« La nouvelle formule du monde ». Contribution à une étude des transformations du journalisme

*Le Monde “new Formula”. Contribution to a Study of the Transformations of
Journalism*

Julie Sedel

Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/questionsdecommunication/4481>

DOI : 10.4000/questionsdecommunication.4481

ISSN : 2259-8901

Éditeur

Presses universitaires de Lorraine

Édition imprimée

Date de publication : 1 décembre 2004

Pagination : 299-315

ISBN : 978-2-86480-848-0

ISSN : 1633-5961

Référence électronique

Julie Sedel, « « La nouvelle formule du monde ». Contribution à une étude des transformations du journalisme », *Questions de communication* [En ligne], 6 | 2004, mis en ligne le 06 octobre 2015, consulté le 19 avril 2019. URL : <http://journals.openedition.org/questionsdecommunication/4481> ; DOI : 10.4000/questionsdecommunication.4481

> NOTES DE RECHERCHE

JULIE SEDEL

Centre de sociologie européenne
École des hautes études en sciences sociales, Paris
julie.sedel@wanadoo.fr

« LA NOUVELLE FORMULE DU MONDE ».

CONTRIBUTION À UNE ÉTUDE DES TRANSFORMATIONS DU JOURNALISME

Résumé. — Au début des années 80, le poids des médias audiovisuels devient déterminant dans la constitution de l'événement et remet en question la position quasi-dominante que détenait le journal *Le Monde* sur la production de l'information. En 1994, le quotidien est repris en main par les journalistes qui font une ultime tentative pour sortir de la crise et accueille davantage d'actionnaires issus du monde de l'entreprise. Ces changements structurels s'accompagnent d'une modification de la ligne éditoriale, de la maquette et de l'organisation du travail rédactionnel, qui est révélatrice des transformations récentes du fonctionnement journalistique.

Mots clés. — Champ journalistique, conditions de production de l'information, information de référence, presse écrite, télévision.

La notion de champ, élaborée par Pierre Bourdieu, a donné lieu à différents travaux sur le journalisme¹. Le champ journalistique est décrit comme un espace de lutte, une configuration de relations objectives entre des positions qui obéit à sa propre logique. Les agents de ce champ – qui détiennent un certain type de capital (économique, culturel, social) – ont en commun de s'accorder sur les enjeux qui sont au principe de leur compétition (Bourdieu, W acquant, 1992)². Historiquement, le champ journalistique serait caractérisé, en France, par un « pôle » de médias qui, dans une logique commerciale, chercherait à attirer le plus grand nombre de lecteurs (puis d'auditeurs et de téléspectateurs), et un autre pôle de médias à diffusion restreinte qui s'adresserait à des publics souvent plus segmentés, et considérerait que l'information n'est pas un « produit comme un autre » (Marchetti, 1997 : 125). Si dans les années 80 et 90, cette opposition (par exemple entre TF1 et Arte, entre *Le Monde* et *Le Parisien*) traverse tous les médias généralistes, avec les progrès technologiques dans l'audiovisuel et le développement des chaînes privées, le pôle « commercial » tendrait à être plus important par rapport au pôle « intellectuel » (Champagne, Marchetti, 1994).

On se propose de saisir les effets de ces évolutions sur la production de l'information à travers les changements survenus dans la rédaction du journal *Le Monde*, entre 1995 et 1998. Jusqu'au début des années 80, *Le Monde* occupe une position quasi-dominante en matière d'information sérieuse et de qualité. Il s'apparente à une entreprise de haute couture (Bourdieu, Delsaut, 1975), dans la mesure où il détient un certain type de capital qui lui permet de faire loi, c'est-à-dire de déterminer la valeur des enjeux qui sont au cœur de la compétition que se livrent les différents médias. Or, à partir des années 80, *Le Monde* est concurrencé par *Libération*, qui abandonne son ton militant et par l'essor des *newsmagazines* et des émissions d'information télévisée. Ce travail repose sur une enquête menée, durant le mois de décembre 1998, dans la rédaction du quotidien, au cours de laquelle ont été réalisés quarante entretiens semi-directifs avec des journalistes en poste ou ayant quitté le journal depuis 1994, et des observations de conférences de rédaction.

¹ Nous renvoyons aux travaux de P. Bourdieu (1996), P. Champagne et D. Marchetti (1994), J. Duval (1995), R. Benson (2002).

² Sur ce point, nous renvoyons à P. Bourdieu, L. W acquant (1992 : 71-90).

Les effets sur la presse quotidienne nationale de la montée en puissance de la télévision

À partir des années 80, la télévision qui, par sa large diffusion, connaît une expansion de la part d'information dans ses programmes, acquiert un poids particulièrement fort dans la constitution de la représentation dominante de l'événement. Elle agit sur les téléspectateurs ordinaires et sur les journalistes de presse écrite qui ne peuvent ignorer ce qui fait l'ouverture des journaux télévisés (Mercier, 1996). Mais, parce qu'elle est de plus en plus régie par des logiques commerciales, elle contribue à modifier le capital spécifique nécessaire pour entrer dans la compétition. La lutte pour obtenir le maximum d'audience tend à constituer le « nerf de la guerre » entre les quotidiens nationaux, au moment où ils sont confrontés à une baisse des lecteurs et des investissements publicitaires. Soucieux d'éviter de « voir ses informations et ses commentaires pillés par les quotidiens du matin et par les journaux télévisés » (Éveno, 1996 : 362), *Le Monde*, sous la houlette de son directeur, André Laurens (1982-1984), prévoit de changer ses horaires de publication pour affronter directement *Libération*³. Son successeur, André Fontaine (1985-1991), décide quant à lui de développer le journalisme d'investigation dont l'affaire du *Rainbow Warrior* (Berger, 1992 : 125)⁴ est exemplaire, afin de prendre ses distances avec le gouvernement socialiste que *Le Monde* aurait soutenu sous le règne de Jacques Fauvet (1969-1982) et d'augmenter les ventes⁵. En 1993, le journal est confronté à la baisse des investissements publicitaires⁶, à la chute des petites annonces, au moment où l'informatisation engage d'importantes sommes d'argent⁷.

³ Signe de son influence sur la rédaction du *Monde*, Pierre Vianson-Ponté (chef du service politique en 1958, puis conseiller de la direction et éditorialiste) lui consacre une chronique quasi hebdomadaire.

⁴ Le 10 juillet, le navire du mouvement écologique *Greenpeace* est coulé dans le port d'Auckland en Nouvelle-Zélande. Il se préparait à partir en campagne contre les essais nucléaires français dans le Pacifique. Une enquête menée par Edwy Plenel, rédacteur à la rubrique Police-justice et Bertrand Legendre, chef-adjoint du service Société et spécialiste de la justice, aboutit à dévoiler, dans un article paru le 17 septembre 1985, la présence d'une troisième équipe des services secrets français, responsable, sur ordre, du sabotage. André Fontaine donne son « feu vert » aux deux reporters, tandis que le chef du service politique, Jean-Marie Colombani est « entré dans la danse de bon cœur » (Berger, 1992 : 225).

⁵ Les recettes des ventes augmentent de 17,1 % en octobre 1985 par rapport à octobre 1984. La diffusion payée passe de 342 945 exemplaires en 1985 à 363 663 exemplaires en 1986.

⁶ Alors que le chiffre d'affaire de la publicité est passé de 23 à 72,3 milliards de francs, entre 1981 et 1991, la part de la presse au sein des investissements publicitaires globaux a baissé de 80 % en 1981 à 54 % en 1991. Les recettes publicitaires de la télévision sont passées de 10,5 % en 1970 à 31,2 % en 1993. La part de la publicité dans le chiffre d'affaire de la presse augmentait de 40 à 47 %, durant la même période.

Jacques Lesourne qui, pour la première fois dans l'histoire du quotidien n'est pas journaliste mais économiste, démissionne de ses fonctions. L'élection de son successeur, Jean-Marie Colombani, marque le retour d'un « authentique » journaliste à la tête du *Monde*. Il a fait une grande partie de sa carrière au service politique et intervient fréquemment dans des émissions politiques télévisées et radiophoniques⁸. Il transforme le journal en société anonyme avec un directoire et un conseil de surveillance permettant d'accueillir dans son capital augmenté de nouveaux actionnaires extérieurs⁹, lance un plan social (soixante-quinze « départs volontaires » dont un quart de journalistes), entreprend le déménagement du journal, rue Claude Bernard, et lance une « nouvelle formule ».

Reconquérir une position

Au milieu des années 90, la concurrence entre *Le Monde* et *Libération* est le symptôme des transformations évoquées. Bien que son audience¹⁰ ait augmenté (de 985 000 lecteurs en 1990 à 1332 en 1994), *Le Monde*, confronté à une crise économique majeure, ne monopolise plus le capital spécifique qui fondait à la fois son pouvoir et son autorité. Dans les années 80, les débats qui eurent cours, au sein de sa rédaction, sur la définition de l'information, du journalisme et de l'identité du journal, rendent compte d'une certaine manière de ces luttes qui sont des stratégies de survie économique et des luttes de position dans le champ (Sedel, 1999)¹¹. Confronté, comme *Libération*, à un manque de fonds propre, *Le Monde*, à la recherche d'actionnaires, de nouveaux lecteurs et

⁷ Dans la presse écrite, l'informatisation se généralise au cours des années 90 et entraîne la reconversion des typographes-monteurs, des photogreveurs, des clavistes.

⁸ D'abord co-responsable de l'émission « La suite s'écrira plus tard » sur TF1, il anime ensuite avec Anne Sinclair, « Question à domicile », pendant deux ans (1987-1989). Nommé, en 1990, rédacteur en chef du *Monde*, il intervient régulièrement à « L'Heure de vérité » sur la chaîne publique Antenne 2. En 1994, il interviendra au Journal télévisé de France 2, à RTL.

⁹ *Le Monde investisseur* (créé en avril 95) : Crédit local de France, Artémis, CLT, Finances et communication, Agropius, SA *Le Monde*. *Le Monde Presse* (avril 95) : Editrice La Stampa SAP, Canal Plus, Fimalac communication, Edipresse, FNMF Mutuelle générale des PTT, Caisse centrale de crédit coopératif UNMRIFEN-FP, SA *Le Monde*. *Le Monde Prévoyance* : CIPC Médéric, AGRR Prévoyance, O CIRP, IN PR, SA *Le Monde*. Iéna Presse (avril 95) : SAGEM, SA *Le Monde*. *Le Monde Entreprises* (février 86) : Sorefo (Saint-Gobain), Suez Venture, Thomson, L'O réal, Iéna Communication, Définitions, Danone, Banque fédérative du Crédit mutuel, Air Inter, Éditions Fayard, Éditions du Seuil, Fimalac, UAP, BN P, Total, Hôtels Méridiens, Air Charter, Sodecif, et Tours, divers... (source : *Libération*, 28/12/95).

¹⁰ L'audience désignant les lecteurs qui déclarent avoir lu le journal mesure la notoriété du titre.

¹¹ Pour la partie historique du *Monde*, nous renvoyons à notre mémoire de DEA (Sedel, 1999).

d'annonceurs, modifie ses statuts juridiques, lance une nouvelle maquette et transforme sa ligne éditoriale. Mais, à l'inverse du directeur de *Libération* qui conçoit le nouveau journal de 80 pages, baptisé « Libé III », comme un « zapping rédactionnel », témoignant ainsi de l'ampleur prise par l'information télévisée sur la presse écrite, le directeur du *Monde* met en œuvre des stratégies de conservation pour maintenir sa position, dénonçant les journaux qui offrent une simple retranscription de « l'information cathodique »¹². Dans ses colonnes, il annonce un retour aux fondations, c'est-à-dire à l'information « pure », « authentique », « l'indépendance journalistique », la « référence », « l'approfondissement », oppose la « distance » à « l'immédiateté », « la rigueur » au « sensationnalisme »¹³. Au cours de la célébration du cinquantième du journal, il enterre *Le Monde* « ancienne manière », « pétri d'habitudes », « dépassé », « en retard » sur les évolutions. Le 9 janvier 1995, paraît le « nouveau *Monde* », annoncé par l'ensemble des médias audiovisuels comme un « événement ». La maquette, l'organisation des rubriques, la typographie sont modifiées, tandis que l'organisation de la rédaction est profondément remaniée. Le journal paraît en moyenne sur 36 pages en un seul cahier¹⁴, les « séquences » remplacent les « services ». Un poste de médiateur est confié à André Laurens afin de justifier les changements éditoriaux vis-à-vis des lecteurs (Champagne, 2000 ; Ferreira Maia, 2003 ; 2004).

Devenir un groupe de presse

Rapidement, l'augmentation des ventes (7,8 % entre 1994 et 1996, 11 % entre 1994 et 1998), des recettes publicitaires (9 %)¹⁵ et le compte des résultats d'exploitation¹⁶ sont publiés dans les pages du journal comme signes de victoire. En 1998, *Le Monde* – « recapitalisé » en 1994, marqué par une « relance éditoriale » en 1995 et un « équilibre des comptes » en 1996 – entre dans l'ère du développement « des partenariats dans l'audiovisuel et le multimédia ». Telle est la teneur des propos tenus, dans les colonnes du journal, par le directeur du quotidien¹⁷. *Le Monde* se

¹² Jean-Marie Colombani, *Décisions Médias*, 83, déc. 96-janv. 97.

¹³ « Héritage », *Le Monde*, 21/09/94.

¹⁴ Excepté *Le Monde des Livres* (vendredi), tous les autres suppléments hebdomadaires sont supprimés (*Heures locales* [samedi], *Économie* [lundi], *Sciences, médecine* [mardi], *Arts et spectacles* [mercredi], *Temps Libre* [samedi]).

¹⁵ *Le Monde*, 06/05/95

¹⁶ Il indique un bénéfice de 42,5 millions de francs contre un déficit de 69 millions en 1994, porté à 45,4 millions en 1995, ramené à 6,1 millions de francs en 1996 (*Le Monde*, 26-27/04/98).

¹⁷ *Le Monde*, 30/01/98.

transforme en groupe de presse. Il multiplie les alliances publicitaires (*Les Échos* et *L'Équipe*), éditoriales (*Les Inrockuptibles*) et d'impression (*Le journal du dimanche* du groupe Hachette) ; il se porte candidat au rachat de journaux (*L'Express* [offre finalement rejetée], *Nord-Sud Export*¹⁸, les *Cahiers du Cinéma*, *Courrier International*, *Le Midi Libre*, *Télérama*...). Dans le secteur audiovisuel, il participe à des émissions radiophoniques (RTL, Radio-France internationale, BFM, France Culture) et à des chaînes télévisées (*Histoire* [diffusée sur TPS], LCI¹⁹, TF1)²⁰. Il s'associe au groupe Lagardère qui détient un tiers des actions du *Monde Interactif*¹ (en 1998), Hachette Filipacchi (avec qui il lance un supplément, *Le Monde 2*, alliant écrit et photo-journalisme). En 2001, la société anonyme *Le Monde* envisage de rentrer en bourse.

L'intrusion des logiques de management dans l'organisation du travail journalistique

Qu'il soit décrit comme une institution autonome, comme l'écrivait Jean-Gustave Padioleau (1985), ou comme une entreprise comme l'indiquait Patrick Éveno (1996), *Le Monde* n'est pas une entité monolithique. La rédaction du journal, parce qu'elle est une communauté de travail, constitue un espace de lutte entre des positions et des prises de position. Par nature, elle est perméable aux conjonctures politiques, économiques, sociologiques (Juhem, 2001). En 1995, la nouvelle « formule » substituait au fonctionnement artisanal des services, un mode de fonctionnement « rationnel » des conditions de production de l'information : « Nous, on a inventé quelque chose qui a tout bouleversé, se souvient l'un des membres de l'équipe de réflexion de la nouvelle formule, les gens qui faisaient partie de la hiérarchie se sont dit : "Dans cette configuration, où je suis ?". Et comme ils ont vu qu'il y avait beaucoup de changement, un ou deux services disparaissaient, d'autres naissaient, ils se sont dit : "Où je suis là-dedans ?" »²². La direction s'arrogeait le monopole du recrutement des rédacteurs pour

¹⁸ La lettre *Nord-Sud Export*, créée en 1981, publication politique et économique s'adresse aux exportateurs, industriels, banquiers, assureurs, et plus généralement aux acteurs concernés par le commerce international. Elle est vendue uniquement sur abonnement.

¹⁹ Depuis le 15 novembre 1997, l'émission « *Le Monde des idées* » co-animée par Jean-François Rabilloud, rédacteur en chef à LCI et Edwy Plenel, directeur de la rédaction du *Monde*, est diffusée le week-end.

²⁰ *Le Monde* et TF1 ont signé en 1998, un accord de coproduction pour une émission politique mensuelle de débats, « *Droit de Cité* », co-animée par Patrick Poiré d'Arvor (directeur adjoint de l'information de TF1) et Jean-Marie Colombani.

²¹ Un supplément est lancé le mardi à la place de l'ancien supplément *Initiatives*.

²² Entretien avec l'un des membres de l'équipe de réflexion sur la nouvelle formule, déc. 1998.

« débaucher » des journalistes de journaux concurrents : *Les Échos*, *Option Finance* (Entreprises), *l'Équipe*, *Le Parisien* (Sports), *Courrier International* (International), *Libération* (France, Société, direction de la rédaction), France 3 (Société), etc. Durant cette période, elle encourageait la circulation des journalistes entre les rubriques et les services, induisant une redéfinition des carrières envisagées en terme de mobilité (du service Entreprises à la « section » politique intérieure, par exemple). Elle instaurait un « chemin de fer », déterminant la taille et l'emplacement des articles en fonction du contingent publicitaire, contribuant à déposséder les chefs de service de leur pouvoir et de leur autonomie. « Quand on annonçait à Amalric qui était chef du service Étranger, 18 colonnes, il poussait des hurlements et gagnait 3 colonnes » se souvient un ancien chef de service qui évoque les luttes entre le service Étranger et le service Politique pour la répartition du colonage lors de la conférence de rédaction du matin²³. Conçue à l'écart des services par une poignée de rédacteurs et sous l'égide du directeur du journal, la « nouvelle formule » marquait le passage d'une structure hiérarchique horizontale à une structure pyramidale avec, à sa tête, Jean-Marie Colombani, secondé en 1996 par Edwy Plenel, journaliste d'investigation, recruté en 1982 au service des informations générales.

Des services aux séquences : transformation des conditions de production de l'information

Dans les années 70, la rédaction du *Monde* était organisée en services, eux-mêmes divisés en « départements » ou « rubriques »²⁴. Chacun – et plus particulièrement les « grands services » (Étranger, Politique, puis Économie) – occupait une position bien spécifique que mesuraient l'emplacement et l'étendue du « territoire »²⁵ (nombre de colonnes) dans les pages du journal et le charisme de leurs chefs. Ainsi existait-il plusieurs sous-champs qui fonctionnaient de manière relativement autonome et possédaient leur logique propre. Les rédacteurs étaient embauchés par les chefs de service et « approuvés » par le directeur du journal : « J'ai vu Barrillon qui était chef du service politique à l'époque,

²³ Entretien avec un ancien chef de service économique, déc. 1998.

²⁴ Lors de sa création, *Le Monde* ne comprenait que trois services : le service étranger, dirigé par Hubert Beuve-Méry, le service des Informations générales dirigé par Robert Gauthier et le secrétariat de rédaction, dirigé par Olivier Merlin (tous les deux issus du *Temps*). En 1948, furent créés les service politique, dirigé par Jacques Fauvet (recruté en 1945) et économique, dirigé par René Courtin, associé fondateur du *Monde*.

²⁵ Au passage, on notera le recours au vocabulaire guerrier : « territoire », « fief », « chefferie », lorsque les rédacteurs évoquent les luttes entre le service Politique et Étranger.

se souvient un rédacteur en chef, recruté en 1981. C'était un déjeuner très impressionnant mais très sympathique, il ne m'a pas fait passer ni de concours, ni de test, ni d'interrogatoire particulier et puis ensuite je suis venu voir Jacques Fauvet, le directeur. C'était un entretien tout à fait étonnant, très bizarre, genre dix minutes, il m'a dit, moi je ne vous connais pas mais je fais confiance à Barrillon, je vous embauche les yeux fermés ». Les carrières journalistiques s'étaient étalées sur une longue période et s'accomplissaient au terme d'une succession d'étapes. En 1995, les « séquences » remplaçaient les « services ». Cette nouvelle terminologie traduisait un changement à la fois dans l'organisation hiérarchique de la rédaction et dans la hiérarchie de l'information. Elle entraînait un double mouvement de dévaluation et de valorisation de services et de rubriques, de titres et de postes, certaines rubriques « dominantes » devenant « mineures » et inversement. Vécus parfois comme un véritable déclassement au sens de déclassement social, ces changements ont cristallisé une reconfiguration des rapports de force au sein de la rédaction du journal qui n'a pas été sans produire d'effets sur le traitement de l'information que nous proposons de saisir à travers quatre « séquences ».

La séquence Entreprises qui traite de la vie des marchés, semble particulièrement intéressante pour étudier le déplacement du journal vers le secteur économique. « Il fallait une séquence complète qui suive la vie des entreprises publiques, privées françaises et étrangères » témoignait un membre de l'équipe de réflexion qui insistait sur la nécessité de s'adapter à la mondialisation de l'économie. Créée en 1995, cette séquence s'accompagnait de la disparition du service économique qui, situé à la fin dans les pages du journal, consacrait une rubrique au « social » et avait fourni beaucoup de délégués syndicaux et de présidents à la société des rédacteurs²⁶. Son ancien chef, Gilbert Mathieu (1969-1980), ancien militant au Parti socialiste unifié, adoptait une posture pédagogique dans sa façon de traiter l'information. Selon l'un des membres de l'équipe de réflexion sur la nouvelle formule, ayant quitté le journal juste après son lancement, la création de cette séquence sur les cendres du service Économie se caractériserait par l'absence d'une réflexion globale sur l'économie. La séquence Entreprises a été constituée en quasi-totalité avec la « nouvelle formule » (seuls quatre de ses vingt-trois rédacteurs travaillaient au *Monde* avant 1994). D'après une ancienne journaliste de *La Tribune*, alors que, en 1986-1987, les journalistes du service économique du *Monde* venaient de *La Tribune*,

²⁶ J.-M. Dupont, Fr. Simon, M. Noblecourt ont été présidents de la société des rédacteurs ; A. Faujas, A. Lebaube, J. Grall – notamment – ont été délégués syndicaux au *Monde*.

soutenu à sa création par l'Élysée pour contrecarrer le journal *Les Échos*, jugé trop à droite, les journalistes de la séquence Entreprises, plus jeunes, sont issus des journaux dont les valeurs sont empruntées au monde économique (Duval, 1995). Cette séquence dédiée à la vie des entreprises présente une vision qui apparaît décomplexée à l'égard des logiques économiques. En 1993, la privatisation du groupe pétrolier français Elf fut annoncée dans les pages intérieures du *Monde*. Cinq ans plus tard, le journal consacrait sa « manchette » au retrait de l'État du capital de France-Télécom. Il n'est pas inutile de remarquer que si, en 1998, certains de ses rédacteurs ont migré vers les séquences International, France et Sport, aucun n'est allé en Société ni en Culture.

Mais, on ne peut employer le terme de déclassement sans évoquer le sort réservé au service Étranger qui, en 1995, était appelé « séquence Internationale ». Depuis sa naissance, le billet de l'Étranger qui faisait figure d'éditorial disparaissait de la première page. L'espace consacré à l'actualité étrangère, dans les pages du journal, était réduit, la page Enquête-Horizons constituant cependant, pour les correspondants étrangers, une alternative. Plusieurs rédacteurs quittaient le service qui accueillait une partie de l'ancien service économique. Les réticences au « mélange des genres », selon un rédacteur, témoignaient ainsi de la façon dont l'identité des journalistes du *Monde* était façonnée par les services, ce qu'exprimait ce rédacteur : « On a mélangé des cultures, ils n'avaient pas envie que l'on vienne, on a peut-être commis des erreurs, c'est une maison où les services étaient très structurants de l'identité des journalistes surtout le service Étranger ». Dirigé par de fortes personnalités, le service était amputé de ses membres, et de son chef. Au même moment, l'actualité internationale qui contribua à asseoir la renommée du quotidien, était moins présente dans les titres, comme l'exprime l'un des responsables chargés des titres : « Les manchettes internationales, on a dû tomber à peut-être de 50 % à 20 % contre 80 % pour France. C'est un réflexe purement marchand, on sait que si on fait des manchettes ? Là on en réalise une sur l'euro qui est quand même un événement historique ? On sait qu'on ne vendra rien. Au début, la direction a dit : "Il faut diminuer non pas le poids mais l'affichage en international, tous les journaux, tous les Anglo-saxons font ça". On nous bassine parfois en nous disant : "Lisez les journaux américains, ils ne titrent pas sur la Sierra Leone !" ». Ainsi l'attention portée à des conflits « médiatiques » contribue-t-elle à la relative misère de position d'un service noble, de plus en plus soumis aux impératifs de rentabilité : « Sur l'Irak, ça marche parce que c'est la guerre. On sait très bien que l'international, si c'est Israël-Palestine, on va vendre le journal avec une manchette Israël-Palestine, c'est très important. En plus, on le vend parce que les lecteurs sont très sensibles à ça, mais il y a plein de sujets internationaux dont ils se désintéressent complètement. On sait que si

on fait une manchette là-dessus, on perd moins dix... »²⁷. Si l'actualité étrangère, réduite au profit de l'actualité nationale, constitue un changement important, le développement des pages « magazines » liées au divertissement et aux sujets de consommation, n'en est pas moins symptomatique des transformations en cours. À ce titre, la séquence Aujourd'hui est la concrétisation d'une certaine conception du *Monde*, prônée par la direction et partagée par le chef de séquence qui a fait une grande partie de sa carrière au journal : « *Le Monde*, il faut casser cette image d'un journal réservé à une élite, qui sait tout. *Le Monde* est un journal qui s'adresse à tout le monde, qui doit être lisible de la première à la dernière minute, écrit simplement, etc., qui parle des choses que vivent les gens. Ils s'achètent des voitures, on leur en présente. [...] C'est la vie, c'est la vraie vie » (entretien, déc. 1998). La séquence Aujourd'hui qui existait déjà dans les années 80 prenait une nouvelle importance en 1995. Située en deuxième partie du journal, dans les « pages froides »²⁸ et « magazines », elle comprend quatre sections en 1998 : « Sports et Sciences » (autrefois intégrés au service Société), « Styles/Modes de vie »²⁹ et le « Cahier radio-télévision-multimédia »³⁰, chacune d'elles occupant une position particulière. Ainsi les sections Sports et les Sciences se démarquent-elles des autres, car elles traitent de l'actualité « chaude » et ont plus de visibilité dans les pages du journal : sujets en Une, Éditoriaux, Analyses et Commentaires, suppléments. À l'opposé, la section Styles/Modes de vie³¹, qui comprend huit rédacteurs, est confinée en dernière partie du journal, avec les jeux et les prévisions météorologiques. Elle traite des sujets de consommation comme le jardinage, l'automobile, la gastronomie, la mode et délivre des conseils pratiques sur des sujets divers. L'une des principales innovations de cette section réside dans le fait que sont mentionnés les prix des produits, la liste des boutiques, d'où les critiques qui lui sont adressées par certains journalistes du quotidien qui voient dans cet intérêt pour le commercial, les indices d'une institution mise à mal. En effet, la position très haute que *Le Monde* occupait dans la hiérarchie de la presse tenait au sérieux de ses informations ; le

²⁷ Entretien, déc. 1998.

²⁸ Les pages « froides » sont celles qui sont montées la veille par les secrétaires de rédaction et les maquettistes. Elles ne dépendent pas strictement de l'actualité immédiate.

²⁹ *Décision Médias* souligne que *Le Monde* « gagne des parts de marché grâce aux pages Styles » et à la « création d'un pôle de vente directe au sein du *Monde* Publicité sur les petits et moyens espaces en deuxième cahier » (*Décisions Médias*, 83, déc. 96-janv. 97).

³⁰ Depuis 1995, la section Communication-Radio-Télévision s'est scindée en deux. Communication a émigré vers la séquence Entreprises.

³¹ Depuis 1995, une rédactrice a rejoint la séquence Culture, tandis que quatre journalistes sont venus s'y agréger dont une journaliste du *Monde de l'Éducation*, ancienne pigiste, et un journaliste du service Société, ancien rédacteur au service économique, chargé de la rubrique Social.

commercial n'occupait pas une place importante et ce, d'autant plus que *Le Monde* n'avait pas de problèmes économiques. Le cas des sections Sports et Sciences est différent. Si les deux sections ont transité du service Société, réputé sérieux, à une séquence « magazine », cette migration est vécue pour les rubricards³² scientifiques comme un déclassement. Leur rubrique devient plus « ludique », ce qu'exprime l'un d'eux avec humour : « Depuis le déménagement [en 1996], on s'est rapproché des toilettes ». À titre de compensation, les rédacteurs scientifiques, lorsqu'ils publient dans les pages Horizons, s'accordent pour reconnaître que leur sujet acquiert plus de visibilité, ce qui peut s'interpréter comme le signe d'une conversion : « Maintenant, expliquait le chef-adjoint de séquence, les journalistes scientifiques se sont aperçus qu'en traitant certains sujets dans Horizons, ils avaient plus de retombées, leur rubrique ne passe plus inaperçue [...]. Les gens leur écrivaient, leur téléphonaient, ou même des gens qui les connaissaient, certains de leurs interlocuteurs les ont appelés à propos de cette page-là [...]. Du coup, ils ont fait d'autres propositions, on pouvait pas les prendre pour une question de place mais ça leur a fait aussi changer d'attitude »³³. À l'inverse, le glissement des Sports du service Société au service Aujourd'hui, constitue une véritable promotion pour ses rédacteurs fraîchement recrutés, issus de journaux grand public comme *Le Parisien* et de *L'Équipe*, et de la presse quotidienne nationale d'information générale, *Libération* ou *La Croix*³⁴. Considérées jusque-là comme une rubrique dominée, davantage perçue comme un « tremplin » pour des secrétaires de rédaction et des journalistes souhaitant changer de rubrique qu'un espace où « faire carrière », les sports ont subitement acquis en légitimité. La venue de journalistes « spécialisés » de *L'Équipe* et du *Parisien* a contribué à changer le mode de traitement de l'information sportive, en même temps qu'ils participent à la valorisation d'une rubrique devenue stratégique d'un point de vue commercial. Des disciplines comme le football, le cyclisme (lors d'événements comme le Tour de France), les championnats d'athlétisme et, en général, les tournois internationaux et européens, sont traités en priorité. L'augmentation du nombre de pages, de suppléments et de dossiers (« le sport et Vichy », « le sport et le dopage »), l'accès à la Une, aux éditoriaux, une plus « grande présence sur le terrain » confèrent à cette rubrique les apparences du sérieux.

³² Le rubricard est un terme indigène qui désigne un journaliste responsable d'une rubrique.

³³ Entretien, déc. 1998.

³⁴ En 1998, la section comprend huit rédacteurs qui, hormis une rédactrice (elle-même venant du service Culture), ont tous été recrutés après 1995 : deux anciens du *Parisien* dont le chef de « section », deux pigistes titularisés dont l'une travaillait pour *Libération*, l'autre à *La Croix*, un ancien secrétaire de rédaction du *Monde*, un ancien rédacteur du *Monde Rhône Alpes*, enfin un rédacteur ayant travaillé dans plusieurs journaux dont *Le Figaro* et surtout *L'Équipe magazine*.

Cependant, ceci présente un paradoxe. En effet, d'un côté, la priorité est donnée à des sports plus « populaires », susceptibles de capter une vaste audience³⁵, de l'autre, la révélation d'affaires permet aux Sports d'accéder au rang des rubriques nobles, ce dont témoigne le chef de section qui trouve ici un moyen de renouer avec sa formation politique. Considéré comme un « espace magazine » dans un service « sérieux », le sport est désormais considéré comme un espace « sérieux » au sein d'un « espace magazine ».

La « couverture » du Mondial 98.

Le Mondial 98 a fait l'objet d'une importante « couverture » rédactionnelle, tant au niveau des pages et emplacements qui lui ont été consacrés, qu'au niveau de la mobilisation de ses rédacteurs issus de différentes séquences : International (6), Société (2 anciens rédacteurs sportifs), Entreprises (1), Communication (3 dont un ancien rédacteur sportif), Culture (3).

Le directeur du *Monde*, dans son éditorial titré « Coup d'envoi », paru dans le supplément « Mondial 98 : Que le foot commence » (04/12/97), écrit :

« L'importance de cette manifestation, que l'on doit à l'initiative de Jules Rimet [...], son caractère fortement symbolique de la capacité d'accueil de notre pays, la confrontation salutaire à laquelle il sera soumis, par médias interposés, avec le reste du monde et, pourquoi ne pas l'avouer, l'allant et le dynamisme de Michel Platini nous ont convaincu d'apporter notre pierre à cet édifice collectif ».

La « mobilisation du *Monde* » :

Le Monde publie, en collaboration avec le Comité français d'organisation de la Coupe du monde de football 98 (CFO), quatre dossiers « destinés à éclairer tous les aspects d'une compétition qui doit être suivie par 2,5 millions de spectateurs dans les stades et plus de 37 milliards de téléspectateurs (en audience cumulée) »³⁶. Pour la première fois depuis sa création, *Le Monde* mobilise « pendant un mois, 40 personnes sur un unique sujet » (*ibid.*). « Sous la responsabilité d'Alain Giraudo (responsable de la séquence Aujourd'hui), 22 reporters et l'ensemble du réseau de correspondants à l'étranger couvriront le Mondial ». Un deuxième cahier, « Le Mondial » est distribué avec le quotidien, durant cinq semaines « décryptant, au-delà des stricts résultats, les enjeux d'un sport qui a pris au cours du siècle une dimension géo-politico-économique planétaire ». Une « infographie », des « détails pratiques », des « éléments d'analyse » est proposée ainsi qu'une série de rubriques permanentes autour du sujet. *Le Monde* publie également un guide pratique de 24 pages et invite les internautes à visiter son site.

Source : *Le Mondial*, document (interne) destiné aux annonceurs.

³⁵ À ce sujet, D. Marchetti et B. Dargelos (2000) montrent de quelle façon la concurrence commerciale entre les chaînes de télévision s'est opérée au profit des sports censés faire le plus d'audience : le football, la formule 1, voire pour certains événements sur le cyclisme, la boxe ou le rugby.

³⁶ « Les enjeux » (édition du 27/03/97), « La sécurité » (édition du 19/09/97), « Le bénévolat » (édition du 07/11/97), « La technologie » (édition du 19/12/97).

La promotion du grand reportage

Après avoir présenté les transformations induites par la nouvelle formule sur le traitement de certains domaines d'information, il s'agit d'étudier la façon dont elles ont pu contribuer à redéfinir le métier de journaliste. Présentée comme étant l'une des principales innovations de la nouvelle formule, la séquence Horizons-Enquête consacre une page quotidienne à de longs papiers sur des personnalités, des analyses, des débats et des enquêtes. Elle constitue un espace hybride entre l'article de fond et l'article « magazine ». « D'onc, c'est X [l'un des membres de l'équipe de réflexion de la nouvelle formule] qui avait recommandé de faire cette page-là, en s'inspirant de journaux anglo-saxons qui ont souvent ce genre de pages au milieu du journal », témoigne le responsable de séquence qui poursuit : « Au départ, [...] ça devait être "une plage de lecture", on entre dans une partie assez austère, Étranger, France, Société, après on s'oxygène un peu en lisant un sujet. Mais il y a eu un changement de fond, c'est-à-dire que c'était surtout une page magazine qui, en principe, ne devait pas avoir beaucoup de rapport avec l'actualité. C'était vraiment une idée surprenante alors que maintenant, au fil du temps, on s'est aperçu qu'on est souvent à l'étroit dans les séquences et c'est une page qui permet de rebondir, de compléter l'actualité. On a eu le cas la semaine dernière avec le document sur le Front national, les trucs sur Pinochet. De plus en plus, c'est une page qui devient une page d'actualité ». Ainsi dix anciens rubricards (de l'International, des Sports, de la Communication, de Société et d'Économie) font-ils partie de l'équipe des grands reporters de la section Enquête de la séquence Horizons. Séquence floue au départ, elle est devenue, tout comme le titre de « grand reporter », particulièrement valorisée dans le journal, tout en révélant un glissement dans la définition légitime du « bon journaliste » au *Monde*. Dans le même journal, le grand reportage se définit avant tout par rapport au journalisme expert. Il lui oppose son « professionnalisme », son savoir-faire, c'est-à-dire sa capacité à « écrire sur tous les sujets », sa « qualité de plume », son « style imagé et vivant », son « regard neuf », et surtout sa « volonté de s'adresser au grand public », selon un grand reporter interrogé en 1998. Sa conception de l'information repose sur la critique du journaliste « expert » qui « écrit de haut » pour « un noyau d'intellectuels qui sait tout », « inhibé par ses sources », « qui se fiche du lecteur » (Scheidermann, 1999 : 23-24). Du point de vue des rubricards, les grands reporters sont plus proches du « pôle commercial » car ils écrivent essentiellement des sujets « magazines », autrement dit « légers », destinés « au plus grand nombre ». Cette lutte pour la définition des savoir-faire journalistiques recouvre, dans la pratique, une division du travail particulière. Le grand reporter, s'il peut parfois mener, de sa propre initiative, des enquêtes longues et de façon autonome, travaille également à la commande pour

les séquences (petits reportages et portraits). Les relations, parfois conflictuelles, qui peuvent exister entre les chargés de rubrique « qui se gardent naturellement les sujets intéressants » (entretien, déc. 1998), et les grands reporters ont, pour terrain essentiel, le rapport aux sources. Si le grand reporter a, en partie, pour fonction d'éviter au rubricard, soucieux de « sortir une information », de se « griller » avec ses sources, dans la pratique, le grand reporter est bien souvent accusé de « griller » le rubricard vis-à-vis de ses sources. L'attrait des séquences pour les pages Enquête-Horizons, des rubricards pour le statut de grand reporter (ce qui nécessite d'être recoupé par des entretiens plus approfondis auprès de rubricards – par exemple, les rédacteurs de la séquence International utilisent cette page parce que le territoire de leur séquence s'est rétréci) sont les signes d'un changement dans la définition même du journaliste et du journalisme au *Monde*. Ceci nous semble révéler un transfert de légitimité puisqu'au travail du spécialiste, s'adressant à un lectorat restreint et « savant », viendrait se substituer celui du « professionnel » capable de s'adresser au plus grand nombre. Le statut de grand reporter soulève la question du rapport aux sources et interroge la définition même du journalisme.

Conclusion

Le poids des logiques d'audience sur le traitement de l'information est devenu de plus en plus présent dans les pages du journal *Le Monde*. Ces logiques déterminent certains choix éditoriaux comme la promotion du sport, de la micro-économie, des sujets pratiques et « magazines », la réduction de l'actualité internationale et la suppression de la rubrique sociale. Elles entraînent également une redéfinition du métier de journaliste, ce dernier étant plutôt poussé à anticiper les attentes des publics qu'à créer son propre public (Bourdieu, 1996). En 2003, *Le Monde* fut la cible d'une série de critiques souvent formulées par d'anciens collaborateurs. Éric Nolleau et Pierre Jurde décortiquaient le fonctionnement du supplément hebdomadaire, *Le Monde des livres* ; dans une réflexion acerbe sur le journalisme politique, Daniel Carton (2003 : 88), ancien journaliste au *Monde*, décrivait le nouveau *Monde* comme un journal devenu « ordinaire, encore mieux fait que tous les autres, mais ordinaire ». Mais, c'est *La face cachée du Monde. Du contre-pouvoir aux abus de pouvoir* de Pierre Péan, journaliste de « révélations » et Philippe Cohen, journaliste économique à l'hebdomadaire *Marianne*, qui constitua véritablement un événement journalistique et un best-seller³⁷

³⁷ Moins d'une semaine après sa parution, entre le 22 et le 28 février 2003, le livre dont le tirage s'élève à 255 000 exemplaires, est classé deuxième meilleure vente.

donnant lieu, par la suite, à d'autres publications³⁸. L'Agence France Presse lui consacrait plus d'une centaine de dépêches et parlait de « brûlot », *L'Express*, qui faillit être racheté par *Le Monde* en 1997, diffusait les bonnes pages du livre avant parution, *Libération* publiait une quarantaine d'articles dont un éditorial signé par son directeur, Serge July. Le livre était évoqué dans plusieurs émissions de télévision diffusées sur les chaînes Canal Plus (« Plus Clair », « Le vrai journal », « Le journal des bonnes nouvelles »), France 2 (« Mots Croisés », « Complément d'enquête »), France 3 (« On ne peut pas plaire à tout le monde »), France 2 et TF1 (« Le journal de 20 heures »), M6 (« Six minutes »). On peut d'ailleurs s'interroger sur la participation du *Monde* à la construction de l'événement. Dès le jour de la parution du livre, le quotidien du soir lui consacrait sa Une sous le titre : « *Le Monde* menacé-t-il la France ? ». Une semaine plus tard, Robert Solé écrivait : « Jamais, dans son histoire, *Le Monde* n'a été mis en cause de manière aussi globale » (03/03/03). Pierre Péan et Philippe Cohen accusaient *Le Monde* d'abuser de son pouvoir pour servir ses intérêts commerciaux et politiques, d'avoir renoncé aux valeurs fondatrices et aux règles journalistiques qui avaient construit sa notoriété et d'être devenu une menace pour la démocratie. Tout se passe comme si ces attaques poursuivaient les débats sur la définition du journalisme qui avaient cours, au début des années 80, dans la rédaction du journal. Pour dire vite, ils opposaient les journalistes « engagés », pour qui l'information pure n'existe pas et ceux qui croyaient dans l'objectivité des faits. Les premiers, derrière Claude Julien, proposaient un journal réduit en nombre de pages, dans lequel s'échangeraient des points de vue ; les seconds, plus prompts à capter un vaste public, proposaient de multiplier le nombre de pages et les sujets abordés sous un angle plus neutre (Sedel, 1999). Mais au lieu de se dérouler entre les quatre murs de l'institution, ces luttes se déplacent à l'extérieur, sur le terrain éditorial et les plateaux de télévision. Ici, le verdict des pairs – livré au public – prend différentes formes, depuis l'essai autobiographique (Carton, 2003 ; Rollat, 2004), jusqu'à l'enquête d'investigation qui permet de susciter l'intérêt d'un public pour qui *Le Monde* n'est pas un sujet de discussion courant. Jürgen Habermas décrivait, parallèlement à la naissance de l'État moderne, l'émergence d'une sphère publique bourgeoise qui prônait, face à l'arbitraire du prince fondé sur la pratique du secret, l'usage de la raison. En cessant d'appartenir à l'Église et à la cour, les biens culturels perdaient leur caractère sacré et religieux. Transformés, sous l'effet du capitalisme, en marchandises, les « profanes » pouvaient en analyser le contenu au moyen d'arguments rationnels (Habermas, 1962). Par les

³⁸ Parmi lesquels *Ma Part du Monde* d'A. Rollat (2003), ancien directeur adjoint de la rédaction du *Monde*, (allusion au livre d'É. Plenel, *Ma part d'ombre*, 1992), *Le pouvoir du Monde* de B. Poulet (2003), rédacteur en chef à *L'Expansion*.

transformations du champ journalistique saisies à travers *Le Monde* et ses critiques, c'est la redéfinition des limites de l'espace public bourgeois, de la culture légitime et de ses institutions qui, sous la pression des modes de consommation « populaire » (c'est-à-dire surtout la montée de l'audiovisuel) et la démocratisation de l'école, semble être en jeu.

Références

- Benson R., 2002, « The political/literary model of French journalism : change and continuity in immigration news coverage, 1973-1991 », *Journal of European Area Studies*, Vol. 10, 1, pp. 49-70.
- Berger F., 1992, « La Quatrième équipe de l'affaire Greenpeace », *Journaux intimes. Les aventures tragi-comiques de la presse sous François Mitterrand*, Paris, R. Laffont.
- Bourdieu P., 1996, *Sur la télévision*, suivi de *L'emprise du journalisme*, Paris, Éd. Liber/Raisons d'agir.
- Bourdieu P., Delsaut Y., 1975, « Le couturier et sa griffe : contribution à une théorie de la magie », *Actes de la recherche en sciences sociales*, 1, janv., pp. 7-36.
- Bourdieu P., Wacziarg L. J. D., 1992, *Réponses. Pour une anthropologie réflexive*, Paris, Éd. du Seuil.
- Carton D., 2002, *Bien entendu, c'est off*, Paris, A. Michel
- Champagne P., 1994, « La loi des grands nombres. Mesure de l'audience et représentation politique du public », *Actes de la recherche en sciences sociales*, 101-102, mars, pp. 10-22.
- 2000, « Le médiateur entre deux Mondes », *Actes de la recherche en sciences sociales*, 131-132, mars, pp. 8-29.
- Champagne P., Marchetti D., 1994, « L'information médicale sous contrainte. À propos du "scandale du sang contaminé" », *Actes de la recherche en sciences sociales*, 101-102, mars, pp. 40-62.
- Duval J., 1995, *Le traitement médiatique d'une réunion de la Commission des comptes de la Sécurité sociale, Contributions à une analyse sociologique du journalisme économique*, mémoire de DEA de sociologie, Paris, École des hautes études en sciences sociales.
- Éveno P., 1996, *Le Monde 1944-1995. Histoire d'une entreprise de presse*, Paris, Éd. Le Monde.
- Ferreira Maia K. B., 2003, *Approche comparative de la fonction de médiateur de presse dans les quotidiens brésiliens Folha de Sao Paulo et français Le Monde*, thèse en sciences de l'information et de la communication, université de Metz.
- 2004, « Le fragile compromis des principes de justification de la médiation de presse », *Questions de communication*, 6, pp. 203-216.

- Habermas J, 1962, *L'espace public. Archéologie de la publicité comme dimension constitutive de la société bourgeoise*, trad. de l'allemand par M. B. de Launay, Paris, Payot, 1993.
- Juhem P, 2001, « Luttres partissnes et fluctuation des cadres cognitifs des journalistes », pp.109-139, in : J Gerstlé, dir., *Les effets d'information en politique*, Paris, Éd. L'Harmattan.
- Julliard J, Jeanneney J-N., 1979, *Le Monde de Beuve-Méry ou le métier d'Alceste*, Paris, Éd. du Seuil.
- Legris M., 1976, *Le Monde tel qu'il est*, Paris, Plon.
- Marchetti D., 1997, *Contribution à une sociologie des transformations du champ journalistiques dans les années 80 et 90. À propos d'« événements sida » et du « scandale du sang contaminé »*, thèse de doctorat de sociologie, Paris, École des hautes études en sciences sociales.
- Marchetti D., Dargelos B., 2000, « Les professionnels de l'information sportive. Entre exigences professionnelles et contraintes économiques », *Regards sociologiques*, 20, pp. 67-87.
- Mercier A., 1996, *Le journal télévisé*, Paris, Presses de la Fondation nationale des sciences politiques.
- Nolleau É., 2003, *Petit déjeuner chez Tyrannie*, Éd. L'Esprit des Péninsules.
- Padoleau J-G., 1985, *Le Monde et le Washington Post*, Paris, Presses universitaires de France.
- Plenel É., 1992, *Ma part d'ombre*, Paris, Stock.
- Poulet B., 2003, *Le pouvoir du Monde*, Paris, Éd. La Découverte.
- Rollat A., 2003, *Ma Part du Monde. Vingt-cinq ans de liberté d'expression*, Paris, Éd. de Paris.
- Schneidermann D., 1999, *Du journalisme après Bourdieu*, Paris, Fayard.
- Sedel J, 1999, *Le Monde nouvelle formule. Contribution à une étude des transformations récentes du champ journalistique*, mémoire de DEA de sociologie, Paris, École des hautes études en sciences sociales.