévisuelle extérieure du pays (le second étant C.F.I.) et comme la « vitrine » de l'audiovisuel français dans un cadre multilatéral francophone, elle est chargée à ce titre de promouvoir une francophonie « plurielle » dans le monde. Depuis 1999, la numérisation *high-tech* des moyens de diffusion permet de décliner un réseau mondial unique en 8 signaux régionaux spécifiques, dont 7 conçus et diffusés depuis le siège social de la rue Cognacq-Jay à Paris à destination de la France<sup>1</sup>-Belgique-Suisse, l'Europe non francophone, l'Afrique, l'Asie-Pacifique, l'Orient, l'Amérique Latine, les Etats-Unis, auxquels s'ajoute le signal Québec-Canada, diffusé depuis Montréal. Troisième réseau international de diffusion après 2 grands *networks* américains (M.T.V. et C.N.N. International)<sup>2</sup>, la chaîne est actuellement diffusée 24 heures sur 24, par câble et satellite, dans 203 pays et territoires, auprès d'environ 160 millions de foyers (contre seulement 15 millions en 1990), soit un potentiel de près de 600 millions de téléspectateurs en termes d'initialisation.

Première chaîne publique généraliste mondiale de langue française, faisant la part belle à l'information, TV5 apparaît délogée de la plupart des logiques économiques et commerciales qui structurent pourtant très fortement un champ journalistique audiovisuel de plus en plus concurrentiel. En ce sens, elle occupe une position tout à fait marginale, tant par rapport aux autres chaînes généralistes, qu'elles soient publiques comme elle ou *a fortiori* privées, qu'aux chaînes thématiques spécialisées dans l'information en continu. Ce cas limite, exorbitant au regard des contraintes multiples qui pèsent traditionnellement sur les autres chaînes et sur leurs journalistes, permet de raisonner en creux sur ces dernières et les effets pluriels qu'elles produisent.

Réalisée entre octobre 2002 et mars 2003, l'étude se fonde sur des analyses documentaires diverses<sup>3</sup>, une série d'entretiens avec plusieurs journalistes de la rédaction et de la direction de l'information occupant des responsabilités variées, enfin sur des visionnages et des observations ethnographiques de l'édition des J.T. Elle vise à articuler plusieurs questionnements : selon quelles logiques les journalistes de TV5 produisent-ils une « information internationale » ? Qu'est-ce qui, au-delà des ressemblances (le type d'information traitée, un

---

<sup>1</sup> Selon la dernière enquête *Mediacabsat-Médiamétrie* de 2005, présente dans 98 % des foyers métropolitains recevant plus de 15 chaînes, TV5 est la première chaîne du câble et du satellite française *en terme d'initialisation*. Elle occupe la troisième position *en terme d'audience*, avec 7 millions de téléspectateurs qui la regardent au moins une fois dans la semaine (+ 17 % en un an). Sous ces deux aspects, TV5, qui constitue pourtant essentiellement pour le public français une chaîne de rediffusion des programmes des chaînes françaises partenaires, progresse régulièrement, malgré une offre télévisuelle toujours plus concurrentielle.

<sup>2</sup> *En terme d'initialisation*, l'Europe demeure le principal bassin de réception de la chaîne, avec 89.2 millions de foyers desservis, contre 29.2 millions en Asie, 22.3 millions sur le continent américain, 13 millions au Maghreb et en Orient, 10.8 millions en Afrique. Toutefois, de forts contrastes de pénétration persistent selon les aires géographiques de diffusion, variant de 25 % (Asie) à 100 % (Afrique) : ainsi, sur la zone Afrique-Orient, TV5 apparaît-elle en position de *leader* devant les autres chaînes internationales : 23.8 millions de foyers reçoivent la chaîne, contre 9.6 millions pour B.B.C. World et 9 millions pour C.N.N.I. Source : H.P.C.I., Taylor Nelson Sofres, Immar 2003.

<sup>3</sup> Communiqués et dossiers de presse, articles dans la presse professionnelle ou généraliste, site *web* de la chaîne, budgets, grilles de programmes, mesures d'audience, documents internes tels que les enquêtes du service Etude ou Courrier des téléspectateurs...

journalisme « assis et polyvalent »<sup>4</sup>, un travail de recyclage de sujets et d'images produits par les chaînes partenaires), les distingue très nettement des journalistes d'une autre chaîne internationale, « toute info » celle-là, Euronews<sup>5</sup> ? Dans quelle mesure et jusqu'à quel point leur statut professionnel privilégié, « affranchi » des principales contraintes (institutionnelles, politiques, commerciales...) qui pèsent ordinairement sur leurs confrères de la presse télévisuelle, couplé à une vision spécifique de leurs publics potentiels, influence-t-il les représentations distinctives qu'ils se font de leur métier, les conditions objectives de son exercice, les pratiques professionnelles concrètes, la construction du contenu rédactionnel des J.T. qu'ils produisent ?

### ***Entre logique du flou et sens pratique : les modalités spécifiques de production d'une « information internationale »***

La création de journaux télévisés, puis de magazines politiques produits en propre par la rédaction parisienne de TV5 n'était absolument pas prévue dans le cahier des charges que s'étaient fixés les différents partenaires lors de la création de la chaîne en 1984, alors que ce secteur s'est développé très fortement, jusqu'à constituer, depuis la refonte générale de la grille des programmes à partir de 2003, l'essentiel des productions propres.

### ***D'une logique « artisanale » à la professionnalisation : l'ascension de l'information au sein de la chaîne***

En 1984, la rédaction de l'information ne comptait que 2 membres dont la seule fonction se résumait à assurer la rediffusion des journaux des chaînes partenaires, en les « recalibrant » si nécessaire en terme de format.

La rédaction, soutenue par le Ministère des Affaires Etrangères français, a commencé à produire de manière « artisanale », en « bricolant »<sup>6</sup>, 2 journaux propres par jour. « Véritable colonne vertébrale de la programmation depuis 2002 »<sup>7</sup>, leur nombre a progressivement augmenté, pour atteindre 12 rendez-vous quotidiens aujourd'hui (si l'on ne compte que les J.T. et les flashes de la rédaction diffusés simultanément sur tous les signaux - hors Canada -, plus d'une trentaine tous programmes d'information confondus, rediffusés ou produits en propre), ce qui constitue un véritable record pour une chaîne qui se présente avant tout comme généraliste. L'information, érigée en « axe stratégique prioritaire » de développement de TV5 par Serge Adda, P.D.G. de la chaîne de fin 2001 à 2004, déjà largement soutenue depuis 1998 par son prédécesseur Jean Stock<sup>8</sup>, tient donc dorénavant une place de choix dans la programmation - dont le site *web* de la chaîne précise explicitement depuis 2004 qu'elle est « construite autour de l'information » -, voire exorbitante avec plus du tiers du temps d'antenne.

Par contrat, TV5 propose en effet quotidiennement la rediffusion en léger différé des 4 principaux J.T. des chaînes partenaires (Radio Canada, R.T.B.F., France 2, T.S.R.), éventuellement raccourcis par deux journalistes spécialisés dans cette tâche, en vue de respecter les créneaux horaires de la grille de programmation, beaucoup plus contraignante que dans d'autres chaînes en raison de la pluralité des signaux régionaux. Mais TV5 réalise aussi des produits d'information « maison » : il s'agit, depuis mars 2003, de 8 (et non plus 6) J.T. quotidiens plus

---

<sup>4</sup> BAISNEE Olivier, MARCHETTI Dominique, « L'économie de l'information en continu - A propos des conditions de production dans les chaînes d'information en général et à Euronews en particulier », *Réseaux*, n° 114, 2002. Merci à Brigitte Le Grignou, Jérémie Nollet et Ivan Chupin pour leurs suggestions sur des versions antérieures de ce texte.

<sup>5</sup> BAISNEE Olivier, MARCHETTI Dominique, « Euronews, un laboratoire de production de l'information 'européenne' », *Cultures et conflits*, n° 38-39, 2001 et « La production de l'information 'européenne' - L'exemple de la chaîne pan-européenne d'information Euronews », in MARCHETTI Dominique (dir.), *En quête d'Europe - Médias européens et médiatisation de l'Europe*, Rennes, P.U.R., 2004.

<sup>6</sup> Liés à l'histoire de la rédaction, les termes d'« artisanat » et de « bricolage », qui reviennent souvent en entretiens, apparaissent fortement valorisés par les journalistes de la chaîne, en particulier les plus anciens.

<sup>7</sup> Dossier de presse 2004 de la chaîne.

<sup>8</sup> En 1998, la nomination de Jean Stock, « *self-made man* » venu de la télévision privée (Havas), qui a rejoint à la fin de son mandat la Présidence de l'Union Européenne de Radio-télévision, a pourtant marqué une exception dans le recrutement des P.D.G. - tous français - de la chaîne. En ce sens, l'arrivée, en 2001, de Serge Adda à la tête de TV5 Monde constitue plutôt un retour au précédent profil des dirigeants, marqué par une carrière antérieure dans le secteur public : économiste de formation, enseignant-chercheur dans des établissements supérieurs publics ou privés, il a été consultant auprès d'organisations des Nations Unies, avant d'intégrer la direction de Canal + Horizons, puis le cabinet de la présidence de Canal Plus. Décédé en 2004, il a été remplacé en 2005 par l'ancien Ministre de la Culture et de la Communication Jean-Jacques Aillagon. Ayant exercé des responsabilités diverses dans le secteur culturel (Ecole Nationale Supérieure des Beaux-Arts, Ville de Paris, Centre Pompidou), le conseiller régional de Lorraine ne dispose d'aucune expérience spécifique dans le secteur télévisuel.

Il convient surtout de souligner le maintien en poste - en dépit de 4 changements de P.D.G. - d'une figure clé de la chaîne, sa Directrice Générale depuis 1997, Marie-Christine Saragosse. Cette énarque de 45 ans, diplômée de l'I.E.P. de Paris et titulaire d'un D.E.A. d'Economie de l'E.H.E.S.S., est spécialiste des questions relatives à l'audiovisuel public et à l'action audiovisuelle extérieure de la France. Rapporteur du groupe de réflexion sur les moyens et méthodes de gestion des sociétés publiques dans le cadre de la concertation sur l'avenir du secteur audiovisuel public (1988-1989), elle est nommée en 1991 Conseillère Technique pour les questions audiovisuelles internationales auprès du Cabinet du Ministre Délégué à la Francophonie, puis du Secrétaire d'Etat à la Francophonie et aux Relations Culturelles Extérieures. Avant d'intégrer TV5 où elle assure concrètement depuis 1997 la continuité des dossiers, elle a occupé plusieurs fonctions d'encadrement à la Direction de l'Action Audiovisuelle Extérieure du Ministère des Affaires Etrangères.

longs, de 12 à 26 minutes (*TV5 Le Journal*), édités et présentés en direct à heures rondes et en français par des journalistes de la rédaction, auxquels s'ajoute *TV5 Le Journal Afrique* (12 minutes), réalisé par les mêmes équipes. Centrés, à l'instar de tous les produits d'information de TV5, sur l'actualité internationale, ils sont produits par la rédaction à 80 % sur la base des sujets diffusés dans les journaux des chaînes partenaires, souvent remontés pour tenir compte du format, mais aussi grâce aux images retravaillées de la banque européenne d'images E.V.N. - 15 % - ou à celles dorénavant archivées par le récent service de documentation. Ces images, commentées par les journalistes de la rédaction, alimentent les sujets propres. De manière résiduelle (5 %), des reportages sont également tournés par un *cameraman* accompagné d'un rédacteur en chef, puis montés et commentés au sein de la rédaction (couverture de certains déplacements extérieurs du Ministre des Affaires Etrangères français, celle de grandes manifestations ou expositions parisiennes ou encore de festivals dont la chaîne est partenaire). Non fixée préalablement par contrat, l'utilisation de ces 2 derniers supports tend à augmenter depuis 6 ans, même si elle demeure budgétairement contrainte. En outre, des inserts téléphoniques et la présence d'invités en plateau se multiplient, tandis que des duplex viennent étayer de manière réactive le dispositif de plus en plus professionnalisé des principaux bulletins d'information de la rédaction.

Autre nouveau produit propre, 4 flashs quotidiens d'information « tout en images » de 2 minutes 30, les *TV5 Info*. Enfin, contrairement à Euronews qui privilégie nettement la partie « *hot news* », TV5 a choisi de produire de plus en plus des magazines d'actualité politique, quotidien (*TV5 L'Invité*), hebdomadaire (*Kiosque*, rassemblant sous la houlette du Directeur Général de l'Information des correspondants de la presse étrangère en poste à Paris), mensuel (*Une fois par mois*, magazine de géopolitique) ou plus exceptionnels<sup>9</sup>.

Cette augmentation exponentielle de l'offre d'informations propres, couplée à la numérisation de la chaîne en 1999, a marqué la fin du système « artisanal » qui prévalait jusqu'à lors ; elle n'a été rendue possible qu'avec le renforcement et la professionnalisation de l'équipe rédactionnelle, s'étoffant progressivement d'une petite dizaine de journalistes en 1995 à près d'une quarantaine de statutaires et une cinquantaine de pigistes aujourd'hui, dont 10 à 15 très réguliers, potentiellement « titularisables ».

« *L'actualité internationale* » : un objet labile, une cohérence éditoriale bricolée

La principale contrainte objective qui pèse sur les journalistes de TV5 apparaît liée aux sources, externes. A l'instar de ceux d'Euronews, ils sont en effet très largement tributaires des choix d'images et des sujets des journaux des chaînes partenaires, ce qui, compte tenu du caractère résiduel des reportages propres, limite toute logique du *scoop*, *i.e.* la diffusion d'une information exclusive, pratique souvent considérée comme un critère d'excellence professionnelle et personnelle. Mais les journalistes de TV5, qui tendent objectivement à s'éloigner de cette définition dominante valorisée du métier, ne semblent pourtant souffrir d'aucun complexe. Ils parviennent même à faire de nécessité vertu, en affirmant régulièrement en entretien, de manière *a priori* contre-intuitive, une identité et une compétence professionnelles fortes, distinctes positivement de celles des journalistes des autres chaînes généralistes ou *a fortiori* d'information continue. Le fait de reprendre en les retraçant les E.V.N. et/ou les sujets des J.T. des chaînes partenaires leur laisse une autonomie, très largement revendiquée, dans la construction, complexe à définir, d'un - improbable - « point de vue francophone » sur l'actualité internationale, *i.e.* « sans avoir une vision euro-péo-centrée ni même occidentale », comme le précise un journaliste (entré à TV5 en 1999), en intégrant par exemple les visions africaines, mais aussi se distinguant du modèle anglo-saxon dominant. Ces journalistes « assis », sédentaires (la plupart ne quitte jamais leur bureau pour aller sur le terrain) et polyvalents, spécialisés dans le général le plus valorisé qui soit dans les hiérarchies internes de la profession journalistique - et ce, même si elle tend à voir sa part se réduire dans l'espace rédactionnel des J.T. des chaînes généralistes -, l'information internationale, essentiellement politique, peuvent défendre la définition la plus noble et la plus légitime du métier, et les qualités qui y sont liées. Objectivité, distanciation, « très bonne culture générale, avec un prisme international et multiculturel », « sans vision occidental-ethnocentrique ou européen-centriste des choses », « curiosité intellectuelle », « ouverture sur le monde » sont des catégories qui reviennent ainsi dans tous les entretiens réalisés, même si le modèle le plus prestigieux demeure *in fine* celui du grand reportage ou du journalisme d'investigation, inaccessible faute de moyens financiers<sup>10</sup>.

Le seul critère objectif qui semble présider au choix et à la hiérarchisation des sujets compte tenu de la vocation mondiale de la chaîne demeure donc le caractère international de l'information. Cet impératif entraîne l'éviction des actualités considérées comme « de proximité », locales ou régionales d'un pays<sup>11</sup>, les informations franco-

---

<sup>9</sup> Par exemple lors des attentats du 11 septembre 2001 aux Etats-Unis, de la campagne pour l'élection présidentielle de 2002 en France ou de l'élargissement en 2004 de l'Union européenne, où une émission spéciale de 24 heures a été tournée en direct des capitales entrantes.

<sup>10</sup> Tandis que le modèle le plus dévalué est celui du « journaliste de FR3 Lorraine »... (entretien).

<sup>11</sup> Cette identité internationale de l'information sur TV5 apparaît parfaitement cohérente avec ce que l'on sait de la structuration sociale des préférences en matière d'information : les plus attachés à l'information internationale sont précisément les plus diplômés, qui occupent les positions sociales les plus hautes (cadres et professions intellectuelles supérieures), et les plus politisés. Les publics d'une information exclusivement « locale » présentant des propriétés sociales diamétralement opposées, l'antinomie entre information internationale et

françaises, belgo-belges, etc. Les journalistes de la rédaction estiment en outre que les téléspectateurs éventuellement intéressés (notamment les expatriés qui souhaitent avoir des nouvelles de leur pays d'origine) les retrouveront dans les J.T. nationaux des partenaires que TV5 rediffuse. Car il s'agit en effet de ne pas être redondant avec ces derniers, en apportant clairement une « valeur ajoutée pour ne pas devenir une chaîne micro-ondes », ironise un journaliste (à TV5 depuis 1999). En l'espèce, le caractère exclusivement international de l'information éditée, son « objectivité » et parfois « l'originalité » de l'angle de traitement sont censés remplir cet objectif : « on ne se contente plus d'être seulement ce qui était la vocation première de TV5, c'est-à-dire une chaîne de rediffusion du travail des autres. Aujourd'hui, la richesse des journaux de TV5, c'est de pas ressembler aux journaux des chaînes nationales en général et partenaires en particulier, en agençant par exemple autrement leurs sujets ou en parlant d'événements dont elles ne parlent pas ou peu », nous dira-t-on en entretien. Un exemple illustre bien cette affirmation d'une identité propre. Lorsqu'un sujet d'actualité politique française a une dimension internationale (il intéresse peu dans les autres cas), les responsables d'édition et les rédacteurs en chef/présentateurs choisissent de rediffuser plutôt le sujet élaboré sur le thème par les télévisions partenaires belge, suisse ou québécoise, considérées en outre *a priori* comme « plus distanciées et synthétiques par rapport à l'événement », plutôt que celui réalisé par une chaîne de France-Télévisions. Cet exemple, caractéristique de la hauteur de vue et de la distance valorisées par les journalistes de TV5, qui disent souvent privilégier « les regards croisés dans le traitement de l'information », illustre aussi leur préoccupation « pédagogique ». En effet, dans un sujet français, le commentateur évoque les déplacements extérieurs de Jacques Chirac, mais non du Président français Jacques Chirac, ne précise pas la signification du sigle U.M.P., ne spécifie pas la situation géographique de Marseille..., au contraire de ce que font systématiquement les rédactions étrangères, conscientes que leur public national ne possède pas d'évidence ces éléments d'information. De manière générale donc, « le regard étranger sur l'actualité française nous intéresse plus que le regard national, ça, c'est évident », confirme une journaliste présentatrice (entrée à TV5 en 1997).

Ce souci de pédagogie se retrouve en dénivelée : l'information internationale, déjà tendanciellement réduite dans les J.T. des chaînes partenaires et *a fortiori* encore moins traitée quand elle concerne un « petit pays », *i.e.* considéré comme mineur géopolitiquement ou économiquement, est au contraire couverte de façon distinctive par la rédaction de TV5 sur plusieurs jours, en ayant recours aux E.V.N. disponibles si les chaînes partenaires n'abordent pas ou peu le thème. Le traitement et le suivi d'une information internationale considérée comme mineure par les rédactions des autres chaînes sont ainsi privilégiés par celle de TV5, même si pour les journalistes, cette attention portée à l'événement dans leur J.T. ne dispense pas de la lecture approfondie et régulière de la presse écrite si le téléspectateur souhaite appréhender les enjeux du problème international dans leur complexité. Le J.T. constitue ainsi un produit d'appel, une invitation à se documenter pour « aller plus loin » : « Moi, j'essaie de donner des billes au plus grand nombre pour qu'ils puissent comprendre ce qui se passe en dehors de leur pays, les conflits, les crises politiques, la montée des intégrismes religieux, de donner un regard qui ne soit pas qu'ethnocentré. C'est ce qui m'intéressait en voulant devenir journaliste, on peut apprendre des choses aux gens parce que c'est pas leur univers habituel. On a cet avantage, nous à TV5, de ne pas être assujéti à une info nationale, à pouvoir prendre de la distance et de la hauteur, avec une info internationale, plus globale. Mais avec les limites du genre, faut pas être dupe, en télé, sur un sujet d'une minute 30, même si tu le suis pendant 2 ou 3 jours, tu sais que c'est limité, avec des angles très serrés, donc ça ne peut être qu'une entrée, la télé, un appel du pied. Par exemple, si tu lisais pas *Le Monde*, tu ne pouvais pas, rien qu'en regardant les journaux télé, comprendre ce qui se passait dans un pays comme au Liban, c'était beaucoup trop complexe. Tu peux pas t'y retrouver en ayant juste une version même au jour le jour d'un fait. La télé en *hot news* n'est là que pour parler de quelque chose qu'est dans l'actu brûlante, même si nous, compte tenu de notre statut, on essaie de prendre plus de recul que les autres chaînes, on a cet avantage de pouvoir suivre beaucoup plus régulièrement ce qui se passe, y compris en Afrique, les autres chaînes en parlent une fois tous les six mois », affirme ainsi une responsable d'édition (entrée à TV5 en 1995).

Les journalistes éprouvent toutefois quelque difficulté à rendre compte de la construction d'une ligne éditoriale homogène. La sélection et la hiérarchisation concrètes des sujets des J.T. résultent d'une négociation rapide (10 à 15 minutes) entre le responsable d'édition et le présentateur, parfois aussi rédacteur en chef (adjoint) et/ou directeur-adjoint de l'information, alors supérieur hiérarchique de l'éditeur, mais recherchant le « compromis » et y parvenant « de manière assez souple, évidente, sans qu'il soit besoin de négocier dans 99.9 % des cas », estime une responsable d'édition (à TV5 depuis 1995). En fait, un « canevas » plus ou moins informel, qu'a en tête

---

information locale renvoie à des hiérarchies sociales, que les journalistes de TV5 anticipent très bien, entre les *views* et les *news* ou, pour le dire autrement, entre le « distingué » et le « vulgaire ». Pour une analyse plus large des rapports sociaux à l'information, voir PIERRU Emmanuel, « Effets politiques des médias » et sociologie prophétique - Pour une sociologie des rapports ordinaires à l'information politique », in LEGAVRE Jean-Baptiste (dir.), *La Presse écrite - Objets délaissés*, Paris, L'Harmattan, 2004, p. 289-313. Pour un point de vue d'ensemble sur la réception de l'information, voir LE GRIGNOU Brigitte, *Du côté du public. Usages et réceptions de la télévision*, Paris, Economica, 2003, chapitre XII.

chaque journaliste, existe et est suivi. En fonction de l'actualité, le journal s'ouvre en général sur 4 à 8 informations de politique internationale considérées comme « importantes », que le présentateur introduit en plateau avant le lancement des sujets. Contrairement à ce que connaissent les journalistes d'Euronews, qui diffuse, il est vrai, une information en continu, le présentateur ne travaille pas dans l'urgence : après la transaction avec le responsable d'édition et, éventuellement, le rédacteur en chef, il dispose en moyenne d'une à 2 heures pour rédiger ses propres commentaires avant le début du journal, un prompteur l'assistant lors de la présentation. Ces premiers sujets sont suivis d'un « train de brèves », soit 3 informations rapides en images, commentées en *off* par un autre journaliste de la rédaction - dit « soutien rédac' » - souvent pigiste, mais qui, en tout état de cause, n'est jamais le présentateur du J.T. lui-même. La division accentuée du travail évite tout sentiment de stress ou d'urgence, même si le rythme accru de diffusion des journaux implique des réactualisations de plus en plus fréquentes. Si l'actualité internationale est considérée comme particulièrement riche, le train de brèves est composé de 3 informations internationales importantes, mais « moins » que les premières ; dans ce cas, il est diffusé rapidement après les sujets d'ouverture. Si l'actualité internationale est jugée plutôt « creuse », le train de brèves comporte 3 sujets en images qui auraient pu constituer des sujets « de fin », mais il est alors diffusé plus tardivement dans le journal. En la matière, aucune règle n'est donc fixée par avance. Tout dépend de l'actualité, de son évaluation par le couple (ou trio) clé formé par le responsable d'édition, le journaliste présentateur et/ou rédacteur en chef - puisqu'il peut s'agir d'une seule et même personne -, mais aussi de leurs subjectivités respectives, comme le laisse entendre un présentateur, en l'espèce aussi rédacteur en chef (à TV5 depuis 1999) : « Le chef d'édition fait un boulot d'alerte, de visionnage des journaux des chaînes partenaires et il engage la discussion avec le présentateur et/ou le rédacteur en chef, puisque c'est lui qui assume la ligne éditoriale de son journal. Dans une chaîne comme TV5, la culture d'entreprise est telle que... vous voyez bien dans quel environnement vous travaillez... ça se fait de manière assez souple et très informelle, globalement, on a quand même la même vision des choses et on n'est contraint que par les sources... on fait des choix et une hiérarchie de l'information en fonction des critères TV5... Les critères, c'est un peu vague, c'est l'actualité internationale, dans tous ses aspects, politiques d'abord en lancement, ensuite un train de brèves, c'est-à-dire 3 informations, souvent pas traitées par les chaînes partenaires, mais dont on a reçu des images en E.V.N. et qu'on a retravaillées, qui parfois permettent aussi de réactualiser un événement qui a déjà été traité souvent en sujet par exemple par France-Télévisions dans la journée et qui, le lendemain, sera oublié ; dans ce cas-là, nous, on réactualise, on le traite même vite dans le train de brèves, pour assurer une sorte de suivi de l'information. Et puis après, y'a un ou deux sujets *soft news* plus culturels et artistiques ou sportifs à la fin », toujours à dimension internationale.

En principe, la communauté de vue tacite entre présentateurs/rédacteurs en chef et responsables d'édition entraîne donc un accord rapide quant à ce qu'il faut montrer et dans quel ordre. Routines professionnelles et sens pratique se conjuguent. Le faible *turn-over* au sein de l'équipe rédactionnelle (cf. *infra*) favorise en outre l'émergence d'un tel consensus, fondé sur une « culture d'entreprise » spécifique, et permet souvent de donner de fait une cohérence éditoriale à l'ensemble des produits d'information de la chaîne. Les journalistes plus anciens transmettent progressivement aux nouveaux « l'esprit maison » et le processus est celui du « *learning by doing* ». Une responsable d'édition (à TV5 depuis 1995) souligne ainsi « l'absence d'obligation de résultats très vite et de sanctions immédiates, le temps qu'on laisse aux gens pour faire leurs preuves, pour s'installer et prendre de la bouteille, même si au début, c'est pas parfait, la chaîne te laisse la possibilité de t'exercer et de persévérer ». Même si cet aspect est devenu moins saillant à mesure de la professionnalisation accrue des équipes rédactionnelles (cf. *infra*), il est fait référence ici au temps laissé aux journalistes nouvellement recrutés pour assimiler le « ton TV5 » et, plus globalement, pour leur apprentissage, en particulier des différents supports techniques ou encore pour apprendre à présenter ou à poser leur voix lors d'un commentaire sur un sujet ou un train de brèves, temps d'apprentissage inconcevable sur d'autres chaînes, telle Euronews, où productivité et rentabilité immédiates sont de mise.

### ***Des journalistes affranchis, des contraintes réversibles et souples : les conditions de possibilité de la valorisation d'une représentation noble du métier***

Compte tenu des logiques concurrentielles toujours plus intenses qui structurent le champ journalistique audiovisuel, mettre en avant de telles représentations distinctives du métier de journaliste suppose évidemment des conditions singulières de possibilité, dont le statut favorable des collaborateurs de la rédaction de TV5 constitue l'un des aspects.

#### *Un statut privilégié*

On l'a dit, la montée en puissance et la technicisation de l'information au sein de la chaîne ont d'abord entraîné une professionnalisation du recrutement de l'équipe rédactionnelle progressivement étoffée. Comptant pratiquement autant d'hommes que de femmes, plutôt jeunes (une majorité a moins de 40 ans), les journalistes de TV5 sont de nationalités francophones diverses (français principalement, mais aussi belges, canadiens ou du

continent africain...). En l'absence de renseignements précis fournis par le service des ressources humaines, les données éparpillées que nous avons pu recueillir sur leurs profils semblent montrer qu'ils sont aussi d'origines sociales variées : « héritiers » plus culturels qu'économiques, en reconversion que l'on pourrait qualifier d'horizontale (parents enseignants du supérieur, hauts fonctionnaires européens ou internationaux, professions libérales médicales ou juridiques) pour certains, « déclassés par le haut » souvent issus de familles de petits artisans, commerçants ou employés pour d'autres. Si certains sont titulaires d'un bac + 5, avec un diplôme universitaire en lien ou non avec le journalisme (science politique, droit, sociologie, histoire...) et/ou d'un diplôme de journalisme français ou étranger (souvent) côté, d'autres sont simples bacheliers mais se prévalent d'une expérience professionnelle importante, dans des médias divers et/ou considérés comme des « valeurs sûres » en matière d'apprentissage : ils ont fait un passage (et/ou continuent encore à travailler pour les multi-pigistes) dans des chaînes ou radios - partenaires - françaises ou étrangères de service public, spécialisées ou non dans le traitement de l'information internationale (R.T.B.F., France 2, France 3, France 5, Arte, A.I.T.V.-R.F.O., R.F.I...) et/ou disposaient déjà, avant leur entrée dans la chaîne, d'une connaissance de ce dernier (I<Télé, L.C.I., R.T.L...), ou bien ont acquis une expérience polyvalente (autre critère particulièrement valorisé au sein de la rédaction), par exemple dans des télévisions locales. De manière générale, la tendance est nettement à la professionnalisation : plus aucun pigiste non titulaire d'un diplôme de journalisme et/ou d'une expérience en presse essentiellement audiovisuelle ou radiophonique n'est actuellement recruté.

Nonobstant ces différences dans leurs trajectoires scolaires et professionnelles antérieures, tous les journalistes de TV5, permanents titulaires bien sûr, mais aussi, quoique dans une moindre mesure, plus précaires professionnellement comme les pigistes, jouissent d'un statut professionnel privilégié et de conditions objectives de travail favorables, parfaitement inhabituels au sein de la presse audiovisuelle.

S'éloignant nettement des journalistes d'Euronews<sup>12</sup>, ils sont d'abord nombreux à bénéficier d'un contrat à durée indéterminée, même si au sein de la rédaction et à des niveaux hiérarchiques divers, on trouve aussi des pigistes, exclusifs ou non, qui participent directement à la réalisation des journaux de la chaîne. Ces derniers obtiennent au bout d'un temps court presque tous les avantages des statutaires, y compris en terme de primes. Sur les postes techniques, la direction a recours à deux catégories de personnels : les premiers (truquistes, monteurs, son, synthé...), essentiellement employés en régie, sont des personnels non précaires de la société Cognacq-Jay Images, prestataire de services variés pour la chaîne (mise à disposition de bâtiments, de matériels et de personnels) ; les seconds, auxquels TV5 a fait plus récemment appel, surtout en matière de montage, ont un statut d'intermittents du spectacle.

Si les intégrations de pigistes n'étaient pas rares et souvent rapides (moins de 2 ans) - y compris à des niveaux élevés de la hiérarchie interne - au milieu des années 1990, elles sont moins fréquentes actuellement (même si elles ont loin d'avoir disparu) et peuvent prendre plus de temps. Traditionnellement, de telles intégrations sont rétroactives en terme de salaires, par ailleurs beaucoup plus élevés (à l'instar des primes et indemnités diverses) et plus fréquemment augmentés que dans les autres chaînes. Pour les salariés permanents, les espoirs de promotion rapide apparaissent également fondés - même si les perspectives se sont un peu réduites ces dernières années -, quelque soit l'âge des journalistes concernés. Par exemple, dans la décennie 1990 au moins, on passait aisément de journaliste spécialisé à chef puis responsable d'édition en quelques années, pour obtenir ce dernier statut avant 35 ans. Les titres de responsabilité sont par ailleurs nombreux (un directeur général de l'information, trois directeurs-adjoints, un secrétaire général, une demi-douzaine de rédacteurs en chef et autant de responsables d'édition) et cumulables. Par exemple, un journaliste éditeur ou présentateur peut également détenir (ou non) le titre de rédacteur en chef. Cette dernière fonction peut aussi constituer un titre unique ou être couplée à celle de directeur-adjoint de l'information.

Au niveau de l'emploi du temps, les journalistes travaillent par équipes et en rotation. En règle générale, certains titulaires ne sont présents que le week-end, d'autres en semaine. En période normale, ces derniers alternent une semaine où ils travaillent du lundi au jeudi, en principe - les horaires pouvant varier selon les catégories de personnel - de 6h30 à 14h30, suivie d'une autre où ils occupent la tranche horaire d'information considérée comme la plus « noble », parce que plus « visible », de 14h30 à 22h30, enfin deux semaines de nuit par mois, où les journalistes travaillent 3 jours de 22h30 à 6h30. Toutefois, contrairement aux journalistes d'Euronews, qui comparent souvent leur chaîne à une « usine », ceux de TV5 ne « pointent » pas. La souplesse est constamment valorisée. Le rythme de production est aussi, par définition, beaucoup moins intense que dans une chaîne d'information continue et le travail dans l'urgence rare. Seuls les événements exceptionnels amènent la rédaction de TV5 à mettre davantage l'accent sur la « réactivité », consubstantielle aux chaînes « tout info » - ainsi, lors des attentats du 11 septembre, les journalistes ont gardé l'antenne en continu pendant 36 heures.

Dans de telles conditions, et contrairement une nouvelle fois aux journalistes d'Euronews, en permanence sous pression, stressés, producteurs tayloriens d'informations sur un temps court, et qui souhaitent souvent quitter la chaîne « tremplin » dès que possible, le *turn-over* au sein de la rédaction de TV5 est très faible, ce qui favorise par ailleurs l'ancrage d'une « culture d'entreprise » forte, et le développement rapide de routines professionnelles. Dans cet environnement, les journalistes s'estiment « privilégiés » pour la plupart (le terme revient très souvent en

---

<sup>12</sup> BAISNEE Olivier, MARCHETTI Dominique, « L'économie de l'information en continu », art. cité.

entretiens) par rapport à leurs confrères des autres chaînes, et ce à tous niveaux, et n'ont aucune envie de partir. « T'as plein de bonnes raisons de rester : on te fait pas chier, t'es bien payé, tu peux grimper dans les échelons très rapidement, même quand t'es à la pige, t'es sur autre chose que des micro-événements nationaux, de l'actu locale, t'es sur une actu mondiale, donc au niveau intellectuel, c'est un avantage, t'as une bonne marge de manœuvre, plus grande en tout cas que sur la plupart des autres chaînes, t'as pas de contrainte d'audimat », résume ainsi, parmi d'autres, une journaliste présentatrice (entrée à TV5 en 1997).

Car à ces avantages statutaires et matériels s'en ajoutent en effet d'autres, liés au style de management de la rédaction, ainsi qu'à l'environnement politique et commercial singulier de la chaîne, qui confortent les journalistes dans leur sentiment d'exercer leur métier dans des conditions tout à fait privilégiées.

### *Une hiérarchie diluée, le desserrement des contraintes institutionnelles et politiques, économiques et commerciales*

L'absence de pression hiérarchique se décline à plusieurs niveaux. D'abord, le travail des équipes en rotation entraîne le roulement régulier des présentateurs des J.T., ce qui, couplé à l'absence de mesure d'audimat (cf. *infra*), tend à limiter en pratique leur éventuelle « vedettisation » et les concurrences qu'elle est susceptible d'engendrer. En outre, le type de management de la direction, caractérisé par l'éclatement et une très grande souplesse, la multiplication et donc la dilution des responsabilités - ce qui rend le processus de décision opaque et la fixation d'une ligne éditoriale homogène parfois problématique -, entraîne de fait une réduction des contraintes hiérarchiques. Un journaliste compare ainsi la direction de l'information et la rédaction de la chaîne à une « armée mexicaine », tandis qu'un autre évoque le « joyeux bordel » qui y règne : « t'as l'impression que t'as 400 000 chefs, mais personne vraiment ne prend la casquette pour ce qui est d'imposer les choses ou de les assumer. On n'a pas une direction très très carrée au niveau de ses attentes, avec des critères parfois fumeux, des directeurs qui déjà entre eux pensent pas forcément la même chose, qui peuvent plus ou moins se tirer dans les pattes, ce qui fait que ça donne toujours un joyeux bordel à la réunion hebdomadaire de rédaction, où t'as jamais d'ordre du jour clair. Mais en même temps, le fait que la direction ne soit pas très présente, ça assure l'autonomie qu'on a dans notre boulot, ce que j'apprécie, c'est que je peux faire mon truc dans mon coin avec le présentateur, on est peinard pour juger de ce qu'on pense être l'actu qu'on veut traiter sans des espèces d'injonctions, ce qui est en général le cas dans les autres chaînes, là non... » (à TV5 depuis 1995). Dans la même optique, aucune directive visant à censurer les programmes d'information n'existe, alors qu'il s'agit d'une dimension contraignante pour la direction des programmes, régulièrement amenée à « flouter » certaines images ou à « biper » des sonores de fictions ou documentaires, notamment en direction du signal Proche et Moyen-Orient. Rien de tel pour les J.T., ce que confirme un journaliste : « On sait que certains réseaux, type Orient, Asie, n'apprécient pas des sujets où on voit des corps nus ou des scènes de sexe. Nous, on est en info, et on nous a bien dit que l'info n'était pas assujettie aux mêmes contraintes que les programmes pour ce qui pouvait soi-disant heurter certains réseaux. Nous, on estime qu'on peut passer le sujet parce qu'on a envie de le traiter et on se pose pas la question de savoir si y'a des pays qui vont mal le vivre » (entré à TV5 en 1995).

En outre, les contraintes institutionnelles et politiques semblent également discrètes. Si le Ministère des Affaires Etrangères est bien l'autorité de tutelle et le principal bailleur de fonds, il n'exerce de l'avis unanime des collaborateurs interrogés aucune pression directe (appels téléphoniques, demandes de retrait ou de « cadrage » d'un sujet concernant en particulier la politique extérieure de la France...) perceptible au niveau de la rédaction sur les contenus - même s'il peut être délicat ici de discerner ce qui, dans le mode « spontané » de traitement des sujets « sensibles », peut relever des contraintes intériorisées au fil du temps par les journalistes eu égard à la nature de l'autorité de tutelle, et des formes d'autocensure qu'elles peuvent engendrer.

Dernier point crucial : la suspension des contraintes économiques et commerciales, qui peut se décliner doublement. Les mesures précises d'audience d'une chaîne à l'échelle internationale étant matériellement irréalisables, seules des évaluations partielles, par zones géographiques, existent. Encore sont-elles élaborées sur la base de critères divers, interdisant toute possibilité de comparaison d'une zone à l'autre et avec les autres chaînes. Dans un tel contexte, aucune contrainte d'audimat ne pèse sur les journalistes de la rédaction, la direction elle-même raisonnant surtout en terme d'initialisation (*i.e.* d'audience potentielle), et non d'audience réelle. L'absence de mesure possible de cette dernière explique enfin l'inexistence de pression liée aux annonceurs publicitaires : d'une part, la publicité n'a été introduite à l'antenne qu'en 1999, à doses homéopathiques et sous de multiples réserves, et ne génère à l'heure actuelle qu'un chiffre d'affaires résiduel<sup>13</sup> ; d'autre part, compte tenu des spécificités de la chaîne, les annonceurs (internationaux) ne se bousculent pas pour acheter des espaces dont ils ne peuvent réellement mesurer la rentabilité. Ainsi, l'affranchissement de la chaîne du « verdict » de l'audimat et, partant, des logiques commerciales de la course au *scoop*, apparaît aussi très largement au principe de

---

<sup>13</sup> Soit un tiers des ressources propres de la chaîne (le reste provenant des abonnements), qui ne représentent globalement que 6 % de son budget. Source : budget TV5 Monde 2003.



l'affranchissement des journalistes et de la relative autonomie éditoriale qu'ils revendiquent dans l'exercice de leur profession.

Prolongeant cet aspect, un dernier point mérite d'être souligné, qui participe à formater les contenus rédactionnels des J.T. : les représentations tout à fait spécifiques que les journalistes de TV5 se font, dans un tel contexte, des téléspectateurs potentiels de l'information qu'ils construisent.

### *Des publics imaginés*

TV5 s'adresse à des publics disparates, multinationaux et situés dans des espaces géographiques très divers : les 120 millions de francophones, en particulier expatriés<sup>14</sup>, quelque 32 000 enseignants de français langue étrangère avec lesquels la chaîne entretient des partenariats divers, les 50 millions de voyageurs francophones qui la regardent dans les hôtels et dans les avions, enfin les 55 millions de populations étrangères francophiles, grâce notamment aux sous-titrages en dix langues des programmes - hors produits d'information.

Il s'agit dès lors de toucher un public certes flou, mais que les journalistes s'imaginent lointain, vaste, très hétérogène mais culturellement doté - dans la mesure où les téléspectateurs doivent maîtriser *a minima* la langue française pour suivre les informations de la chaîne, non sous-titrées, compétence linguistique qui ne se distribue pas socialement au hasard. La « cible » est donc un public plutôt « haut de gamme », les « C.S.P. + actives ». Une journaliste présentatrice déclare ainsi en entretien : « On travaille un peu à l'aveuglette, sans retour des téléspectateurs, mais on sait que c'est une chaîne où le téléspectateur moyen se trouve au-dessus de celui d'une chaîne nationale, un peu ceux qui liraient *Télérama* chez nous. Les gens dispersés dans le monde qui sont susceptibles de nous regarder sont peut-être plus des gens des classes dirigeantes, surtout le public francophone expatrié, qui nous regarde d'ailleurs plus que les chaînes nationales, ou des gens qui voyagent. Ce sont plus des téléspectateurs haut de gamme, surtout hors Europe, parce que déjà, il faut qu'ils parlent bien français, c'est déjà un critère discriminant... Après, si on peut aussi faire plaisir aux petites populations locales qui nous regardent, si on peut distiller des petites infos très locales parce qu'on sait qu'on est diffusé dans tel pays, on fait un *off*, plus rarement un sujet... Si on a le temps de le mettre et qu'on a des images, autant faire plaisir au public local qui nous regarde, mais c'est pas le noyau dur... » (à TV5 depuis 1997).

Partant de l'absence de contrainte d'audience et du fait qu'il est impossible de connaître les attentes, par définition incomparables, de publics sans référentiel commun, notamment en matière d'information télévisée, les journalistes se désintéressent totalement des instruments élaborés par les services opérationnels de la direction du marketing qui leur permettraient de mieux les cerner<sup>15</sup> : « Je connais pas trop l'opinion que les gens ont de TV5, parce que je m'intéresse pas aux *feed-backs* des gars du marketing ou du service courrier... J'avoue que je fais pas la démarche pratique d'aller demander le courrier ou les études faites dessus. Parce qu'entre un expat' CSP + en Asie et un Asiatique francophile qui a pas le même niveau socio-cul', un expat' en Afrique et un Africain, simple travailleur francophone au fin fond de l'Afrique noire, un haut fonctionnaire en Côte d'Ivoire ou un prof d'université enseignant le français à Buenos Aires et le mec du Bangladesh qui fait du troc parce qu'il a pas de thunes et bouffe pas à sa faim, ou l'agriculteur en Lozère euh... tout est relatif, tout le monde n'appréhende pas les choses de la même manière pour des raisons culturelles, ce qui est exceptionnel pour une région du monde est banal et sans intérêt pour l'autre partie, un accident dans les transports ferroviaires, une tempête de neige, une inondation ont pas le même sens si ça se passe en Inde, à Paris, en Alaska... Y'a toujours un moment où on doit être décalé par rapport à quelqu'un... », déclare ainsi une responsable d'édition (entrée à TV5 en 1995).

---

<sup>14</sup> Le public - quasiment captif quoique souvent bilingue - des expatriés francophones est réputé pour son « exigence ». Une étude Taylor Nelson Sofres de janvier 2003 effectuée auprès d'un échantillon représentatif des expatriés français révèle que 95 % d'entre eux reçoivent TV5 et que 82 % disent la regarder tous les jours, très largement devant C.N.N.I. (13 %), B.B.C. World (10 %) et Euronews (9 %).

On ne dispose que d'éléments statistiques impressionnistes sur le profil sociologique - très hétérogène - des expatriés français à l'étranger, qui représentaient en 2003 3 % de la population : en effet, ne sont recensés par le Ministère des Affaires Etrangères que les « immatriculés », *i.e.*, ceux qui se sont signalés auprès de leur consulat. Or, rares sont par exemple les Français expatriés aux Etats-Unis ou en Suisse effectivement enregistrés. On évalue à 1.3 million les Français immatriculés installés à l'étranger, et à 900 000 les personnes non signalées. Sous cette réserve, il semble que 50 % des expatriés français vivent en Amérique du Nord et en Europe de l'Ouest, 15.8 % en Afrique - surtout francophone -, 7.3 % au Proche et Moyen-Orient, 6.4 % en Amérique latine, 5.6 % en Asie-Océanie, enfin 1.6 % en Europe de l'Est. 43 % des expatriés ont un emploi, dans le secteur tertiaire pour 86 % d'entre eux (cadres supérieurs, enseignants, militaires, personnels de santé, agents des services diplomatiques, religieux). Source : Cellule statistique du Département des Français de l'Etranger au Ministère des Affaires Etrangères.

<sup>15</sup> En particulier sont élaborés des résumés d'études d'audiences partielles par le service des études, ou encore le service courrier des téléspectateurs, qui diffuse dans toutes les directions de manière hebdomadaire, mensuelle et annuelle des études quantitatives et qualitatives et des florilèges d'extraits de lettres.

Ainsi, en raison de la disparité des publics cibles, la notion d'information « utile »<sup>16</sup> et/ou de proximité, contraignante pour les journalistes d'Euronews, mineure dans les hiérarchies internes (le volet régional du journal de 13 h de TF1 ou de France 2...), se fait-elle ici discrète. De même, les journalistes dédaignent « l'infotainment », comme le traitement sensationnaliste ou « racoleur » des « *hard news* ». Par exemple, ils limitent la reprise des faits divers et rejettent, si la sélection d'images disponibles le permet, la diffusion de sujets « trop *gore* », « sanguinolents, avec des corps déchiquetés, de la barbaque », qu'ils déplorent voir se multiplier sur les autres chaînes « commerciales ». Ils estiment qu'ils ont « la chance dans une chaîne comme TV5 de pouvoir résister à cette pression, parce qu'on a un standard de la déontologie et de la responsabilité plus haut sûrement et sans aucune prétention » - même si certains reconnaissent « le caractère relatif de ce qu'on appelle violence en fonction des pays, nous, on a forcément un raisonnement d'Européens là-dessus, ne serait-ce obligatoirement que par rapport à tes sources, même si tu les diversifies... ». On est donc globalement très loin de la représentation de « télé *cheap* » que peuvent entretenir vis-à-vis de leur propre chaîne certains journalistes d'Euronews.

Alors que des points communs dans le travail quotidien et le type d'information traitée pouvaient *a priori* rapprocher les journalistes de TV5 de ceux d'Euronews, le desserrement multiforme des contraintes que les premiers expérimentent entraîne ainsi des conceptions radicalement différentes du métier. S'estimant non liés par les attentes, tant inconnues qu'ignorées, d'un public perçu comme « insaisissable », affranchis des logiques commerciales et « court-termistes » de recherche d'une audience maximale, dégagés d'une hiérarchie trop diluée pour être contraignante, non encadrés sur le fond ou la forme par une autorité de tutelle discrète, ils peuvent dès lors se « payer le luxe incroyable » de prendre « le temps de la réflexion » (rédacteur en chef, à TV5 depuis 1999) et prôner un exercice « à distance », critique et « pluriel » de leur métier face aux événements de l'actualité internationale. Contrastant avec la montée des déplorations, dans les autres médias, d'une uniformisation des rédactions, soumises à l'intensification des luttes de concurrence internes (entre journalistes d'une même rédaction) et externes (entre médias), les journalistes revendiquent à TV5 une posture distinctive « en surplomb » vis-à-vis de l'information à diffuser, qu'ils souhaitent « de qualité », la plus objective, « responsable » et sobre possible, éloignée tant du sensationnalisme que de l'anecdotique. Indicateurs de l'« exceptionnalité » des représentations et pratiques professionnelles à TV5, les facteurs évoqués participent de la construction d'un journalisme « de luxe ». Il n'est bien sûr nullement question ici de nier les stratifications internes bien réelles, ni même les rapports de force qui peuvent se nouer au sein de la rédaction, mais simplement de mettre en lumière les conditions tout à la fois économiques, sociales et professionnelles de possibilité de rapports relativement (comprendre : « relationnellement ») relâchés à une profession de plus en plus balkanisée et sous pression.

---

<sup>16</sup> On notera ainsi que si les informations économiques et surtout financières demeurent moins centrales dans les produits d'information de TV5 que dans ceux d'Euronews, cet axe tend néanmoins à se développer avec la professionnalisation de la chaîne, même s'il reste à l'heure actuelle « sous-traité » à des journalistes spécialisés extérieurs à TV5. Ainsi, depuis 2003, un journaliste des *Echos* intervient pendant une minute dans les « *TV5 Le Journal* ». Autre nouveauté, le *Journal de l'Eco*, entièrement réalisé par une équipe des *Echos*, présente quotidiennement pendant 4 minutes l'actualité économique mondiale.

- Bibliographie sélective :

BAISNEE Olivier, MARCHETTI Dominique, « Euronews, un laboratoire de production de l'information 'européenne' », *Cultures et conflits*, n° 38-39, 2001.

BAISNEE Olivier, MARCHETTI Dominique, « L'économie de l'information en continu - A propos des conditions de production dans les chaînes d'information en général et à Euronews en particulier », *Réseaux*, n° 114, 2002.

BAISNEE Olivier, MARCHETTI Dominique, « La production de l'information 'européenne' - L'exemple de la chaîne pan-européenne d'information Euronews », in MARCHETTI Dominique (dir.), *En quête d'Europe - Médias européens et médiatisation de l'Europe*, Rennes, Presses Universitaires de Rennes, 2004.

C.R.A.P., *Devenir journalistes. Sociologie de l'entrée sur le marché du travail*, Paris, La Documentation française, 2001.

DEVILLARD Valérie, LAFOSSE Marie-Françoise, LETEINTURIER Christine, RIEFFEL Rémy, *Les journalistes français à l'aube de l'an 2000. Profils et parcours*, Paris, Edition Panthéon Assas, L.G.D.J., 2001.

LE GRIGNOU Brigitte, *Du côté du public. Usages et réceptions de la télévision*, Paris, Economica, 2003.

PIERRU Emmanuel, « 'Effets politiques des médias' et sociologie prophétique - Pour une sociologie des rapports ordinaires à l'information politique », in LEGAVRE Jean-Baptiste (dir.), *La Presse écrite - Objets délaissés*, Paris, L'Harmattan, 2004, p. 289-313.

- Résumé :

Première chaîne publique généraliste, multilatérale et mondiale de langue française, faisant la part belle à l'information, TV5 apparaît dégagee de la plupart des logiques économiques qui structurent très fortement un champ journalistique audiovisuel de plus en plus concurrentiel. La présente étude vise à articuler plusieurs questionnements : selon quelles logiques les journalistes de TV5 produisent-ils une « information internationale » ? Qu'est-ce qui, au-delà des ressemblances, les distingue nettement de leurs confrères d'une autre chaîne internationale, spécialisée dans l'information en continu, Euronews ? Dans quelle mesure leur statut professionnel privilégié, « affranchi » des principales contraintes (institutionnelles, politiques, commerciales...) qui pèsent ordinairement sur les journalistes de la presse télévisuelle, couplé à une vision spécifique de leurs publics potentiels, influence-t-il les représentations distinctives qu'ils se font de leur métier, les conditions objectives de son exercice, les pratiques professionnelles concrètes, la construction du contenu rédactionnel des J.T. qu'ils produisent ?

- Abstract :

First worldwide public TV network in French, TV5 provides a lot of news contents, but appears to be a "non market driven" channel, while other broadcast and cable television news face intense economic pressures and competition spawned by the increased number of outlets. The present analysis attempts to provide insights into several issues : how do TV5 journalists shape "international news" ? What differences can be made between these news television professionals' work, values, standards and editorial contents compared to those of their counterparts of the European news-only television Euronews ? What are the effects of their privileged professional status, freed of traditional financial and business pressures, advertising concerns or political constraints to which their colleagues are overwhelmingly confronted ? What role plays the specific perception of their audiences on the positive view they design upon their profession, on the newsroom habits, on the professional practices, and on the news coverage and content decisions ? The argument of the authors is based upon interviews with TV5 journalists, working at all levels of the organization hierarchy (managers, news directors, working journalists and editors), on observation of the work in the newsroom and of the news products, and on a survey of various internal documents, conducted from October 2002 to March 2003.