



L'angle journalistique.

Usages identitaires d'une technique et d'un concept en
journalisme local.

Pierre YACGER

Mémoire de master

Sous la direction de : Denis RUELLAN

2009 - 2010

Remerciements

Mes remerciements vont à tous les journalistes qui ont accepté ma présence ou se sont prêtés au jeu des entretiens, et surtout à Colette David, Stéphane Vernay et Paul Goupil pour leur aide précieuse.

Merci à Denis Ruellan, pour ses conseils et ses encouragements. A Florence Le Cam et Roselyne Ringoot, également, qui me donnent goût au monde de la recherche.

Enfin, je souhaite remercier à Clara pour le temps consacré à la relecture de ce travail, et pour mille autres choses encore...

Ce travail s'inscrit dans le cadre d'un apprentissage de la recherche. Il est donc nécessairement inabouti et présente des imperfections et des insuffisances. Par ailleurs, l'IEP n'entend donner aucune approbation aux informations et aux analyses contenues dans ce mémoire. Elles doivent être considérées comme relevant de la seule responsabilité de l'auteur.

Sommaire

Introduction.....	5
I. Se sentir journaliste : l'angle comme norme professionnelle de rapport au monde.....	27
A. Un modèle professionnel de cadrage et de restitution du réel.....	28
1. L'angle peut être défini comme une technique professionnelle.....	28
2. La dimension normative de l'angle.....	32
B. Une norme intériorisée de diverses manières mais qui fait exister le « point de vue » journalistique.....	39
1. La légitimation par la rationalisation du travail.....	39
2. L'angle dans les discours de légitimation par le rôle social du journaliste.....	44
3. L'impossible définition de la pratique angulaire.....	51
C. Regards critiques sur un idéal professionnel.....	58
1. Une pratique peu valorisée au quotidien.....	59
2. Les routines, les contraintes et les directives comme facteurs explicatifs.....	63
3. Des identités professionnelles travaillées par la déception.....	68
II. Se présenter en journaliste : l'angle comme instrument de réglage des relations.....	73
A. Un enjeu lors de la négociation avec les sources.....	75
1. La mise en scène du professionnalisme.....	76
2. Quand le journaliste maîtrise la trajectoire de son article.....	79
3. Quand les sources influencent la pratique angulaire.....	86
4. Déplacer l'angle pour garder le contrôle.....	93
B. Un instrument de réglage des relations au sein de la rédaction.....	96
1. L'angle pour organiser le partage des tâches au sein de la rédaction.....	97
2. Le réglage des relations avec les collaborateurs extérieurs et les autres professionnels.....	104
3. Quand les qualités professionnelles sont évaluées à l'aune de l'angle.....	109
Conclusion.....	118
Bibliographie.....	123
Annexes.....	128
Liste des personnes rencontrées.....	128
Grille d'entretien avec les journalistes pigistes.....	129
« Les bâtiments du futur devront être étanches ».....	131
« Vols avec arme : un suspect interpellé lundi ».....	132
« Polyphonies de mars à la maison de la poésie ».....	133
« A la chasse au trésor, un GPS pour boussole ».....	134
« Les rois et reines des échecs sacrés à Bréquigny ».....	135
Quatre versions d'une même image.....	136

Introduction

Les discours sur le journalisme prolifèrent. Il y a, bien sur, les discours critiques qui sont probablement aussi vieux que le journalisme lui-même : dans *Bel Ami* déjà, Maupassant reprochait au journalisme d'être un tremplin pour les ambitieux plutôt qu'un vrai métier. Il y a également les discours savant qui se sont multipliés, ces dernières années. Pour des sociologues, des politistes, des économistes et des historiens, le journalisme est devenu un champ d'étude à part entière. Autant de discours mus par une même volonté de connaître, de comprendre ce qui caractérise cette activité. Qu'est-ce que le journalisme ? Qu'est-ce qui distingue – ou devrait distinguer - cette activité de production de discours d'autres activités ? Comment travaillent les journalistes ? Pour répondre à ces interrogations fondamentales, on analyse les pratiques professionnelles, l'histoire et la composition du groupe ainsi que les discours de presse. Dès lors, les réponses apportées varient considérablement d'un auteur, d'une perspective à l'autre. D'autant que le journalisme lui-même évolue avec le temps.

Nombre des approches sociologiques ont toutefois en commun de mettre l'accent sur les techniques. Probablement parce que les journalistes eux-mêmes ont produit de nombreux discours sur trois grandes compétences à maîtriser pour être un bon journaliste : l'éthique, le talent et les techniques de recueil et de mise en forme de l'information. Selon les lieux et les moments, ce sera l'un ou l'autre de ces pôles qui sera plus valorisé. Toutefois, il convient de noter que si la légitimation par la déontologie ou le talent trouvent leur origine dans les deux espaces sociaux qui ont vu naître le journalisme : le politique et la littérature; les techniques de travail, elles, seraient spécifiquement journalistiques dans la mesure où elles auraient été inventées dans les rédactions et pour les journalistes. Ainsi, les techniques d'écriture et de collecte de l'information joueraient un rôle central dans la caractérisation du journalisme, puisqu'elles représenteraient la part de sa définition qui lui appartient en propre.

Cette définition du professionnalisme par les compétences rejoint en partie la

définition des professions élaborée par la sociologie fonctionnaliste. Pour ce courant théorique, une profession se caractérise par quatre critères. D'abord elle détient le monopole sur l'activité : ainsi seuls des professionnels peuvent exercer la médecine ou appartenir à la magistrature. Ensuite, elle n'est accessible que sous certaines conditions (diplôme, concours, etc.). Elle dispose également de valeurs et d'une éthique clairement affirmées et qui possèdent un rôle contraignant dans la mesure où il existe des institutions en charge de leur respect, tels les ordres professionnels. Enfin, une profession est un groupe social « pour soi » dirait Marx, c'est-à-dire que ses membres s'identifient au groupe et travaillent à le faire exister. Pour les sociologues fonctionnalistes, les professions ont une raison d'être. Elles sont indispensables au bon fonctionnement de la société, dans la mesure où leur existence garantit que les activités sociales les plus délicates (santé, justice, etc.) seront pratiquées de manière efficiente. Que des institutions soient autorisées à scruter les qualifications, les compétences et l'éthique des personnes prétendant exercer l'activité est alors considéré comme un moyen légitime de contrôle et de rationalisation des activités les plus cruciales.

Et l'information ? Possède-t-elle une fonction si cruciale que le groupe de ceux qui s'en chargent puisse demander à être reconnu comme une profession ? Dès lors que l'on associe information et démocratie, la réponse est positive. Or, c'est ce qu'ont fait nos sociétés depuis le dix-huitième siècle au moins. Géraldine Muhlmann, qui a travaillé sur le journalisme d'un point de vue de philosophie politique résume bien les arguments au service de cette thèse: « *la démocratie exige, précisément, que les conflits soient représentés, mis en scène, exprimés symboliquement [...] Le journalisme doit son existence même à cette exigence de représentation qui est à la source du projet démocratique¹.* » Partageant cette conception, nombre de sociologues anglo-saxons se sont alors attachés à analyser le journalisme au prisme de la théorie fonctionnaliste afin de comprendre si, effectivement, l'activité d'informer était monopolisée et régulée. La tâche du sociologue est ici de mesurer, d'évaluer et de juger le degré de professionnalisme² auquel sont parvenus ceux qui

1 Muhlmann G., *Le Regard du journaliste en démocratie*, p.705.

2 L'indice de professionnalisme développé par McLeod et Hawley a, par exemple, inspiré de nombreux travaux dans le monde anglo-saxon.

prétendent constituer une profession. Ces études ont donné des résultats contrastés. Certaines tendent à montrer que le journalisme n'est pas tout à fait une profession, parce que les praticiens sont soumis à des logiques diverses (commerciales, éditoriales, politiques) et parce qu'ils ne maîtrisent pas totalement leur espace. Les logiques d'entreprise, les relations avec les sources, ou les routines entrent constamment en conflit avec ce qui devrait être une pratique professionnelle de l'information, c'est-à-dire une pratique régie par des techniques utilisées et utilisables par les seuls professionnels et mobilisées dans un respect de l'éthique, qui est le corollaire du rôle social de l'information. Pour d'autres, au contraire, le journalisme est une profession dès lors que les praticiens développent une fraternité professionnelle et une conscience d'accomplir une mission de service public. Mais il n'est pas aisé de trouver une telle unité dans cet univers fragmenté qu'est le journalisme³. Une dernière catégorie d'auteurs tend à considérer que le journalisme est plus ou moins professionnalisé selon les époques, et davantage aux Etats-Unis qu'en France ou l'activité resterait souvent tributaire de ses origines dans les mondes de la politique et de l'art. La situation en France serait celle d'une professionnalisation inaboutie, ou – au mieux - plus tardive. Car il existe des indices de la professionnalisation : le groupe des journalistes, bien qu'éclaté, partage des normes, des valeurs et a cherché à les faire reconnaître comme professionnelles. On pensera, par exemple, à la référence à un code déontologique, à des grandes plumes ou à des luttes passées qui ont aboutit à la définition d'un statut du journaliste professionnel couronné par la « carte » en 1935. Pour autant, l'activité reste accessible à ceux qui ne portent pas cette carte. Surtout, l'introduction des manières de faire spécifiquement journalistiques élaborées aux Etats-Unis durant le dix-neuvième siècle aurait été plus tardive et partielle. Ces techniques vont de pair avec l'importance donnée au travail de terrain, au recoupement, aux faits plutôt qu'à leur commentaire, à l'objectivité, la recherche de l'efficacité etc. Le journalisme français, au contraire serait tantôt littéraire, tantôt plus éditorialisant. Bref : il serait moins rigoureusement journaliste. Erik Neveu⁴ a montré combien cette distinction entre deux modèles était critiquable en ce qu'elle gomme toutes les nuances qui peuvent

3 Pour un résumé des débats sur le degré de professionnalisation, voir Neveu E., « *Sociologie du journalisme* », 2001, pp.18-19

4 Neveu E., op.cit., pp.16-18.

exister au sein de chacun d'entre eux.

L'exposé de ces thèses permet néanmoins de montrer combien les techniques pouvaient être jugées importantes pour certains, sociologues et historiens, qui en font un élément clé du professionnalisme. Toutefois, leur attention ne se porte pas sur toutes les techniques mais sur les plus formelles, codifiées et transmissibles. Celles qui semblent le mieux permettre une rationalisation du travail selon des normes journalistiques : la pyramide inversée, la règle des 5W ou celle de la pyramide inversée, etc. Ce dernier point pose problème : alors qu'il existe de multiples manières de pratiquer le journalisme, peut-on considérer que les journalistes s'accordent sur la définition et l'usage de ces techniques ?

Selon Everett Hughes la sociologie fonctionnaliste des professions présente une tendance à durcir à outrance la définition des techniques. Pour lui, ces savoirs et savoirs-faire présentés comme nobles ou rigoureux restent souvent introuvables et ne peuvent donc pas constituer un critère de professionnalisme. Les techniques, en effet, sont souvent moins codifiées que les praticiens ne l'affirment.

« La nature du savoir, appliqué ou théorique, qui sous-tend les avis et les actes du professionnel n'est pas toujours très claire; il s'agit souvent d'un mélange de plusieurs types de savoirs pratiques et théoriques. Mais le fait que la pratique de la profession repose sur un type de savoir auquel seuls les membres de la profession ont accès, en vertu de longues études et d'un long processus d'initiation et d'apprentissage dirigé par des maîtres qui appartiennent à la profession, est partie intégrante de ce qui constitue la profession et ses revendications⁵. »

Contre les approches citées plus haut, Hughes affirme donc qu'une profession est un enjeu de luttes. Une profession n'existe qu'à partir du moment où les acteurs exerçant une activité précise ont réussi à obtenir un mandat pour exercer cette activité, c'est-à-dire la reconnaissance que telle activité ne peut être pratiquée que par ceux qui sont du métier : ceux qui ont reçu une formation adéquate, voire une intronisation ou une initiation. Ainsi, pour les interactionnistes, la professionnalisation est un mouvement social et la profession est un objet idéologique. La profession n'existe que si elle a été promue, construite par des

5 Hughes E., « *Le Regard Sociologique* », p.109.

acteurs. L'interactionnisme propose alors de redéfinir la profession comme

« une activité relationnelle et interactive, c'est-à-dire produite par un groupe de pairs, orientée vers la création d'un « ordre interne », certes provisoire mais nécessaire. Ce que Hughes appelle souvent l'ordre de l'interaction, est, dans le champs professionnel, le résultat contingent de l'action d'un groupe de travail valorisant le travail bien fait, essayant de contrôler son territoire et de se préserver de la concurrence.⁶ »

Dans cette perspective, il convient de chercher à comprendre quelles normes et valeurs, quelles techniques sont mises en avant par les praticiens dans leur tentative de normaliser les pratiques.

Plusieurs travaux historiques ont montré que la constitution du groupe professionnel était inséparable d'une dynamique de codification de ses pratiques. En Grande Bretagne, la presse a connu une période de forte expansion au dix-neuvième siècle. La situation était alors caractérisée par la prolifération des entreprises à une époque où le capital était de plus en plus mobile, et par la faible intervention de l'État dans le secteur. Dès lors, le marché est devenu très concurrentiel et, pour résister, les entreprises de presse ont dû rationaliser le travail, le diviser et l'organiser selon des procédés qui, finalement, donneront naissance à un ordre de discours spécifique⁷. En France, l'activité se professionnalise à la toute fin du siècle sous l'influence de certains journalistes groupés en associations, syndicats et mutuelles. Leur but : autonomiser leur activité, la faire apparaître comme un métier singulier, irréductible aux deux formes de prise de parole qui l'inspiraient jusqu'alors : la littérature et la politique. Obtenir, en somme, la reconnaissance d'un statut. Le mouvement passe notamment par l'identification aux normes plus factuelles de la presse étasunienne importées par *Le Matin* à partir de 1885⁸. Ainsi, les historiens Ferenczi et Chalaby montrent que la naissance du journalisme est bien un double mouvement de constitution d'un groupe défini par sa position dans le travail désormais collectif de production de l'information d'une part, et de création d'un ordre de discours spécifique d'autre part. Dans ces approche, les techniques participent de la définition du professionnalisme de deux manières. A la fois élément de rationalisation du travail

6 Dubar C. & Tripier P., « *Sociologie des professions* », 1998, p.95.

7 Chalaby J., « *The invention of journalism* », 1998.

8 Ferenczi T., « *L'invention du journalisme en France* », 1993.

et facteur de différenciation du discours journalistique par rapport à d'autres discours, les techniques journalistiques spécifient le rôle du journaliste professionnel et distinguent son discours.

Toutefois, Denis Ruellan a montré qu'à force de détailler les étapes de la constitution du groupe professionnel, le risque était d'exagérer sa cohérence. Dans deux travaux de socio-genèse de la profession⁹, il montre que les journalistes ont effectivement construit une identité professionnelle, mais une identité mouvante. D'abord, les journalistes l'ont construite contre celles des activités proches (littérature, sciences humaines, etc.) tout en s'inspirant de leurs pratiques. Le second temps de la professionnalisation fut celui de l'exclusion des amateurs. Détail intéressant : la volonté de clôture de l'espace professionnel amènera les associations professionnelles jusqu'à la tentative de création d'un « ordre du journalisme » pour réguler l'espace professionnel sur le modèle de l'ordre des médecins. Un ordre qui n'a jamais vu le jour, probablement parce que certains craignaient de ne plus pouvoir pratiquer d'autres activités, en dehors du journalisme tandis que d'autres s'inquiétaient d'un risque de normalisation autoritaire des savoir-faire. Au lieu de cela, le journalisme s'est constitué en « profession de frontière¹⁰ », c'est-à-dire une profession qui définit ses limites de manière suffisamment imprécise pour pouvoir les repousser. En fait, la frontière fonctionne en sens unique. La définition juridique du journalisme permet, par exemple, de gêner l'entrée et la reconnaissance de non professionnels tandis qu'elle n'interdit pas aux journalistes d'exercer d'autres activités puisque, rappelons-le, la loi de 1935¹¹ (voulue par le Syndicat National des Journalistes) définit le journaliste professionnel de manière tautologique, non exclusive et fort peu contraignante.

Cette identité professionnelle fluide est un atout. Elle est ce qui a permis au

9 Ruellan D., *Le journalisme ou le professionnalisme du flou*, 2007 ; *Les « pro » du journalisme*, 1997.

10 Au sens de la géographie humaine « *la frontière n'est pas une limite formelle précisant le territoire de chaque groupe social ou de chaque Etat, mais un espace neuf (ou considéré comme tel) à investir, à s'approprier* » (Ruellan D., *Le journalisme...*, p.49)

11 « *Est journaliste professionnel toute personne qui a pour activité principale, régulière et rétribuée, l'exercice de sa profession dans une ou plusieurs entreprises de presse, publications quotidiennes et périodiques ou agences de presse et qui en tire le principal de ses ressources* ». Pour la définition complète du statut, cf. articles L7111-3 à L7111-5 du Code du travail.

groupe professionnel, au fil du temps, d'intégrer des pratiques aussi diverses que le journalisme de radio, les actualités cinématographiques, ou le blogging par exemple. Ces travaux mènent l'auteur à parler de « professionnalisme du flou » en référence aux travaux de Luc Boltanski sur les cadres, lequel a montré que ce groupe ne pouvait exister qu'au prix d'une grande indéfinition. Même chose chez les journalistes : le groupe est trop hétérogène pour définir des règles strictes. En fait, la majorité des professionnels a intérêt à définir le groupe contre les amateurs et les activités proches, afin de se préserver quelques avantages et un prestige symbolique, mais à ne pas le définir de manière trop précise afin de se ménager la possibilité de varier ses pratiques ou ses activités tout en restant journaliste. Ainsi,

« ce « flou » ne doit pas être perçu comme un dysfonctionnement car il offre au groupe des capacités d'amalgame, de souplesse et de réduction des antagonismes tout à fait efficaces. Ce « flou » s'applique non seulement aux modalités de production, mais marque aussi profondément l'identité (juridique et sociologique) et la qualification (formation, compétence). En définitive, c'est toute la gestion du territoire professionnel qui est travaillée par l'imprécision et la fluidité.¹² »

Dans cette optique, Denis Ruellan reconnaît que le groupe professionnel peut se constituer sur des techniques ; à ceci près que les seules qui peuvent être productives à long terme et susciter l'adhésion de tous les professionnels sont relativement indéfinies, ou très simples. Des techniques floues, en définitive. Par suite, l'auteur a lancé à plusieurs reprises cette hypothèse : la pratique angulaire, technique souple, acceptable par tous les journalistes et mobilisable à tous les moments de la production de l'information serait une technique fondamentale pour le groupe professionnel. Chercher un angle, c'est choisir de traiter un aspect du sujet en particulier. Par exemple, si une catastrophe survient, les journalistes pourront choisir d'en tirer le bilan, d'expliquer ses causes, de faire un reportage sur l'ambiance qui règne sur les lieux sinistrés ou encore de faire témoigner des victimes. Ce choix fondamental a des incidences sur toute la production puisque l'angle oriente la sélection des sources, des questions pertinentes, le tri dans les données recueillies et, finalement, organise la cohérence du discours d'information. Ainsi, l'angle serait tout à la fois rationalisation du travail et choix journalistique :

12 Ruellan D. & Thierry D., « *Journal local et réseaux informatiques* », 1998, p.39.

L'angle est une prérationalisation, un acte premier par lequel l'observateur va décider d'isoler, dans l'étendue et la confusion du réel, une gamme d'aspects, en fonction de deux types de critères : leur accessibilité [...] [et] leur expressivité¹³.

De plus, il s'agirait d'une technique parfaitement adaptée à la caractéristique principale de la profession : sa fluidité :

Ce modèle de rationalisation se conçoit comme très peu codifié, mouvant, capable d'adaptations multiples. Il ne saurait d'ailleurs être question de le définir plus avant, car c'est justement pour ses qualités d'adaptabilité qu'il est préféré aujourd'hui, y compris dans les sanctuaires du dogme passé, les agences d'information (selon des reporters de l'AFP, les papiers d'angle occupent la moitié, voire les deux tiers de leur production de terrain, le reste étant consacré aux dépêches à la rhétorique traditionnelle)¹⁴.

Enfin, la pratique angulaire pourrait voir sa pertinence s'accroître grâce à la concurrence des multiples producteurs d'information en ligne. Le procédé resterait une compétence spécifiquement journalistique à l'heure où le pouvoir de publier des informations et de commenter l'actualité s'est répandu :

« Autrement dit, le journaliste n'est pas (ou plus) le maître de la forme (le journal) et des genres (ici le compte rendu, le reportage, l'interview), ce que tout un chacun peut désormais avec les outils de capture et de mise à disposition. Le journaliste est celui qui choisit les angles pertinents, qui procure les outils de compréhension des faits tombant désormais en cataracte sur le Web¹⁵ »

Denis Ruellan a approfondi ces pistes de travail à travers un article spécifiquement dévolu à l'étude de la pratique angulaire¹⁶. Cependant, la technique n'a encore jamais fait l'objet d'enquêtes de terrain. Ce mémoire trouve ici sa justification et son point de départ.

Pour commencer, nous conservons donc cette attention à la pratique angulaire dans une approche interactionniste. C'est une hypothèse de travail : l'angle, comme technique simple, serait mobilisé par les membres d'un groupe professionnel fluide

13 Ruellan D., « *Le journalisme ou le professionnalisme du flou* », 2007, p.137.

14 Ruellan D., *ibid.*, p.142.

15 Ruellan D., « *Genres, angle et professionnalisme* », 2009, p.39.

16 Ruellan D., « *La routine de l'angle* », 2006.

pour éprouver, légitimer et imposer leur professionnalisme sans renier la fluidité des définitions du journalisme professionnel. C'est une perspective résolument constructiviste. Le risque, alors, est de faire comme si l'angle n'existait qu'en discours. Chaque journaliste pouvant revendiquer l'usage de cette technique souple quelles que soient ses conditions de travail, il convient de ne pas éluder une autre hypothèse : au-delà des discours de légitimation, le procédé angulaire possède peut-être une réalité dans la pratique quotidienne du journalisme.

Deux éléments au moins incitent à accorder quelque crédit à la parole des acteurs et à ne pas considérer l'angle comme une simple idéologie professionnelle. Il s'agit d'utilisations de la technique qui ne correspondent pas à l'usage discursif que les journalistes semblent faire de la notion. Deux exemples où l'angle est autre chose qu'un instrument individuel de rationalisation du travail et un critère indigène de choix. Le premier est détaillé par Jacques Siracusa dans son étude sur les reporters de télévision¹⁷. L'auteur note que l'angle est, finalement, la manière la plus simple que connaissent les journalistes pour résumer leurs attentes, leurs projets, car un angle exprime en une phrase de quoi on souhaite parler, et de quelle manière. Alors, il peut s'agir d'un instrument de coordination : la rédaction décide d'un angle en conférence, puis elle l'assigne au rédacteur qui devra le suivre une fois sur le terrain. Ensuite, le rédacteur organisera la collaboration avec ses sources de manière conforme à l'angle : il préférera untel à untel, orientera ses questions en fonction de l'angle, etc. Le second exemple montre aussi que l'angle peut constituer une convention organisant le travail, mais avec les sources, cette fois. Il provient d'un dossier du magazine *Stratégies* destiné aux professionnels de la communication :

« Le journaliste attend aujourd'hui du sur-mesure, assurent les professionnels. «L'émergence en RP [Relations Presse] est plus souvent une question de pertinence stratégique et de personnalisation de l'information que d'investissement massif, note Caroline Saslawsky. Lire une information traitée à l'identique dans tous les médias tend à la banaliser. Alors que varier les angles en fonction du support et créer de vraies exclusivités avec un média stratégique peut se révéler nettement plus efficace.» Ainsi, pour l'association Plan, Ketchum a proposé à un journaliste de France Soir de parrainer un enfant au Bénin. Résultat : un reportage qui a fait la une du journal le 24 novembre dernier.¹⁸ »

17 Siracusa J., « Le JT, machine à décrire », 2001.

Dans ce second exemple l'angle n'est plus une simple rhétorique indigène, mais également une technique mobilisable par les sources. Quelles que soient la pertinence et la représentativité de ces deux exemples, ils suggèrent de considérer la pratique angulaire du point de vue des relations de travail et non plus à partir des discours de justification. Ainsi, la question de l'angle peut-être reposée de manière plus complexe : la pratique angulaire est-elle, en plus d'un instrument de légitimation, une technique de travail ? Cette technique appartient-elle spécifiquement au journaliste ? Ne peut-elle pas être lui être disputée par ses sources ?

L'écueil, c'est alors de se lancer dans un travail mille fois mené : l'étude de l'écart qui existe d'une règle à son application. Telle perspective n'explique pas. Elle ne permet pas de comprendre les liens entre une technique et ce que l'on appelle le professionnalisme. Elle n'est productive qu'à condition de postuler que la pratique angulaire est en soi un élément de professionnalisme. Or nous souhaitons justement ré-interroger ce présupposé. Mais comment faire, alors, pour analyser à la fois les discours sur l'angle et la pratique angulaire ?

La contradiction réside peut-être dans l'usage que nous avons fait du concept de professionnalisme. La professionnalisation est un processus de long terme, un mouvement social. Or, nous cherchons à comparer les discours de ceux qui participent de ce processus avec leurs pratiques de travail, c'est-à-dire avec leurs manières d'agir dans les interactions quotidiennes. Les journalistes, au quotidien, ne passent pas leur temps à construire une profession - en témoignent le faible taux de syndicalisation et l'insuccès des sociétés de rédacteurs. Ils sont engagés dans des actions dont la temporalité est tout autre : placer un article, choisir un sujet, négocier la collaboration des sources. Bref : produire un discours d'information. Comment concilier ces deux temporalités ? La solution est contenue dans une remarque formulée par Hughes : il ne faut jamais oublier que le professionnalisme est également un processus identitaire. Car appartenir à une profession, ce n'est pas seulement chercher à définir ou fortifier le groupe professionnel, c'est également

18 « *Faut-il croire les journalistes ?* », 2004, source : <http://www.strategies.fr/etudes-tendances/dossiers/r31925/comment-accrocher-les-journalistes.html>

travailler. Hughes propose alors d'étudier les professions comme n'importe quel métier. Pour lui, il n'existe pas de différences de nature entre les professions et les autres activités moins prestigieuses (considérées comme des métiers) qui peuvent toutes être étudiées de la même manière. Il importe peu, alors, de savoir combien la profession journalistique est structurée. Les activités de travail – qu'il s'agisse de professions ou non – doivent être analysées à travers deux dimensions : « *à la fois comme des processus subjectivement signifiants et comme des relations dynamiques avec les autres* ¹⁹ ». C'est-à-dire qu'un travail est d'abord une forme d'accomplissement de soi. Tout travailleur cherche dans son activité les éléments qui lui permettront de construire une certaine estime de soi, même les plus humbles.

Il faut donc étudier le journalisme comme un travail, c'est-à-dire comme une activité relationnelle qui, nécessairement, aura des incidences sur la construction identitaire des acteurs. Une construction qui se fait pour partie en référence à des normes professionnelles. Cette redéfinition permet de renouveler encore notre approche de l'angle en nous incitant à étudier comment la technique permet aux journalistes de se sentir journalistes et de s'imposer comme tels. Il s'agira alors d'analyser les usages discursifs de la notion pour comprendre s'ils l'associent au professionnalisme. Il s'agira encore de voir en quoi la technique permet, dans les interactions de travail, de définir la place du journaliste.

Ce dont il est question, alors, ce n'est pas de la profession, mais du rôle de journaliste professionnel tel qu'il est vécu par les acteurs.

C'est probablement autour du politiste Jacques Lagroye que la notion de rôle a été théorisée de la manière la plus heuristique, à notre sens. La notion renvoie à un ensemble de manières de se présenter et d'agir liées à une position et qui permettent de faire exister socialement cette position. Un rôle est toujours défini par des normes institutionnalisées et des modèles d'incarnation hérités du passé. Ensuite, la définition du rôle évolue avec les techniques, les mentalités, les normes sociales et l'attitude de ceux qui l'incarnent. Car le rôle laisse une certaine liberté. Celui de président de la république, par exemple, est légalement défini, ce qui n'empêche pas

19 Dubar C. & Tripier P., « *Sociologie des professions* », 1998., p.95.

l'existence de différentes postures : chaque président, tout en restant dans le cadre constitutionnel de ses fonctions, s'inspire des manières de faire de certains de ses prédécesseurs et y ajoute une note personnelle. Tout élu peut jouer son rôle de diverses manières, et même choisir un rôle parmi un stock de modèles disponibles en fonction de ses dispositions, mais aussi des attentes qu'il perçoit chez ses interlocuteurs. Le même élu, en fonction des situations, peut passer d'une figure à l'autre, par exemple de celle de militant à celle du maire gestionnaire. Cela suppose un travail d'apprentissage des différentes facettes du rôle et de mise en conformité des attitudes conflictuelles.

« Au delà de cette diversité des prescriptions de rôle des élus, se dégage un modèle professionnel relativement homogène. On peut en effet penser que l'évolution des formes de l'action politique tend à privilégier comme modèle de justification de leurs actions, de la part des élus, la référence à des principes autonomes propres au champ politique, cela à travers la spécification d'une compétence singulière (le savoir-faire gestionnaire) et de règles éthiques particulières (l'idéal civique) qui légitiment le droit à exercer la domination politique.²⁰ »

Ainsi, la diversité des prescriptions n'interdit pas de considérer qu'il existe un modèle dominant de définition du rôle.

La tâche du sociologue est alors de « tenter de comprendre [...] comment des individus se saisissent de rôles prescrits et se laissent saisir par eux ²¹ » d'une part et d'analyser la construction sociale des rôles d'autre part. Enfin, il peut étudier la manière dont un individu combine les différents rôles qu'il se sent obligé d'incarner. Il s'agit donc d'un travail sur les savoirs-faire, les logiques de compétences et de légitimation que les individus doivent apprendre à gérer et sur la manière dont ils les mobilisent pour incarner leur rôle. La technique a son importance, ici. Pour les élus, il s'agit par exemple de techniques de communication, d'instruments de gouvernement ou de modèles de gouvernance que les maires vont mettre en scène de manières différentes selon les situations même si, à un moment donné, il existe un relatif consensus sur l'importance relative des différentes techniques.

20 Briquet J-L., « Communiquer en actes », 1994, p.26.

21 Lagroye J., « Etre du métier », 1994, p.6.

Transposons au journalisme. Premier point commun entre les deux métiers : dans le journalisme également il existe une diversité des prescriptions de rôle. D'abord, l'espace social est des plus complexes puisque la profession de journaliste rassemble en fait des acteurs exerçant leur travail dans d'innombrables spécialités thématiques ou fonctionnelles. Le travail du pigiste pour la presse magazine est fort éloigné de celui du journaliste en poste dans une grande rédaction de la presse d'information générale. Les conditions de travail d'un cameraman employé par une chaîne d'information en continu ressemblent peu à celles de la présentatrice d'un journal radiophonique national. Même au sein d'une même entreprise, les différences peuvent être énormes : le localier travaillant seul dans la rédaction d'une petite ville et l'adjoint au chef du service économique sont tous les deux journalistes, ils écrivent tous les deux pour le même titre, mais quel écart dans les conditions de travail, les discours développés et les rétributions symboliques ! De plus, un journaliste peut être confronté à des prescriptions de rôle divergentes selon les moments de sa carrière, voire même selon les moments de la journée. Cyril Lemieux a montré que les journalistes professionnels se trouvaient fréquemment confrontés à des quasi-dilemmes²². Par exemple, un journaliste politique doit savoir créer des liens avec les élus, déjeuner avec eux, parfois devenir ami s'il veut glaner des informations plus pertinentes que ce que les institutions livrent officiellement en conférence de presse. Pourtant, il lui est impossible de faire état publiquement de ces bonnes relations; il prêterait alors le flanc à des accusations de copinage, de collusion, voire de corruption. Ainsi, ce qui apparaît au journaliste comme incarnation normale du rôle de journaliste professionnel dans une situation peut constituer une faute dans d'autres situations. Les techniques à mobiliser, les valeurs à ne pas oublier et, finalement, les manières d'être et d'agir socialement acceptables varient considérablement, pour les journalistes. Pourtant, il existe des points sur lesquels la profession se retrouve : la poursuite d'objectif communs (la crédibilité en est un) l'affirmation de valeurs (via l'appel à la déontologie) ou encore le sentiment d'appartenir à un même groupe (face aux critiques, par exemple : lorsqu'un ministre dénonce les risques pris par deux reporters de guerre, toute la profession semble s'indigner), etc.

Ainsi, tout journaliste doit mobiliser des techniques légitimes et recourir à des

²² Lemieux C., « *Mauvaise presse* », 2000.

manières d'être socialement acceptables, s'il veut être reconnu comme un journaliste professionnel. Ces techniques, ces normes, ces manières d'être et de faire évoluent. Dans son travail, le journaliste professionnel doit les connaître afin de mobiliser celle qui est adaptée à chaque situation, à chaque époque, à chaque entreprise. Il doit aussi pouvoir les mobiliser discursivement face au sociologue, pour prouver qu'il connaît les tenants et les aboutissants de son rôle. Tenir un rôle, c'est donc agir de manière conforme à ce rôle, à la fois par ses pratiques et par ses discours. Il faut y voir plus qu'une contrainte : savoir utiliser les prescriptions de rôle, c'est aussi une ressource. Car celui qui se coule dans le rôle pourra bénéficier du prestige symbolique, de l'autonomie professionnelle, voire du pouvoir historiquement acquis par la profession, par son entreprise de presse, par sa spécialité, etc. Au final, accepter la prescription de rôle, c'est à la fois se soumettre à une identité professionnelle, faire sienne cette identité par son incarnation et, parfois, l'imposer à autrui. L'identité professionnelle est donc un objet complexe. Elle est historiquement construite par les luttes des acteurs et par leurs résultats. Elle est à la fois collective (c'est l'identité construite par le groupe) et individuelle (elle est incarnée par des individus). De plus, toute identité se définit pour soi et pour autrui, et les individus travaillent à faire coïncider l'image qu'ils se font d'eux-même avec celle qu'ils peuvent renvoyer. D'autre part, l'identité professionnelle se construit à travers les interactions entre l'idéal professionnel et la réalité du travail : c'est-à-dire que la pratique s'inspire de l'idéal et que l'idéal, en retour, est revu à l'aune des pratiques. Enfin, l'identité ne se résume pas aux représentations dominantes, surtout dans le cas du journalisme où la majorité des praticiens n'ont aucune prise sur la production des discours. *« Ainsi, on peut définir une identité professionnelle en prenant en compte tous les agents qui adhèrent à la totalité ou à une partie de la représentation dominante à une époque donnée, adhésion de droit ou par amalgame identitaire.²³ »*

Il peut alors s'avérer pertinent d'évaluer dans quelle mesure – et dans quelles conditions – la pratique angulaire participe bien de la contrainte de rôle du journaliste professionnel, puisque c'est bien de cela dont il s'agit. Car le procédé angulaire semble bel et bien pouvoir prétendre rassembler tous les journalistes car - c'est l'hypothèse de Denis Ruellan - la pratique angulaire serait suffisamment souple pour

23 Ruellan D.& Thierry D., *op.cit.*, p38.

être revendiquée et mobilisée par des journalistes de tous bords, et pas seulement par l'un ou l'autre des univers spécialisés de la profession.

Nous proposons donc une étude en termes d'usages identitaires d'une technique et d'un discours sur la technique qui semblent participer de la prescription du rôle de journaliste professionnel. Cela suppose, en premier lieu, de vérifier cette dernière hypothèse : en quoi une technique – la pratique angulaire – participe-t-elle d'une prescription de rôle ? Ensuite, on s'interrogera sur les usages pratiques et discursifs qui en sont faits pour, finalement, chercher à comprendre ce que ces usages apportent à l'identité professionnelle journalistique. Autrement dit : en quoi la connaissance et la mise en œuvre de cette pratique permettent-elles au journaliste de se forger un idéal du métier et de s'y conformer ainsi qu'aux attentes de ces interlocuteurs sur ce que doit être un journaliste ?

Telle perspective reste doublement modeste, dans la mesure où elle est synchronique et centrée sur l'étude d'une seule composante de l'identité professionnelle : l'angle. Synchronique, elle ignore les processus historiques de constitution d'une identité professionnelle autant que les cheminements biographiques. Nous nous intéressons donc à l'identité professionnelle telle qu'elle se construit pour soi et pour autrui au cours de l'interaction, et non aux fluctuations de l'identité d'un groupe ou d'une personne dans le temps. Limitée à une dimension du professionnalisme, elle ne conduit pas à cerner ce qui fait du journalisme un métier à part, pas plus que nous ne chercherons à typifier, à distinguer différents modèles professionnels²⁴ ou différents styles de journalistes. Nous constatons qu'il peut exister des prescriptions de rôles différentes et cherchons à comprendre comment le concept d'angle et la pratique angulaire peuvent constituer une prescription de rôle et, partant, agir comme une ressource et une contrainte de rôle pour le journaliste. Cela suppose, bien sur, de ne pas tenir pour acquis le fait que la pratique angulaire soit une technique réellement mise en œuvre dans leur pratique quotidienne du métier. Nous étudierons donc de quelles manières cette technique est mise en œuvre et interprétée

24 Nombre de travaux portant sur la profession proposent déjà des réflexions sur les dimensions partagées de l'identité professionnelle (Ruellan D., *Les pros...*) ou au contraire sur ses nuances, en tentant des typologies des « modèles professionnels » contemporains (Frisque C., « *L'activité journalistique au quotidien* », 2002) ou des « systèmes de justification » historiques (Lemieux C., « *Mauvaise Presse* », 2000).

sur le terrain.

La première hypothèse, sans laquelle ce travail n'aurait pu être entamé, est que la notion d'angle fait sens pour les journalistes d'aujourd'hui. Du moins pour certains d'entre eux. Cette norme aurait même pris une certaine importance – du moins symboliquement, car nous ne pouvons pas juger a priori de son usage – parce que la pratique angulaire normalise potentiellement toutes les étapes de la production de l'information, du choix d'un sujet à la rédaction en passant par le recueil de l'information. Cette importance ne vaudrait pas pour toutes les époques, car le concept d'angle est historiquement situé. Denis Ruellan en trouve les premières traces dans les années 1920, même s'il ne semble se répandre dans les manuels qu'après guerre. Nous supposons donc que cette norme a été intériorisée par un grand nombre de journalistes – du fait de son haut degré d'indétermination et de généralité – mais qu'elle se trouve en concurrence avec d'autres normes plus anciennes d'écriture (les 5W, la pyramide inversée, etc.) et de posture (l'objectivité, l'engagement, la déontologie, etc.). Cette hypothèse impose d'évaluer la place qu'occupe réellement l'angle dans les pratiques et les discours. Il faudra alors restituer cette technique par rapport à d'autres techniques.

Seconde hypothèse : mobiliser la notion d'angle permet au journaliste de légitimer (pour lui même et pour les autres) son action par le professionnalisme. Ici, un travail sur les discours tenus par des journalistes sur leur profession s'impose.

Notre ultime hypothèse pose que la pratique angulaire (à la fois technique journalistique et discours) permet au journaliste de régler ses relations de travail de manière à conserver une certaine autonomie. En d'autres termes, la pratique angulaire peut être utilisée par le journaliste dans le but d'enrôler des acteurs qui appartiennent souvent à d'autres métiers, de les amener à collaborer avec lui sans sortir de son rôle de journaliste professionnel. En cela, la prescription de rôle par la pratique angulaire serait une ressource mobilisable par les journalistes au cours de leur travail. Tel postulat impose d'observer les journalistes au travail et particulièrement dans les situations d'interaction.

Méthodologie

Nous avons pris le parti de tester ces hypothèses auprès de journalistes de presse écrite et de télévision. Deux spécialités bien distinctes. Toutefois, la notion d'angle – nous le disions plus haut – semble être assez floue pour être mobilisée dans des univers variés. Nous voulions nous en assurer. Par ailleurs, il semblait important de ne pas nous concentrer sur les spécialités prestigieuses, ni sur les personnes les plus en vue. Plutôt que d'étudier les journalistes très légitimes, ceux qui sont les plus fréquemment autorisés à porter une parole publique sur la profession, nous avons choisi d'enquêter auprès de praticiens en position plutôt basse dans les hiérarchies professionnelles. Il s'avère pertinent, alors, de travailler sur ceux dont le travail est parfois dénigré ou jugé peu digne d'intérêt – y compris dans le milieu universitaire ; des journalistes qui passent certainement moins de temps que les ténors de la presse parisienne à parler de leur métier et qui, pourtant, sont des « pros ». L'histoire de la profession, en effet, passe souvent par l'analyse de documents laissés par ses membres les plus éminents, note Sandine Lévêque²⁵. Cela devrait inciter le chercheur qui s'intéresse à la dynamique de la professionnalisation à étudier le journalisme « par le bas », c'est-à-dire la manière dont ceux la majorité silencieuse des praticiens s'approprie l'identité professionnelle et la nourrit en retour. Si l'on ajoute à ces critères de choix celui de la proximité et de l'accessibilité du terrain, on aura une idée assez précise des raisons pour lesquelles ce sont des journalistes locaux qui ont été suivis.

Il serait inutile de chercher ici une conceptualisation particulière autour de ce que peut-être un journaliste local. Cette étude ne porte pas sur les journalistes locaux, elle porte sur la manière dont certains journalistes plutôt dominés dans leur espace professionnel intériorisent, font exister et manifestent leur appartenance à la profession. Elle vise à comprendre des mécanismes. La construction chez un individu de l'identité professionnelle est un mécanisme complexe, multifactoriel, qui prend des formes différentes selon les personnes. Cela justifie le fait que nous ayons parfois recours à des exemples tirés de la littérature scientifique et qui ne concernent pas nécessairement des journalistes locaux. Ces exemples nous permettront d'appréhender les usages de la pratique angulaire dans leur variété. D'autres fois, ils

²⁵ Lévêque S., « Analyser la profession journalistique par le bas », 2004.

serviront à contextualiser notre propos. Pour autant, nous ne postulons pas que nos conclusions concernant l'apport de l'angle à la définition du rôle de journaliste local soient transférables à d'autres spécialités. La profession est aujourd'hui trop éclatée pour que l'on se permette ce genre de raccourcis.

Paradoxalement, le premier matériau de cet enquête ne concerne pas les journalistes locaux. Il s'agit d'un corpus de manuels de journalisme édités dans les années 1990 et 2000. Les discours sur l'angle présents dans ces manuels ont été relevés et seront utilisés comme une parole indigène, a priori légitime mais pas forcément représentative des représentations des journalistes locaux. La pédagogie constituant une forme de normalisation des pratiques, nous espérons tirer de ces manuels une ou plusieurs définitions de ce que doit être la pratique angulaire mais sans postuler toutefois qu'elles seraient partagées par tous. Rien n'interdit de penser que parmi les journalistes locaux, certains n'en aient pas connaissance tandis que d'autres les rejettent. Une même norme peut de toutes manières donner lieu à des usages divergents une fois intériorisée.

Afin de ne pas nous contenter de discours normatifs, des observations ont été réalisées dans trois rédactions : la rédaction locale d' Ouest France à Rennes, la rédaction produisant les pages communes à toutes les éditions de ce même journal (le « siège ») ainsi que la rédaction de France 3 Bretagne. Le temps de présence dans les rédactions s'élève au final à sept jours. Trois jours dans la rédaction locale, trois jours dans celle de France 3 et une journée au siège d' Ouest France, à raison de huit ou neuf heures de présence par jour. Ces quelques journées de travail ont permis d'observer les interactions au sein de la rédaction et en dehors, mais aussi de côtoyer les journalistes hors de leurs temps de travail : en pause déjeuner, etc. L'observation – qui n'est pas participante, il s'agissait simplement de suivre les journalistes – avait pour but de repérer quels usages de la notions d'angle et de la pratique angulaire pouvaient être fait dans la pratique quotidienne du journalisme local.

Quelques mots sur les entreprises visitées. Ouest France est le premier quotidien Français en nombre d'exemplaire vendus. Le journal, qui existe depuis la libération est en situation de quasi monopole sur une grande partie de sa zone de diffusion –

qui, par ailleurs, s'étend sur 14 départements. Le journal doit une partie de son succès à son omniprésence, localement (le groupe Ouest France a, au fil du temps, racheté ou éliminé la plupart de ses concurrents), ainsi qu'à son réseau de rédactions et de correspondants. A noter, le journal consacre également plus de moyens aux informations nationales et internationales que les autres titres de la presse quotidienne régionale. Au final, l'organigramme de l'entreprise est relativement complexe et très hiérarchisé, avec des correspondants presque partout sur sa zone de diffusion, une rédaction dans la plupart des villes grandes ou moyennes, une rédaction plus importante de chaque département, qui monte les pages départementales, et une rédaction centrale chargée des pages communes à toutes les éditions ainsi que des pages régionales. La rédaction locale de Rennes produit les pages locales des éditions Rennes et Rennes 2. Elle est également chargée de coproduire avec les autres rédactions et de monter les pages communes à toutes les éditions d'Ille et Vilaine.

L'organigramme de France 3 Ouest est plus complexe encore, dans la mesure où France Télévision est engagé dans un processus de restructuration qui n'a pas encore abouti mais à une pour conséquence de multiplier le nombre de chefs, directeurs et autres responsables, à France 3. Autre tendance : la réduction des temps d'antenne dévolus aux rédactions locales qui ont perdu plusieurs plages horaires, ces dernières années. Il ne leur reste plus qu'un journal le midi, un autre le soir et une plage hebdomadaire de 17 minutes destinée à des reportages. Autre nouveauté : l'incitation à proposer des « prises d'antennes exceptionnelles » durant les week-end. Il s'agit, pour une rédaction locale, de couvrir un événement jugé localement plus fédérateur que le programme diffusé nationalement au même moment. Toutefois, ces « PAO » ne sont pas décidées par la rédaction, mais à un niveau supérieur de la hiérarchie. Dans la rédaction située à Rennes collaborent en fait trois rédactions. L'une est chargée du « midi pile », un journal qui, pour l'essentiel, recycle des sujets produits pour d'autres journaux. Il y a aussi la rédaction locale, qui couvre la zone de Rennes. Mais la plus importante est la rédaction du 19/20 Bretagne et de Soir 3. Nos observations ne concernaient que les journalistes de cette dernière.

Ce travail a été complété par des entretiens semi directifs réalisés après les

séquences d'observation ou, plus rarement, pendant. Ces entretiens ont été menés dans le but de recueillir le point de vue des journalistes sur leurs méthodes de travail, et notamment sur la pratique angulaire. Il s'agissait aussi d'approcher leur vision sur les interactions de travail dans lesquelles ils s'engagent chaque jour. Le parti pris était de poser des questions très ciblées, donnant lieu à des entretiens plutôt courts – ne dépassant pas 50 minutes - dans la mesure où la problématique portait sur une pratique précise. Tous ont été menés avec une grille d'entretien qui a peu évolué. La plupart a été enregistré. Cependant, un certain nombre d'entre eux ne le furent pas, parce que les conditions ne permettaient pas. Il s'agit de discussions au restaurant, dans des bars ou en voiture. Les personnes rencontrées appartiennent pour la plupart aux trois rédactions visitées, mais on y trouvera aussi un journaliste du Mensuel de Rennes²⁶ et quelques pigistes travaillant épisodiquement pour la presse locale (le plus souvent à la production de suppléments). Il n'a malheureusement pas été possible de suivre ces journalistes au travail. Les entretiens ont tout de même été menés parce qu'il nous a semblé qu'ils apporteraient un éclairage supplémentaire dans la mesure où les pigistes, bien que travaillant parfois pour les mêmes journaux, ont des contacts avec leurs pairs sensiblement différents des interactions observables dans les rédactions. Puisque nous postulons que la pratique angulaire peut constituer un instrument de réglage des relations de travail, il semblait intéressant d'approcher la plus grande variété possible de ces interactions, que ce soit par des observations ou par la parole des acteurs.

L'accès aux différents terrains d'enquête n'a guère présenté de difficultés. Lors de la première prise de contact avec une rédaction – il s'agissait d'une demande de stage – le parti pris était de rester évasif sur le sujet de cette étude. Cela avait été conseillé durant les cours de méthodologie. La recherche était donc présentée aux acteurs comme un travail sur les « techniques journalistiques ». Dès lors, les inévitables questions sur ce travail étaient gênantes : il fallait parler l'objet de cette étude pour justifier la présence d'un observateur dans la rédaction. Cela provoquait une certaine

26 Ce journal, que l'on pourrait qualifier de presse magazine d'information régionale locale réalise chaque mois des enquêtes qui donnent lieu à plusieurs articles anglés sur des points différents. Comme, en plus, la rédaction produit des informations « chaudes » sur Internet, on pouvait faire l'hypothèse que ses journalistes ont développé un rapport particulier et complexe à la pratique angulaire.

gène car il était demandé aux journalistes de faire des efforts, d'accepter d'être suivis toute la journée, tandis que les intentions de l'observateur leurs étaient dissimulées. Plutôt que de mentir, le thème du mémoire leur a été révélé mais sans que la problématique ne soit formulée, évidemment. Les journalistes ont donc su que la recherche portait sur le rôle de la pratique angulaire dans leur travail. Cette nouvelle posture a immédiatement eu deux effets bénéfiques. D'abord, elle a rassuré les journalistes. Toute suspicion a disparu puisque la plupart des enquêtés ont, semble-t-il, considéré la recherche comme presque farfelue, car centrée sur de tous petits détails. Bref : comme innovante. Second avantage : force fut de constater que ce thème – bien que « *tout petit* ²⁷ » ou saugrenu – faisait réagir. Des réactions d'incompréhension, de surprise ainsi que des jugements critiques du type « *vous allez voir que dans la rédaction, c'est une catastrophe* ²⁸ ». Alors que ce travail fut parfois déstabilisant à mener; jusqu'à douter de sa pertinence, les nombreuses réactions provoquées par l'annonce de son sujet ont confirmé l'intérêt d'un travail sur la pratique angulaire. Le parti pris d'évoquer explicitement le thème de ce travail avec les journalistes aura donc été productif. A condition, toutefois, d'analyser les effets que cette posture peut induire. Certains journalistes, en effet, ont présenté une tendance à sur-valoriser la pratique angulaire, comme s'il leur fallait se justifier devant l'enquêteur. D'autres fois, au contraire, des sourires ou des allusions appuyées et parfois ironiques représentent des formes de mise à distance du concept, comme si celui-ci appartenait plus au sociologue qu'au vocabulaire indigène. La présentation des résultats des observations tiendra compte de ces phénomènes.

Ce travail se décomposera en deux parties : l'une sur la dimension identitaire de l'angle, l'autre sur la manière dont les journalistes mobilisent cette pratique dans les interactions de travail. La première partie se situe dans la continuité des écrits de Denis Ruellan sur le groupe professionnel des journalistes. Nous essaierons de montrer que l'angle constitue aujourd'hui une ressource clé pour les journalistes dans

27 « *L'angle, c'est tout petit, l'angle* » (une journaliste d'Ouest France lors d'un entretien).

28 Un rédacteur en chef, lors de notre premier contact téléphonique.

certaines moments où ils cherchent à légitimer leur action. Nous tâcherons alors de définir le sens que peut prendre le concept pour les praticiens, mais il nous importe surtout de montrer que ce concept constitue une ressource leur permettant de définir pour eux-mêmes et pour autrui ce qu'est un journaliste. En cela, l'angle est un idéal professionnel. Cependant, l'angle n'est qu'une technique qui ne garanti pas à elle seule que le travail du journaliste sera conforme aux objectifs qu'il se donne, et les journalistes locaux sont d'ailleurs aussi prompts à relativiser son usage qu'à le valoriser.

La seconde partie est plus inspirée par le livre de Jacques Siracusa sur le travail des reporters de télévision. Un ouvrage dans lequel il montre que l'angle est une manière de formuler le sujet aisément mobilisable tant par la hiérarchie que par les exécutants. Nous poursuivrons ces travaux en les ouvrant au journalisme de presse écrite pour montrer que l'angle permet aux journalistes de coordonner leur action avec celle de leurs collaborateurs et, si possible, de les enrôler. Ce faisant, la pratique angulaire définit le rôle des uns et des autres, elle est un élément d'imposition de rôle qui peut être utilisé par les journalistes afin d'apparaître comme des « pro ». Là encore, nous montrerons que ces usages de la pratique angulaire dans l'interaction sont à relativiser, parce que les journalistes ne disposent souvent pas d'assez de ressources pour maîtriser parfaitement le procédé angulaire. Du reste, beaucoup semble délaissé la pratique, du moins en journalisme local.

I. Se sentir journaliste : l'angle comme norme professionnelle de rapport au monde.

Même si certains présentent le travail comme « une valeur en voie de disparition », force est de constater qu'aujourd'hui encore, tout travail participe de la construction identitaire de celui qui l'occupe. Parce que le travail est avant tout une relation sociale, et parce qu'il donne la sensation d'être utile. Il suffit, pour s'en persuader, de lire les travaux de Christophe Dejours qui montrent combien la contradiction entre une histoire individuelle porteuse de projets, d'espoirs et de désirs et une situation de travail qui les ignore est source de souffrances psychiques ²⁹.

Les journalistes, comme tous les travailleurs, construisent en partie leur identité au travail. L'identité professionnelle peut alors être décrite comme duale, c'est-à-dire comme individuelle (car résultant de trajectoires biographiques distinctes) et collective (en ce qu'elle se nourrit de l'appartenance à un groupe qui possède des normes, des rôles et des valeurs historiquement constituées). Les identités professionnelles des journalistes locaux se forment au croisement de parcours individuels et de normes professionnelles qu'ils partagent pour tout ou partie. Elles ne sont donc pas figées, calquées sur des normes qui évoluent finalement lentement. Chaque journaliste va se conformer, pour lui-même et pour autrui, au rôle de journaliste professionnel, et même si ce rôle est défini par des prescriptions historiquement situées, un journaliste est aussi capable de le modeler. De plus, les prescriptions de rôles ne sont pas uniformes. Pour un même journaliste et à un moment donné, elles varient selon les situations d'interaction. L'identité est donc également le fruit des ajustements entre les normes, et la pratique professionnelle.

29 Cf. Dejours C., « *Travail, usure mentale* », 2000.

Nous proposons ici de comprendre si la pratique angulaire participe de ce processus identitaire. Si oui, dans quelle mesure et à travers quels usages ? Cela suppose, d'abord, d'analyser l'apport des techniques à l'identité du groupe professionnel et de déterminer si la pratique angulaire constitue bien une technique. De fait, il apparaît que cette technique peut même avoir une valeur normative.. Il faudra, ensuite, faire le bilan de ses usages identitaires. Cela nous mènera aux conclusions suivantes : l'angle est une norme norme mais ne constitue pas un simple mythe professionnel dont le but serait de masquer la réalité de l'exercice du travail, notamment parce que les usages discursifs de la notion d'angle peuvent aussi bien être normatifs que critiques.

A. Un modèle professionnel de cadrage et de restitution du réel

Nombre de travaux historiques ou sociologiques convergent sur ce point : les journalistes, quelle que soit leur spécialité mobilisent un répertoire de techniques : techniques de mise en forme, d'écriture, de recueil de l'information, etc. Dès lors, il convient d'étudier les usages discursifs que les professionnels en font : en quoi les techniques définissent-elles ce qui fait un bon journaliste professionnel et ce qu'il doit faire ? Les genres, par exemple, sont fréquemment mobilisés comme des symboles du professionnalisme. Qu'en est-il de la pratique angulaire, qui constitue une technique de rationalisation du travail, mais une technique plus secrète car moins mobilisée dans les pratiques ou dans les discours ? Dans ces conditions, peut-elle être considérée comme une partie intégrante du professionnalisme ?

1. L'angle peut être défini comme une technique professionnelle

Le rôle des techniques dans la constitution historique du groupe professionnel des journalistes a été souvent étudié, dans la littérature scientifique. Par contre, les travaux faisant le lien entre les usages actuels des techniques et les identités professionnelles contemporaines sont plus rares. Le risque, alors, est de penser que

les individus construisent leurs identités professionnelles en référence à des normes immuables conquises par leurs prédécesseurs : les genres journalistiques, les règles des 5W ou de la pyramide inversée, les codifications de la syntaxe et de la titraille, etc.

Gérard Cornu et Denis Ruellan³⁰ ont montré que le journalisme faisait un usage de plus en plus intensif de technologies, mais que la rationalisation du travail journalistique passait avant tout par des techniques informelles. Les éléments de rationalisation qui ont peu à peu été introduits dans les processus de production de l'information sont pour la plupart des techniques informelles, qui vont de la division du travail aux normes d'écriture. Ces rationalisations s'ancrent dans des logiques diverses : gestionnaire, marketing, éditoriale, etc. Au final, les techniques intellectuelles mobilisées par le journaliste sont le fruit de ces différentes influences, comme l'a montré Jean Chalaby³¹. Mais du point de vue des rédactions, ces techniques ont des effets contradictoires : d'un côté elles permettent aux journalistes de se poser en experts de la production de l'information mais, de l'autre, elles constituent une source de frustration dès lors que la normalisation par les techniques est utilisée comme moyen de contrôle par la hiérarchie ou par ceux qui financent le journal. Ainsi, l'informatisation des salles de rédactions locales semble isoler les journalistes ou réduire leur autonomie dans certaines situations. Quant aux journaux télévisés, ils sont parfois composés autoritairement au nom de l'audimat et des envies d'un public mal connu plutôt que sur des critères journalistiques³².

Alors, Gerard Cornu et Denis Ruellan définissent les savoirs faire mobilisés par les journalistes comme des techniques intellectuelles. Car rationaliser l'activité journalistique implique de codifier des tâches diverses (sélection des sujets, collecte et traitement de l'information, écriture de presse, mise en page, choix des Unes, etc.) et qui sont largement imprévisibles. Même si certains médias, quotidiens gratuits et sites d'information en ligne en tête, semblent être capables de trouver l'information et de la mettre en forme de manière extrêmement standardisée, en reprenant l'AFP à

30 Cornu G. Ruellan D., « *Technicité intellectuelle et professionnalisme des journalistes* », 1993.

31 Chalaby J., *op.cit.*

32 Neveu E., *op.cit.*, pp.95-103. Sur l'obsession de l'audimat en télévision, cf aussi le documentaire de William Karel, « *Le journal commence à 20 heures* », 1999.

l'aide de logiciels³³ ; la règle dans les rédactions semble plutôt être de laisser la place à l'initiative individuelle. Parce qu'il n'existe pas de définition uniforme des objectifs à atteindre (satisfaire les envies du lecteur, ne pas se laisser doubler par la concurrence, etc.) ni des critères de choix les plus importants : ce qui fait la « valeur » d'une nouvelle, son « actualité », etc.

En quoi des techniques souples, qui laissent une certaine liberté de choix aux individus, peuvent-elles constituer le socle d'une professionnalisation ? Un récent ouvrage collectif sur les genres journalistiques a montré que c'était peut-être au moins autant les usages discursifs des genres que leurs usages pratiques qui en faisaient des éléments du professionnalisme. Les genres journalistiques ne sont pas systématiquement utilisés et certaines rédactions locales ne semblent guère valoriser leur usage³⁴. Par contre, les manuels consacrent souvent de longs développements à la technique. Pour Roselyne Ringoot et Jean-Michel Utard³⁵, les genres constituent même des étendards de la profession, ils symbolisent sa rigueur et les discours indigènes tendent à essentialiser ces techniques, à les réifier. Au contraire, les genres journalistiques ne sont que la formalisation provisoire d'un processus permanent de redéfinition du journalisme et de ses pratiques. Les genres sont utilisés en référence à des idéaux qui évoluent, à des modèles de professionnalisme contradictoires. Ainsi, les techniques intellectuelles spécifiquement journalistiques (nous ne parlons pas ici de la division du travail ni des technologies) structurent le travail des praticiens de manière relativement souple mais sont durcies par les discours dans le but de légitimer les pratiques professionnelles.

L'angle est-il mobilisé de la même manière pour définir le professionnalisme ? Une ambiguïté demeure, car la notion est plus secrète, moins valorisée que les genres. Des différents écrits de D. Ruellan à propos de l'angle, il ressort toutefois que la pratique angulaire participerait de la rationalisation du travail journalistique. Et ce à plusieurs niveaux, puisqu'elle régule l'activité dans le sens d'un souci d'efficacité et

33 Cf Augéy D., *Les journalistes : petits maillons au bout de la chaîne industrielle*, 2003 ; Cabrolié S., « *Les journalistes du parisien.fr et le dispositif technique de production de l'information* », 2010.

34 Gimbert C. & Rochard Y., « *Pratiques et limites des genres en presse de proximité* », 2009.

35 Ringoot R. & Utard J-M, « *le genre, une catégorisation peu catégorique* », 2009.

de cohérence. Efficacité, d'abord, parce que le journaliste qui choisit à l'avance quel aspect du sujet il va traiter ne se lance pas sur le terrain à l'aveugle. Son angle l'aide à sélectionner les interlocuteurs pertinents, les questions à leurs poser et, plus tard, c'est encore en fonction de son angle qu'il fera le tri dans ses notes ou ses rushes. Cohérence, ensuite, et à deux niveaux : entre les différents papiers sur un même thème, tout d'abord, parce qu'en multipliant les angles, la rédaction se donne la possibilité de gérer le retour d'un sujet sans répéter les mêmes choses. Cohérence interne aux papiers, ensuite, parce que le fil directeur du papier a pour but d'éviter les digressions et de permettre d'aller à l'essentiel tout en produisant un texte agréable à lire. Rappelant les usages des genres journalistiques, la rationalisation du travail par les angles serait relativement souple : il n'existe pas de recettes pour angler, seulement quelques critères de choix dont l'importance relative varie selon les spécialités considérées. Les auteurs distinguent quatre critères présidant aux choix d'un angle : l'accessibilité (ais-je les moyens de traiter cet aspect du sujet?), l'adaptation aux intérêts et aux connaissances du public visé, la pertinence et l'originalité. Ces critères disent bien comment l'angle, en tant que rationalisation du travail, peut permettre aux journalistes de se présenter comme professionnels. Parce que, d'une part, l'angle leur permettrait de travailler efficacement et dans le respect de contraintes éthiques, de temps et de moyens. D'autre part, c'est grâce à l'angle que les journalistes pourraient produire un discours adapté à leur public. En cela, le discours journalistique se définit contre d'autres formes d'énonciation : discours profanes et développés presque sans contraintes, parfois longs ou abscons (l'auto-publication sur Internet, par exemple) ou discours soumis à des contraintes de précision et de rigueur qui les rendent inapte à une consommation quotidienne et de masse (discours scientifiques). Ensuite, l'angle ne serait mobilisable que par des journalistes pour deux raisons. Première raison : il faut, pour choisir un angle pertinent, savoir évaluer la pertinence et l'attractivité d'un événement. Ce travail de sélection et de hiérarchisation serait proprement journalistique car il nécessite une connaissance de l'actualité, du public et de ses attentes que les journalistes sont seuls à revendiquer. Seconde raison : la pratique angulaire laisse place à la créativité et au talent qui sont souvent reconnus comme des qualités professionnelles. Trouver un bon angle, c'est souvent choisir un éclairage original.

Le paradoxe, c'est que la pratique angulaire reste relativement secrète, confinée aux salles de rédactions. Jamais le journal ne la mentionne. Les manuels lui consacrent moins d'espace qu'aux genres. Des genres qui, eux, participent doublement à l'identité professionnelle : ils codifient les pratiques et sont imposés discursivement en point de ralliement de la profession. La pratique angulaire ne participe-t-elle de l'identité professionnelle que par sa capacité à rationaliser le travail ? N'est-elle pas, elle aussi, mobilisable par les journalistes pour définir la profession ? La faible mobilisation discursive de la technique n'est-elle pas plutôt un signe que les journalistes la jugent peu importante ?

2. La dimension normative de l'angle

L'angle peut être défini a priori comme une technique souple de rationalisation du travail. Dès lors, le concept d'angle est un élément mobilisable par tout journaliste qui veut se revendiquer comme professionnel, ou encore pour ceux qui cherchent à mettre en avant les qualités du professionnalisme journalistique face à d'autres discours. Soit. Mais faut-il considérer, pour autant, que les journalistes aient besoin de ce concept ? Ou qu'ils aient envie de le mobiliser ? Après avoir grossièrement défini les contours de la notion, il nous faut comprendre ses usages, son implicite et, finalement, la valeur et la dimension normative associées au concept. Parce qu'il existe des techniques professionnelles qui, bien que plus ou moins connues, ne font pas sens pour les praticiens; ou qui leur importent peu. Le code typographique³⁶, par exemple, concerne les journalistes. Certains le connaissent, mais le chercheur qui déciderait d'aller interroger des professionnels sur les représentations du code typographique risque de recueillir peu de réactions, parce que cette technique ne constitue pas un enjeu. Et même s'il se trouve des journalistes pour se plaindre de certaines évolutions du code³⁷, les réactions de ce type restent marginales. Ce n'est donc pas l'usage de la technique qui, en soi, fait le professionnel. Il faut pour d'abord qu'il y ait des journalistes pour revendiquer sa maîtrise, qu'elle soit

³⁶ Un code est publié chaque année. Il est sous-titré *Choix de règles à l'usage des auteurs et des professionnels du livre*. Réactualisé à chaque fois, il contient des indications sur la manière d'abréger les mots, d'écrire les nombres ou encore sur l'usage des différents types de caractères.

considérée comme importante et que, au final, le sociologue puisse l'envisager comme une norme. Il fallait donc tester la valorisation dont le concept d'angle pouvait faire l'objet. Ce que nous avons fait à travers deux matériaux : les manuels de journalisme d'un côté et les entretiens de l'autre.

Avant de parler de l'importance que peut prendre la notion aujourd'hui, il convient de rappeler que si la notion apparaît assez tôt dans les discours de certains journalistes, son usage ne s'est répandu qu'après guerre. Pour Denis Ruellan

« La notion d'angle est assez ancienne dans le journalisme français. On la trouve déjà, assez explicitement, dans les écrits de Robert de Jouvenel, en 1920, et elle se développe dans les manuels d'après guerre. L'angle devient une figure rhétorique majeure, à partir des années 1950, dans la presse magazine d'informations générales (Le Nouvel Observateur, L'Express, Paris-Match, Le Point, L'Évènement du Jeudi) et dans les supports spécialisés à finalité grand public, la presse féminine en particulier.³⁸ »

Dans son article cosigné avec Gérard Cornu, le même auteur précise que *« pratiquement tous les manuels français de journalisme postérieurs aux années 1970³⁹ »* mentionnent la pratique angulaire. Signe que la pratique angulaire a encore gagné en importance depuis lors : le CFPJ propose désormais une formation pour *« trouver des angles originaux »* et Christian Bobin a tiré un manuel⁴⁰ de ces séances.

Afin de mesurer l'importance que pouvait revêtir la notion pour les pédagogues contemporains, nous avons consulté 19 manuels, guides ou livres de pédagogie édités durant les années 1990 et 2000. Ce corpus n'a pas vocation à être ni exhaustif ni représentatif. Même s'il était possible de consulter tous les ouvrages du genre, il resterait de toutes manières difficile de parler de représentativité, car certains d'entre eux connurent des tirages restreints tandis que d'autres ont été largement diffusés. De

37 *« Quand j'ai commencé [...] le beau journal qui se tenait, choisissait des caractères à empattement. Ce qu'on appelle de la famille des elzéviros. Alors que on considère que les gens sont devenus débiles, il faut des bâtons. Du caractère bâton. Donc il y a tout cet appauvrissement-là. »* Une journaliste pigiste lors d'un entretien, la seule à avoir abordé ce thème au moment où nous parlions des techniques d'écriture.

38 Ruellan D., *« Le journalisme... »*, p.136.

39 Cornu G., Ruellan D., *art.cit.*, p.149.

40 Bobin C., *L'angle journalistique*, 2009. Ce guide propose des exercices de créativité que les journalistes peuvent pratiquer seuls ou – c'est recommandé – à plusieurs. Le but de cet entraînement est d'apporter de la nouveauté dans leur pratique angulaire.

même, certains sont réservés à certaines spécialités – voire même à certaines pratiques très précises : l'interview de télévision, le reportage écrit, etc. - alors que d'autres s'adressent à tous les journalistes. Une dernière catégorie de manuels vise plutôt les non journalistes : cadres du privé, chargé de communication, etc. Enfin, il n'existe aucune donnée sur l'usage qualitatif qui est fait de ces manuels, sur le nombre de journalistes qui les utilisent ou les ont utilisés, sur leurs éventuelles préférences. Bref : il s'avère absolument impossible de pondérer les éléments du corpus par quelques critères que ce soit. Aussi, nous considérerons que chaque manuel développe un discours singulier, que chacun de ces discours a une ambition normative, et que l'étude du plus grand nombre possible de ces ouvrages nous permet d'ébaucher une cartographie des différentes significations que peut prendre la notion d'angle.

Première constatation : ces ouvrages parlent presque tous de la pratique angulaire. Même si certains l'abordent de manière laconique, sans jamais la définir, la plupart lui reconnaît une valeur cruciale. Le choix de l'angle serait « *capital*⁴¹ » et représenterait une « *question sans cesse posée dans la vie journalistique de tous les jours*⁴² » car « *tout papier doit être angulé*⁴³ ». L'auteur de cette dernière considération ajoute : « *un papier, un angle demeure la règle d'or*⁴⁴ ». Ailleurs, la recherche et la détermination d'un angle de vue sont « *nécessaires à la rédaction des informations reçues*⁴⁵ ». Idem pour les pigistes à qui l'on rappelle que « *trouver un sujet ne suffit pas. Il faut impérativement déterminer la façon, l'angle sous lequel vous souhaitez l'aborder*⁴⁶ ». Même idée, ailleurs, et considérant la situation – courante – où le journaliste dispose de trop d'information par rapport à l'espace qui lui est alloué : « *il faut alors choisir un angle qui sera privilégié*⁴⁷ ».

L'usage fréquent de l'impératif dans ces extraits montre que les pédagogues font preuve d'une réelle volonté de normaliser la pratique de l'angle. Pour eux, cela se

41 Agnès Y., « *Manuel de journalisme* », 2002, p99.

42 Boucher J-D, « *Le reportage écrit* », 1993, p.35.

43 Grévisse B., « *Écritures journalistiques* », 2008, p.231.

44 Grévisse B., op.cit., p.97.

45 De Broucker J., « *Pratique de l'information et écritures journalistiques* », 1995, p67.

46 Nobécourt P. & Cazard X., « *Guide de la pige* », 1995, p.28.

47 Voirol M, « *Guide de la rédaction* », 1995, p.18.

justifie par le fait que l'angle constitue un enjeu journalistique important (pour susciter l'intérêt du lecteur, pour être pertinent ou encore pour stimuler la créativité). La plupart des manuels cherchent à propager l'usage - et le « bon » usage - de la pratique angulaire, car ils l'associent intimement à l'idée de professionnalisme. Le travail d'angulation ferait – en partie – le journaliste. Une croyance présente dans presque tous les manuels mais à des degrés divers. Parfois, elle semble latente tandis que d'autres auteurs la résument plus explicitement, tel Jean-Luc Martin-Lagardette : *« Il y a de multiples façons d'aborder un événement. Les bons journalistes sont ceux qui savent trouver un angle original, mais aussi adapté et attractif.⁴⁸ »* Celui qui va le plus loin dans l'association entre pratique angulaire et professionnalisme est Jacques Mourinquand. Sous sa plume, la technique acquerrait presque une dimension ontologique, notamment lorsqu'il écrit que *« l'angle est [...]l'instrument essentiel du travail journalistique, celui dont on se sert sans cesse dans une enquête⁴⁹ »* avant d'ajouter que *« rechercher un sujet d'enquête ou son angle, c'est une attitude⁵⁰ »*.

Même les manuels destinés aux communicants reconnaissent que le journaliste se définit notamment par sa capacité à angler. Ainsi, parmi sa liste de réponses à la question *« qu'est-ce qu'un journaliste ? »*, P. Bachmann indique qu' *« un journaliste choisit des angles »* et ajoute *« en règle générale, tous les journalistes disposent des mêmes informations au même moment. [...] C'est la manière de traiter cette information qui les différencie.⁵¹ »*

Après l'étude des manuels, les premiers contact avec des journalistes ont achevé de nous persuader de l'intérêt de notre objet d'étude. Prenons ce rédacteur en chef à France 3, par exemple. Suite à une demande de stage par courrier électronique, il téléphone. La discussion démarre : il pose quelques questions et, très vite, s'étonne du thème de ce mémoire :

« Alors vous travaillez sur l'angle. Ah, vous allez voir que c'est pas fameux dans la rédaction ! C'est une catastrophe ! Les journalistes partent toujours sur le terrain sans avoir d'angle de défini. Mais enfin, vous verrez... »

48 Martin-Lagardette J-L., *« Le guide de l'écriture journalistique »*, 2009, p.52.

49 Mourinquand J., *« L'enquête »*, 1994, p30.

50 Mourinquand J., *op.cit.*, p.33.

51 Bachmann P, *« Communiquer avec la presse »*, 1994, p.32.

Indéniablement, ce journaliste a intériorisé l'angle comme une norme. Il cherche même probablement à relativiser les critiques que le sociologue pourra émettre au sujet de la pratique des journalistes en lui montrant son recul critique de ce qui, à ses yeux, peut constituer un critère d'évaluation de son travail⁵².

Lors des entretiens, ensuite, ce phénomène s'est répété : les enquêtés ont tous valorisé le procédé angulaire. D'abord, les journalistes ont confirmé la précocité de son apprentissage lors de la socialisation à la profession. Nombre de journalistes et de stagiaires racontent que la pratique angulaire leur a été enseignée dès le début de la formation. Pour certains, l'apprentissage s'est même fait avant, lors des premiers contacts avec le milieu, comme cette pigiste :

*« - Vous a-t-on parlé de l'angle au cours de votre formation ?
- Oui, beaucoup. Mais c'était pas une découverte, parce qu'avant l'école j'avais fait beaucoup de stages. On ne nous a jamais parlé des piges, par contre. Mais de l'angle, oui.⁵³ »*

La familiarité avec le procédé angulaire est plus ancienne que celle avec les genres, par exemple. Une pigiste indique d'ailleurs que *« dans les cours de rédaction pure, c'est un peu la première pierre de l'édifice, quoi »*. Les manuels suivent le même ordre, puisqu'ils abordent le procédé angulaire avant les autres techniques. Comme si le procédé pouvait être considéré comme une première définition du rôle de journaliste.

Ensuite, la plupart des enquêtés ont parlé de leur travail en insistant sur leur connaissance de la pratique angulaire. Évidemment, la situation les y invitait : ils savaient que l'enquête porterait sur les techniques journalistiques ou sur les angles. Dans tous les cas, des questions concernaient précisément la pratique angulaire. Si l'enquêteur s'était contenté de questionner les journalistes sur leurs pratiques sans mentionner le concept d'angle, certains n'en auraient probablement pas parlé. Mais il s'agissait, précisément, de les faire réagir sur le sujet afin de voir s'ils

52 Ce regard critique n'est pas celui de la majorité des rédacteurs en chef de rédactions locales (presse ou télévision), à notre sens. Le responsable que nous citons ici était entré en fonctions quelques semaines seulement avant la période d'observation, ce qui explique peut-être sa facilité à prendre du recul par rapport à un état de fait dont il pouvait ne pas s'estimer entièrement responsable.

53 Journaliste pigiste, lors d'un entretien.

l'appréhendaient comme une norme professionnelle. Autrement dit : face aux questions, allaient-ils se montrer attentifs à se couler dans ce qu'ils estiment être une présentation socialement acceptable de soi ? Ne pouvaient-ils pas, au contraire, relativiser la notion ou s'en désintéresser ? Là encore, nos interlocuteurs ont montré avec une belle unanimité que l'angle possédait une grande importance, pour eux. Dans leurs réponses, on retrouve l'idée selon laquelle l'angle en tant que technique, « *c'est ça qui fait la richesse d'un article* ⁵⁴ ». Allant plus loin, un responsable hiérarchique me dira que l'angle « *c'est plus qu'une technique de rédaction. C'est aussi ce que le journal veut dire ce jour-là sur le sujet* ⁵⁵ ». Quelles que soient les fonctions qu'ils occupent, les journalistes rencontrés mettent en avant l'importance de cette pratique. Et ce, jusqu'au dessinateur de presse : « *le plus important dans un dessin de presse, c'est peut-être pas la créativité, c'est d'abord l'angle. L'angle sert à orienter la lecture. C'est l'axe de la vérité, même si on l'habille d'humour. Malgré tout, c'est l'angle qui amène le sens au dessin.* ⁵⁶ » Notons que l'entretien avec ce dessinateur a été réalisé de manière plus informelle que les autres, et il ne connaissait pas le thème de ce mémoire. Aussi, le mot « angle » est venu spontanément à ses lèvres.

Un localier d' Ouest France mérite d'être largement cité, tant son discours semble résumer tout ce qui a été écrit plus haut :

« L'enseignement que l'on reçoit nous entraîne à, effectivement, travailler un angle. Pourquoi ? Parce que, et là, la pratique le démontre, la non prise en considération d'un angle quand il s'agit de rédiger un article de presse expose l'auteur à l'éparpillement, qui peut être extrêmement néfaste pour le lecteur qui, au bout de l'article, va se poser la question : mais où il voulait en venir, le journaliste ? Et même, peut être – ce qui serait plus grave – où voulait en venir l'interviewé ? Donc la définition de l'angle, c'est – pour moi en tous cas – la garantie de la rigueur. ⁵⁷ »

De tels propos dans la bouche d'un journaliste qui a fait toute sa carrière dans des rédactions locales prouvent que les pédagogues ou les grandes plumes ne sont pas les seuls à parler de professionnalisme. Ils montrent aussi combien l'angle peut être

54 Une journaliste pigiste.

55 Un rédacteur en chef adjoint à Ouest France.

56 Dessinateur de presse, Ouest France.

57 Journaliste localier proche de la retraite, rédaction locale de Rennes

intériorisé comme une norme, comme une norme-clé, même. Une compétence indispensable pour penser ce qui fait le journaliste professionnel et ce que doit faire ce même journaliste pour être un « bon » journaliste.

Ces discours normatifs ne sont-ils pas des artefacts éloignés des représentations indigènes ? Les journalistes rencontrés partagent avec les rédacteurs de manuels une certaine contrainte de rôle. Comme le pédagogue, praticien à qui l'on demande s'il lui semble important, pour un journaliste, de bien penser à son angle⁵⁸ perçoit une attente quant à son rôle. Quelle que soit la posture du sociologue, en effet, telle question pousse le journaliste à se justifier. C'est pour lui le moment de montrer qu'il sait ce qu'est un bon journaliste. Et force est de constater que, sommés de légitimer leur travail, celui que l'on questionne sur l'angle comme celui que l'on ne questionne pas (l'auteur de manuels) tombent d'accord sur un point : l'angle est important, ou devrait l'être, dans l'exercice de la profession. On objectera peut-être que la cette unanimité résulte probablement d'une imposition de problématique. Autrement dit, puisque le sociologue commence à parler d'angle, ses interlocuteurs entrent dans son jeu et développent les justifications qui leur semblent appropriées même si, au quotidien, elles n'ont pas grand sens. D'abord, il convient de remarquer que l'entretien portait sur diverses pratiques et notamment sur l'usage des genres. Or, les questions portant sur cette dernière technique n'ont jamais entraîné de longs développements, et encore moins de jugements de valeur. Selon les journalistes, les genres sont mobilisés, mais il serait bon de les utiliser plus afin d'améliorer le plaisir de lecture. Leur discours sur ce thème va rarement plus loin. Jamais les enquêtés n'ont valorisé la centralité et la nécessité des genres de la même manière que le procédé angulaire.

D'autre part, il est évident que les journalistes rencontrés n'auraient peut-être pas employé le mot « angle » si le sociologue ne l'avait prononcé le premier. Mais il convient de noter qu'une fois le terme formulé, tous s'accordent à lui reconnaître un statut à part dans les techniques professionnelles. Les travaux sur le journalisme, les manuels et les entretiens réalisés pour ce mémoire convergent donc pour montrer que l'angle est défini par les journalistes comme une technique particulièrement

58 Cette question appartient à notre guide d'entretien dont une copie figure en annexe.

importante. Cette notion largement chargée symboliquement est donc utilisable et utilisée comme un moyen de légitimation du travail des journalistes pour l'extérieur.

B. Une norme intériorisée de diverses manières mais qui fait exister le « point de vue » journalistique.

Après avoir montré que les journalistes locaux comme les manuels associaient la pratique angulaire au professionnalisme en faisant de la première une compétence clé du second, il convient d'entrer plus finement dans ces discours de légitimation. Pour quoi les journalistes considèrent-ils cette pratique comme si importante ? Quelles sont les arguments de cette légitimation de leur travail par la techniques ? Une partie des discours s'attache à montrer que la pratique angulaire peut être mobilisée dans le but de rationaliser le travail de production de l'information. Les argumentations se déploient ensuite à deux niveaux : la pratique angulaire permettrait aux journalistes de construire leur autonomie pour, finalement, pouvoir assumer le rôle social qui leur est dévolu : produire un discours d'information pour leur public tout en respectant les règles d'éthique (malgré les contraintes productives). Toutefois, il convient de ne pas sur-interpréter ces discours des légitimations car ils ne renvoient pas à une définition durcie et partagée de la technique. La pratique angulaire semble en fait avoir été intériorisée de multiples manières. Même dans les discours indigènes, elle ne constitue pas un mythe unifié.

1. La légitimation par la rationalisation du travail.

En observant de plus près les discours des journalistes à propos de l'angle, il apparaît que si la notion leur permet bien de mettre en avant leur professionnalisme, il n'existe pas pour autant de définition unifiée de l'angle comme technique. Pas plus qu'il n'existe de consensus sur l'usage qui doit en être fait. Toutefois, la plupart des journalistes appréhendent l'angle comme une technique de rationalisation du travail,

même si les modalités de cette rationalisation varient, d'un acteur à l'autre.

D'abord, l'angle permettrait de gérer les contraintes d'espace, surtout si le journaliste doit faire court. Trouver un angle et un seul lui permet alors de produire un petit sujet ou un papier⁵⁹ court en peu de temps, puisque choisir un angle revient à ne présenter qu'un seul aspect du phénomène. Dans le cas d'articles longs également, le travail d'angulation est valorisé, puisqu'il donnera sa cohérence au papier. Les journalistes ne tombent d'ailleurs pas d'accord : pour certains, il est plus facile d'angler un papier ou un sujet courts tandis que pour d'autres, cela relève de la gageure car il faut de l'espace et du temps pour angler convenablement.

La pratique angulaire doit aussi permettre d'intégrer les goûts du public et son plaisir de lecture dans la production de l'information. Une journaliste commencera d'ailleurs par me dire « *pour moi, l'angle c'est surtout pour le lecteur. Pour qu'il sache où on va.*⁶⁰ ». Un article bien angulé est réputé plus agréable à lire. Mais les attentes du lectorat, le journaliste peut-il vraiment les connaître ? A Ouest France, le service Recherche et Développement produit des données assez précises sur les habitudes et les préférences des lecteurs. Mais la plupart du temps, les rédactions imaginent plutôt ces attentes en référence à des critères généraux comme l'originalité, la proximité, l'actualité, etc. Pour prendre en compte son lectorat, le journaliste doit alors choisir ses sujets et ses angles en fonction de ces critères :

« Sur la masse d'informations qu'il a recueillies, [le journaliste] en choisit une seule. Celle qu'il juge la plus actuelle, la plus importante, la plus intéressante, la plus significative. Ou celle qui démontre le mieux l'idée qu'il veut transmettre. Autour d'elle, comme autour d'un axe ou d'une colonne vertébrale, il organise tout son texte.⁶¹ »

Ces critères peuvent apparaître comme relativement subjectifs, donc peu aptes à rationaliser la production. Dans la rhétorique professionnelle, au contraire, il s'agit de données relativement formalisées, partageables et dont le but ultime serait la satisfaction du public. Évidemment, cette satisfaction n'est jamais connue

59 Termes indigènes. Le mot « papier » renvoie à un article de presse écrite tandis que « sujet » fait référence à la production des journalistes de télévision.

60 Cheffe de service, Ouest France.

61 Martin Lagardette J-L, « *Le guide...* », p.50.

précisément, mais elle reste un objectif pour les rédactions. Ces critères doivent être intégrés à la pratique angulaire, comme l'exprime Jean-Luc Martin-Lagardette. En cela, la pratique angulaire permet au journaliste de travailler de manière professionnelle, c'est-à-dire non pas en fonction de ses envies propres – d'ailleurs « *la sélection est parfois douloureuse à effectuer*⁶² » - mais en imaginant les envies d'autrui – en l'occurrence, le lecteur. Cette capacité à mettre sa subjectivité de côté est souvent présentée comme une compétence professionnelle et « *la bonne rédaction est celle qui se conforme à la bonne manière. La bonne manière est définie par la commande.*⁶³ » Pour les journalistes, cette acceptation des contraintes et des commandes, cette prise en compte du public représentent des moyens de se différencier des amateurs dont l'importance pourrait s'accroître face au succès des blogs, wiki et autres sites personnels. Des formules de commentaire et d'auto-publication à travers lesquelles des amateurs expriment un besoin de subjectivité et de créativité plus qu'ils n'utilisent les normes professionnelles du journalisme. D'ailleurs, le journalisme citoyen et le blogging donnent lieu à bien peu de reportages, mais plutôt à des articles de commentaire⁶⁴.

Puisque l'écriture de presse suppose d'opérer des tris, des sélections, alors un travail d'angulation bien mené doit avoir lieu assez tôt afin que le journaliste ne recueille que les données dont il peut avoir besoin. Pour les articles longs et les dossiers, il lui est particulièrement important de savoir ce qu'il cherche car le nombre d'informations à récolter et de personnes à rencontrer est souvent grand. Ainsi, au Mensuel de Rennes,

« La question des angles, elle se pose même avant [le choix des genres]. Elle se pose en conférence de rédaction, quand on discute des sujets, quand un journaliste propose un sujet, ou alors quand on lui propose de faire un sujet. Alors, soit le sujet est tellement bon et il est tellement déjà cadré que l'angle s'impose de lui-même. Soit on décide de travailler un sujet. Il y a tel journaliste qui va se mettre sur tel sujet, et il va faire tout son travail de défrichage, revue de presse, entretiens exploratoires, etc., etc. Pour pouvoir, à ce moment là, dégager un angle. Et ça c'est aussi le boulot du rédacteur en chef : de veiller à ce qu'il y ait toujours un angle dans les papiers qu'on propose, quoi. Et de toujours être en contact avec

62 Ibid., p.50.

63 Broucker J.? « *Pratique de l'information et écritures journalistiques* », 1995, p.65.

64 Aubert A., « *La société civile et ses médias* », 2009.

le journaliste, au fur et à mesure qu'il produit son article pour veiller à ce que le papier soit anglé, tout simplement, et que ça ne parte pas dans tous les sens.⁶⁵ »

Là encore, il s'agit bien d'une rationalisation du travail, puisque le but de la pratique angulaire telle que la conçoit ce journaliste est de produire rapidement (en ne recueillant que l'information pertinente) sans perdre de vue les objectifs du journal (produire des articles attractifs, originaux, etc.) Les stratégies éditoriales sont également à prendre en compte, pour le journaliste. Ce qu'il peut faire en choisissant ses angles. Toute réflexion sur les angles semble d'ailleurs aller de pair avec une réflexion sur les choix éditoriaux. Quel traitement de l'information le journal veut-il privilégier ? Quel positionnement (éthique, politique, éditorial) veut-il adopter ? Les angles font partie de la stratégie des titres face à la concurrence : une grève ne sera jamais traitée de la même manière par l'Humanité et par le Figaro. Les deux titres lui consacreront éventuellement le même espace, mais il est peu probable qu'ils le traitent sous le même angle. De plus, le travail d'angulation ne poursuit pas les mêmes objectifs d'un titre à l'autre. Parfois, le fait même de proposer des angles variés, précis ou originaux peut constituer une stratégie de distinction, dans un titre ou dans une rubrique. Pour B. Grévisse, « multiplier les angles, les styles d'écriture, sans faire croire qu'un mode d'organisation de l'information est le seul à être valide, est aussi une technique d'édition⁶⁶ ». Une pigiste illustre ce parti-pris par l'exemple :

« La Maison Écologique demande aux journalistes d'angler. Ce sont les seuls qui me demandent avec autant d'insistance d'angler [Puis, en parlant d'une rubrique qui décrit une maison en particulier] Ils insistent beaucoup sur le fait qu'il faut angler le portrait de la maison. Alors ça peut paraître bizarre, mais c'est ce qui donne le côté unique à la revue.⁶⁷ »

Autre contrainte, le retour d'un sujet. Lorsqu'un thème est abordé plusieurs fois dans le même journal sous forme de dossier ou dans différentes éditions, la pratique angulaire permet de varier les informations que l'on apportera sur le sujet.

65 Journaliste du Mensuel de Rennes, à propos des enquêtes publiées par son journal sur plusieurs pages et qui, souvent, donnent lieu à une série d'articles.

66 Grévisse B., « *Écritures journalistiques* », 2008, p.85.

67 Journaliste pigiste.

En général, un sujet récurrent sera d'abord traité sous un angle du type « bilan » ou « les enjeux » puis, au fil du temps, des angles plus précis, plus originaux, plus locaux et davantage centrés sur des individus apparaîtront. Plusieurs manuels citent cet usage de la pratique angulaire. Une journaliste l'illustre par l'exemple. Après un tremblement de terre en Inde, Ouest France avait publié le témoignage d'une petite fille ayant survécu au drame :

« Un bon papier, bien anglé. Mais on a pu le publier parce qu'avant on avait déjà parlé du tremblement de terre pendant deux jours. Le premier jour, tu ne peux pas. Il faut d'abord donner l'info. Et puis il y a le problème de la distance, aussi. C'est difficile d'angler quand tu n'as que les dépêches, quand tu es loin.⁶⁸ »

Varié les angles permet de ne pas lasser le lecteur. Cela incite les journalistes à faire preuve de créativité, à ne pas se contenter d'angles du type « bilan » ou « causes - conséquences ». D'ailleurs, jamais on ne parle de « bon angle » ou de sujet « bien anglé » pour ce type de cadrages. Ces approches ont été naturalisées, comme si elles s'imposaient d'elles-mêmes. Avant une réforme, on présente ses enjeux, après une catastrophe, on en tire le bilan. C'est dans l'ordre des choses. Les angles qui interviendront après cette phase de présentation générale, au contraire, peuvent être plus valorisés. Et plus valorisants pour le journaliste, en ce qu'ils lui donnent l'occasion de faire preuve d'originalité. Car les techniques intellectuelles mobilisées par le journalisme ont ceci de particulier qu'elles valorisent le talent : il ne suffit pas de savoir ce qu'est un angle pour trouver « le bon angle » et connaître les règles d'écriture ne fait pas de vous un auteur agréable. Il ne s'agit cependant pas seulement de créativité, mais également de compétitivité : Jacques Siracusa note, après Althéide, que l'éventail des traitements proposés sur un sujet est une conséquence directe de la concurrence que se livrent les médias. Alors, plus un sujet est visible dans l'espace public, plus ses modes de traitement seront variés, chaque média cherchant à apporter une nouveauté – par rapport à ce qu'il a déjà produit et par rapport à ses concurrents. *« De ce point de vue, un reportage télévisé sur une compétition d'échecs ressemble davantage à un sujet sur la pétanque ou la pelote basque qu'à un autre sur le football.⁶⁹ »*

68 Journaliste du service économique et social, Ouest France.

69 Siracusa J., *op.cit.*, p.164.

2. L'angle dans les discours de légitimation par le rôle social du journaliste.

Ainsi, les discours sur l'angle renvoient à l'idéal du professionnel maîtrisant les techniques, mais pas seulement. Car le journaliste idéal n'est pas un simple technicien. C'est aussi un auteur et, en cela, il possède une responsabilité. S'il signe un article, il doit pouvoir répondre de chacune des informations qui y figurent. Comment les journalistes assument-ils ce rôle ? La rhétorique professionnelle consistera, le plus souvent, à évoquer les instruments classiques de la régulation professionnelle : la déontologie, le travail collectif et la relecture, le devoir de vérifier ses informations, etc. Au cours de notre étude, il est apparu également que la pratique angulaire pouvait constituer, aux yeux des journalistes, un moyen de tenir ce rôle d'auteur. Car l'angle peut être défini avant l'entrée sur le terrain et guider tout le travail du journaliste, de la définition du sujet jusqu'à sa publication. Or, le discours d'information est toujours difficile à maîtriser, car le journaliste n'est pas son seul producteur. Avant que son signataire ne finalise un papier ou un sujet, celui-ci aura souvent été influencé par le rédacteur en chef, des collègues, des techniciens, des sources, des monteurs, des secrétaires d'édition, etc. Pour penser les vicissitudes de la carrière d'un article, il est possible de la comparer à ce que Strauss nomme les trajectoires de maladies.

« Le terme de trajectoire a pour les auteurs la vertu de faire référence non seulement au développement physiologique de la maladie de tel patient mais également à toute l'organisation du travail déployée à suivre ce cours, ainsi qu'au retentissement que ce travail et son organisation ne manquent pas d'avoir sur ceux qui s'y trouvent impliqués.⁷⁰ »

De même, chaque article suit une trajectoire propre : du choix du sujet à son écriture, de multiples orientations et réorientations peuvent être opérées. Celles-ci peuvent être le fait de contingences (contraintes matérielles et temporelles, qualité des témoignages obtenus, etc.) ou de l'activité volontaire ou non d'acteurs appartenant à diverses professions et qui ont chacun leurs intérêts propres. Mieux que n'importe quelle technique, la définition d'un angle peut permettre au journaliste de maîtriser autant que possible cette trajectoire, étant donné que l'angle est peut-être le

70 Strauss A., « La trame de la négociation », p.143.

seul élément qui peut l'orienter à chacune de ses étapes. Lors d'un reportage, par exemple, un angle choisi très tôt permettra au journaliste de trouver une documentation précise, de choisir les interlocuteurs pertinents, de ne leur poser que des questions ciblées et de sélectionner ce qui, dans leurs réponses, présente un intérêt pour les développements. C'est-à-dire que la pratique angulaire introduit une cohérence dans le processus d'élaboration de chaque article. Cela donne au journaliste une longueur d'avance sur ses sources qui, elles, ne peuvent influencer que sur une seule de ces étapes – en théorie, du moins.

Toutefois, l'angle n'est jamais fixé une fois pour toutes, et les journalistes comme les manuels s'accordent à valoriser la souplesse et l'adaptabilité du journaliste.

« Sénèque il va dire qu'on n'arrive au port que si on sait où on va, non ? Il y a un truc comme ça... Bon, en même temps ça ne doit pas vous empêcher de rester ouvert, parce que des fois on a des surprises en court d'enquête. Donc ça, ça peut être marrant. Mais l'angle, c'est quand même le fil que vous allez dérouler. [...]C'est quand même bien parce que, je vous dis, ça permet de construire un peu votre plan d'enquête. Sachant que, je vous le répète, il ne faut pas être rigide. Il faut savoir être ouvert à des trucs qui, en route, peuvent remettre en cause la question.⁷¹ »

Lorsqu'un angle parvient à orienter la trajectoire d'un article de bout en bout, alors le journaliste apparaît comme le maître de cette trajectoire. Mais si, une fois sur le terrain, il s'aperçoit que son angle de départ n'était peut-être pas le meilleur, alors les normes professionnelles l'incitent à en changer, à donner une impulsion pour réorienter la trajectoire de manière à en rester maître sans pour autant distordre la réalité. Les discours sur l'angle développent fréquemment cette double injonction : l'angle doit être affirmé et tenu, mais le journaliste doit aussi pouvoir prendre la décision de le changer. Dans ce changement aussi, le choix de l'angle – du nouvel angle – est réputé permettre au journaliste de rester celui qui gère la trajectoire.

On comprend alors pourquoi l'angle est revendiqué comme une technique proprement journalistique : parce que certains journalistes la considèrent comme l'élément qui leur permettra de maîtriser la trajectoire de leurs sujets, quelles que

71 Une journaliste pigiste.

soient les contingences de la production. Si l'on reconnaît que cette technique est mobilisable par les autres acteurs intervenants sur cette trajectoire, alors le journaliste perd l'instrument qui lui permettait d'assumer la responsabilité de ses propos. Voici pourquoi certains mettent un point d'honneur à distinguer l'angle, technique journalistique, du message essentiel, auquel doit penser toute personne qui cherche à communiquer quelque chose. Nombreux sont les manuels et les journalistes rencontrés qui emploient les deux termes. Deux notions qui sont présentées comme distinctes, mais semblent séparées par une frontière bien mince. Pour Yves Agnès, par exemple, prendre conscience de son message essentiel est une nécessité du journalisme mais aussi de tous les instruments de communication. Ainsi, les sources peuvent définir et peaufiner leur message essentiel. Le journaliste, lui, doit aller plus loin :

« Le principe fondateur de l'écriture journalistique est donc de compléter la sélection des informations par le choix d'un message essentiel, dont va découler l'angle (ou l'axe) de l'article dans lequel vont s'organiser, grâce au plan, les informations retenues. Le titre de l'article, le chapeau, le début de l'article, devront s'inscrire strictement dans cet angle. »

Les discours sur la profession s'attachent parfois à distinguer l'angle du message essentiel, mais aucune définition claire n'existe qui permettent de différencier dans l'absolu les deux notions. La distinction proposée par Yves Agnès peut d'ailleurs sembler quelque peu obscure. Le clivage est plus clair lorsque l'angle retenu par le journaliste est clairement différent du message essentiel proposé par la source. Pour Cégolène Frisque, *« les procédés angulaires peuvent faire l'objet d'usages multiples, voire contradictoires »* selon les postures journalistiques. Un communiqué de presse sera ainsi retravaillé par certains de manière à proposer un message attractif ou par d'autres dans le but de donner un point de vue critique. Ainsi, l'angle est dans un cas une technique de valorisation des propos et dans l'autre un outil de mise à distance de la parole des sources. Dans tous les cas, Cégolène Frisque fait de l'angle une technique qui sert les objectifs du professionnel : mettre en valeur une parole ou la commenter. En se concentrant sur les déplacements d'angle opérés par les journalistes, ce point de vue nous semble ignorer d'autres usages de la pratique angulaire que nous développerons dans la seconde partie de ce travail.

Malgré ces idéaux d'autonomie, la figure du journaliste qui apparaît dans les discours sur la pratique angulaire est aussi celle d'un professionnel modeste et conscient de ne pouvoir à lui seul exprimer objectivement la réalité. Il sait qu'il lui faudra faire des choix. « *Informer c'est choisir*⁷² » note Yves Agnès dans son manuel : l'information procède d'une série de choix opérés par la rédaction, par le lecteur, et par le journaliste. « *La pratique professionnelle est d'ailleurs une succession de choix personnels*⁷³ ». L'angle est justement une invitation à prendre conscience de ces choix pour les assumer.

« Donc la définition de l'angle, c'est – pour moi en tous cas – la garantie de la rigueur. Ça c'est important. Je traite un sujet, si je veux le traiter rigoureusement il faut que j'admette que je ne peux pas le traiter dans toute sa circonférence. Je suis un journaliste, moi, je ne suis pas un romancier ou en tous cas un écrivain⁷⁴ ».

Christian Bobin est plus explicite encore : « *un bon angle est d'abord une bonne question posée dans un contexte donné : en termes de moments, de valeurs et de lectorats.*⁷⁵ » Mais c'est peut-être Denis Ruellan qui résume le mieux ces représentations, quand il avance que c'est dans l'angle – plutôt que dans l'objectivité - que le journaliste d'aujourd'hui situe la plus value apportée par son travail :

« L'angle serait une manière journalistique de poser de bonnes questions et d'y apporter rapidement des réponses dont la présentation simplifiée non seulement facilitera la compréhension, mais aussi signifiera au lecteur leurs caractères provisoires et éphémères.⁷⁶ »

L'angle est alors plus qu'une rationalisation du travail par la technique, il constitue le socle d'une réflexivité sur la pratique et dans la pratique dans la mesure où le travail d'angulation est un temps consacré à la prise de conscience de ses choix. On pourrait extrapoler en comparant le travail d'angulation avec celui de problématisation. Le premier permettrait au journaliste de construire son point de vue de manière relativement consciente. Le procédé angulaire, en effet, introduirait une certaine lucidité sur la nature du travail journalistique qui ne peut être exhaustif et

72 Agnès Y., « *Manuel de journalisme* », 2002, p.92.

73 Ibid., p.93.

74 Journaliste dans une rédaction locale, Ouest France.

75 Bobin C., *L'angle journalistique*, 2009, p.21.

76 Ruellan D., « *Le journalisme ou...* », p.142.

reste nécessairement soumis à des contraintes (temporelles, notamment). En cela, le travail d'angulation aurait quelque chose de comparable avec la problématisation. Seule une différence de degrés les séparerait. Dans une tentative pour définir ce qu'est « *la perspective journalistique* », Thierry Watine indique que pour produire « *une information socialement utile et éthiquement responsable* », le journaliste doit s'inscrire dans une démarche « *consciente de ses propres effets d'angle*⁷⁷ ». Il ajoute :

« Politiques, juristes, scientifiques ou même journalistes sont tous sous l'emprise de mécanismes qui, jusqu'à un certain point, déterminent la perspective et sont à l'origine de biais inévitable : « on n'échappe pas au travail de construction (...) il n'y a pas d'objet qui n'engage un point de vue. » Selon Bourdieu, les positivistes se trompent lourdement en opposant réalité et construction. La seule vraie différence, croit-il, se situe entre ceux qui construisent sans le savoir... et ceux qui, sachant qu'ils construisent, s'efforcent de maîtriser les effets de cette construction.⁷⁸ »

Il nous importe peu de savoir si, dans l'absolu, le journalisme et la sociologie relèvent d'une même démarche tout en se situant à différents degrés de réflexivité. Nous ne souhaitons pas nous inscrire dans les querelles entre ceux qui reprochent au journaliste de n'être pas conscient de ses effets de construction et ceux qui, au contraire, considèrent qu'« *un sociologue est tout simplement un reporter plus scientifique, plus précis, plus responsable*⁷⁹ ». D'un côté, les intellectuels rêvent le journaliste à leur image : plus intéressé par la rigueur que par les envies du public, de l'autre les journalistes revendiquent une connaissance des méthodes de recueil de l'information et des logiques de médiatisation dont les chercheurs devraient s'inspirer. Il convient de noter que les journalistes et les intellectuels sont engagés depuis longtemps dans une lutte pour le prestige symbolique, lutte de laquelle ne sont pas absents la fascination réciproque⁸⁰ et les enrichissements mutuels⁸¹.

Nous nous contenterons de noter que la pratique angulaire, par son effet normatif, invite les journalistes à penser la construction de leur discours. Cette prise

77 Watine T., « Entre réalité, vérité et objectivité : la « perspective » journalistique », 2004, p.26.

78 Ibid., p.29.

79 Park R., cité par Plenel E., « *Actualité de Park* », 2008, p.10.

80 Sur le sujet, lire Rieffel R., « *Journalistes et intellectuels : une nouvelle configuration culturelle* », 1992 et Lavoine Y., « *Le journaliste, l'histoire et l'historien* », 1992.

81 Voir notamment Ruellan D., « *Le journalisme ou...* », 2007.

de distance peut être individuelle ou collective. Collective, c'est souvent une réflexivité qui s'ignore, dans la mesure où la régulation se fait par la multiplicité des regards. C'est alors le travail collectif qui garantit que le point de vue final sera professionnel, et non pas strictement personnel – et potentiellement erroné. Dans les rédactions où l'on pratique beaucoup le journalisme assis, l'angulation est souvent présentée comme un long processus informel dont la collégialité garantit la rigueur. Au siège d' Ouest France, par exemple, on explique que « *c'est des ajustements permanents et qui se font par la force de l'habitude, c'est pas très spectaculaire* »⁸². Pour d'autres journalistes, qui ont en commun de partager une vision exigeante du métier, l'angulation est une démarche personnelle. S'il se contente d'égrainer des informations sans réflexion sur ce qui doit être mis en valeur, le travail journalistique n'est que routine – donc inutile. Une journaliste m'explique par exemple que les portraits doivent être anglés, parce que « *quand tu vas voir quelqu'un, il faut dire ce que tu en as retenu. Sinon, il n'y a pas besoin de journalistes. Tu vas voir Wikipédia et tu as toutes les infos. Le journaliste, il a un point de vue.* »⁸³ Une pigiste rencontrée en entretien ne dit pas autre chose : « *Il y a des fois où on laisse un peu de côté cette notion d'angle, et on se rend compte que c'est dommage puisque c'est ça qui fait la richesse d'un article, en fait.* » Dans cette perspective, le travail journalistique n'apporterait une plus value qu'à condition de présenter un point de vue construit.

On rejoint alors le troisième niveau de légitimation utilisé par les journalistes lorsqu'ils parlent de l'angle : cette technique leur permettrait de se conformer à leur rôle social : produire un discours d'information avec un point de vue journalistique. Car l'angle est souvent associé à l'idée de point de vue, qu'il s'agisse d'un point de vue personnel – c'est-à-dire original – ou d'un point de vue professionnel. A ce sujet, la rhétorique professionnelle ne saurait être plus explicite que sous la plume du pédagogue J-D. Boucher :

« Ainsi, on raconte « sous un certain angle », c'est-à-dire : d'un certain point de vue. Le journaliste porte son regard dans une direction précise. Il s'y tient. On ne balaie pas. On focalise. Le sujet est souvent imposé par l'évènement, les circonstances. En revanche, on choisit l'angle. »⁸⁴

82 Journaliste au service Économique et Social , Ouest France.

83 Journaliste au service des Informations générales, Ouest France.

84 Boucher J-D., « *Le reportage écrit* », 1993, p.36.

Ainsi, l'angle est à la fois la base du point de vue journalistique sur le monde et la liberté du journaliste. Un papier anglé propose un regard à la fois professionnel et individuel. Dès lors, le journaliste qui se fixe pour but de proposer une information à la fois pertinente et éthique ne trouverait que des avantages dans ce concept. L'angle serait pour lui un moyen d'être doublement fidèle à son identité, c'est-à-dire d'être à la fois un journaliste et un journaliste singulier. Ainsi, la technique angulaire autorise le journaliste à se dire auteur sans renier sa volonté de se présenter en technicien de l'information et inversement. Or, l'attention à la dimension autoriale de la profession est intégrée très tôt dans les discours sur le professionnalisme. On la retrouve par exemple dans la loi du 29 mars 1935, qui représente une conquête syndicale et permet la clôture des frontières de la profession.. L'article L.761-9 dispose en effet :

« Le droit de faire paraître dans plus d'un journal ou périodique les articles ou autres œuvres littéraires ou artistiques dont les personnes mentionnées à l'article L.761-2 [c'est-à-dire les journalistes professionnels] sont auteurs est obligatoirement subordonné à une convention expresse précisant les conditions dans lesquelles la reproduction est assurée ».

Cette disposition reconnaît explicitement le journaliste comme un auteur responsable et propriétaire de sa production. Les journalistes sont d'ailleurs également soumis à la loi du 11 mars 1957 sur le propriété intellectuelle⁸⁵.

Les identités professionnelles des journalistes sont donc duales en ce qu'elles oscillent entre l'envie d'être un auteur libre et la présentation de soi en technicien de l'information, capable de rationaliser son travail afin de proposer rapidement des documents pertinents à un public donné. C'est un journaliste libéré des contraintes qui exprime le mieux cette tension. Serge Michel, dans son introduction à l'ouvrage *Bondy Blog*, est en effet traversé par la tentation d'abandonner l'un de ces deux pôles pour n'être plus qu'une plume. Il vente les mérites du statut de blogger qui « *affranchit de toutes contraintes* », une situation qui « *a vite fait de réveiller le journaliste qui sommeille au fond de chaque*

⁸⁵ Sur le journaliste défini comme un auteur et sur les aménagements de la loi concernant la propriété intellectuelle, cf. Mathien M., « *Les journalistes et le système médiatique* », 1992, p19.

journaliste.⁸⁶ » Un rêve partagé par beaucoup de ses confrères ?

Mais revenons aux discours sur l'angle. Au final, les journalistes y développent tout l'arsenal des idéaux qui servent à légitimer leur profession : technicité, indépendance et rôle social. L'angle, en tant que technique, leur permettrait de rationaliser la production de l'information tout en stimulant leur créativité. Plus : une angulation efficace garantirait leur autonomie en ce que l'angle les autorise à se dire les seuls maîtres de la trajectoire d'un article – ou en tous cas les plus conscients de cette trajectoire dans sa globalité. La technique garantirait aussi l'autonomie du journaliste et, au final, c'est elle qui lui permettrait de porter un regard doublement singulier sur le monde, un regard à la fois professionnel (donc singulier, car différent des regards d'historiens, de sociologues, profanes, etc.) et personnel (donc singulier car l'angle est, précisément, ce qui distingue deux articles sur le même sujet et permet à leurs auteurs de se dire responsables de chacun d'eux). Bref, le travail d'angulation permettrait aux journalistes d'aujourd'hui de continuer à proposer un point de vue professionnel tout en restant modestes sur la portée de ce discours. Un point de vue journalistique, dès lors, ce serait à la fois le point de vue d'un auteur qui a choisi d'isoler un élément de la réalité et le point de vue d'un professionnel qui dispose de techniques lui permettant d'opérer ses choix, au premier rang desquels se trouve la pratique angulaire.

3. L'impossible définition de la pratique angulaire.

Les discours des pédagogues d'un côté et ceux des journalistes locaux de l'autre semblent dessiner une définition très générale et, pourtant, cohérente de l'angle : l'angle serait un idéal professionnel, une technique présente à tous les niveaux et une condition de possibilité d'un point de vue journalistique. Dès lors, le sociologue pourrait voir en cet idéal un mythe. Le rôle de ce mythe ? Mettre en conformité les idéaux professionnels (de maîtrise des techniques, de déontologie et

86 « *Comment expliquer notre bonheur à Bondy ? Avant tout par la liberté du blogger, laquelle a vite fait de réveiller le journaliste qui sommeille au fond de chaque journaliste. Écrire sans délai particulier des sujets savoureux mais qui ne figureraient pas toujours dans un reportage traditionnel, créer pièce par pièce sa propre narration, publier à flux tendu plusieurs fois par jour, sans angle déterminé à l'avance, sans éditeur qui cherche à lire par-dessus votre épaule, pour une audience large et réactive mais si mal définie qu'elle nous affranchit de toute contrainte* ». Michel S., « *Des voix dans le 9-3* », 2006, pp.15-16.

d'expression d'un talent propre) avec la pratique. Or, de multiples éléments incitent à penser que les conditions de travail des journalistes sont fort éloignées de leurs idéaux. Car les journalistes, pour la plupart d'entre eux, sont soumis à un nombre croissant de contraintes productives. Certains auteurs, tels François Ruffin, Alain Accardo ou Michel Mathien avancent alors l'idée qu'une partie au moins des idéaux journalistiques aurait moins pour fonction de guider les pratiques que de rendre acceptables les contraintes de production aux principaux intéressés ou d'empêcher les lecteurs d'en prendre conscience. Le premier explique que les registres de la passion et de la vocation servent à rendre acceptable des horaires impossibles⁸⁷. Selon Alain Accardo et Gilles Ballastre, les pigistes, eux, feraient de nécessité vertu en avançant leur adaptabilité, leur réactivité et leur capacité à produire vite comme des qualités professionnelles; alors même que ces compétences peuvent aussi être présentées comme l'intériorisation par les journalistes eux-mêmes de logiques de marché et la négation de leur autonomie⁸⁸. Quand à Michel Mathien, il parle d'une « *idéologie défensive* » qui « *a pour vertu majeure de cacher la réalité de l'aliénation professionnelle au public et, dans les apparences, aux professionnels eux-mêmes.*⁸⁹ » L'angle ne constitue-t-il alors qu'un simple cache-misère.

Aborder la pratique angulaire comme un « mythe interne » à l'univers de la presse à la manière de Jacques Le Bohec aurait quelque pertinence. Pour cet auteur, les mythes sont des croyances puissantes, malgré leurs incohérences par rapport à la réalité du travail journalistique, car « *toutes ces maximes sont imposées quotidiennement aux journalistes de base sur le mode de l'évidence incontestable, à prendre ou à laisser si on veut passer pour un bon professionnel auprès de ces collègues de travail.*⁹⁰ » De même, les discours sur la pratique angulaire peuvent enchanter les conditions de travail, notamment celles des journalistes les plus exposés aux contraintes nouvelles. Les pigistes, par exemple, qui ont du apprendre à démarcher les rédactions pour vendre leurs productions. L'angle leur permet d'être performants dans cette activité commerciale. Comme le procédé angulaire est valorisé par la profession, la mobilisation discursive de cette technique leur permet

87 Ruffin F., « *Les petits soldats du journalisme* », 2003.

88 Accardo A. (dir.), « *Journalistes précaires* », 1998.

89 Mathien M., « *Les journalistes et le système médiatique* », 1992, p.128.

90 Le Bohec J., « *Les mythes professionnels du journalisme* », 2000, p.38.

de rendre compatible l'idéal professionnel et l'impératif commercial. Le Guide de la pige magnifie cette situation où le journaliste doit sans cesse être créatif :

« Les pigistes acquièrent un rôle vital pour le fonctionnement du journal. Disponibles, ils répondent aux besoins ponctuels de main d'œuvre des rédactions. Et surtout, ils leur apportent les idées qu'elles n'ont pas eues; un nouveau regard, source de réflexion, d'innovation, de dynamisme.⁹¹ »

Pour aider les journalistes à apporter cette touche de nouveauté, le manuel insiste sur « un choix décisif : l'angle » :

« Le plus souvent, c'est dans l'idée même de l'angle que réside l'intérêt du sujet. Son originalité permet d'écrire un papier sur le thème le plus éculé.⁹² »

Dans ce cas, certains pigistes peuvent utiliser l'angle comme un moyen de réenchanter leur situation en considérant qu'un usage fréquent de la pratique angulaire manifeste, en soi, leur professionnalisme. D'autres journalistes soumis à de nouvelles contraintes peuvent faire un même usage de la notion. Les producteurs d'information en ligne, par exemple. En effet, au parisien.fr :

« la sélection et la mise en ligne des dépêches est donc la tâche principale des journalistes en poste sur le desk, qui s'opère via le système de gestion de contenu. Il s'agit d'un travail sédentaire, éloigné des représentations professionnelles valorisées du journalisme d'investigation⁹³ ».

Comment faire de la compilation de dépêches, du tri des nombreuses informations publiées sur le web des tâches nécessitant la qualification de journalistes professionnels ? En invoquant l'angle, bien sur. L'angle comme principe de tri des données en fonction des attentes du lectorat; l'angle comme expertise différenciant le professionnel du profane de plus en plus appelé à publier. Au-delà de ce travail de desk, les journalistes web, ce sont aussi ces reporters au statut indéfini qui doivent apprendre à accomplir simultanément des tâches de plus en plus nombreuses. Au parisien.fr, chacun d'entre eux doit produire des vidéos, des

91 Nobécourt P. & Cazard X., « Guide de la pige », 1995, p.26.

92 Ibid., p28.

93 Cabrolié S., « Les journalistes du parisien.fr et le dispositif technique de production de l'information », 2010, p.88.

enregistrements sonores et des textes au cours de tournages qu'ils n'ont pas toujours la possibilité de négocier. Parfois, en effet, ils doivent se contenter du temps d'un rendez-vous pris par un journaliste de la rédaction papier pour officier. Là encore, S.Cabrolié indique que c'est dans la liberté de choisir leurs angles que ces journalistes trouvent une satisfaction⁹⁴.

Ainsi, la pratique angulaire peut être présentée comme un moyen de mettre en conformité des pratiques fortement contraintes avec la part d'idéologie professionnelle incorporée par chaque journaliste. Pour autant, il ne faut pas figer la définition de la pratique angulaire en en faisant un simple mythe à déconstruire. Cela reviendrait à postuler que les mythes professionnels ne servent qu'à nier une réalité que les journalistes eux-même ne sauraient voir. Encore une fois, rappelons que les identités se construisent sur l'intériorisation de normes professionnelles (des « mythes », parfois), mais aussi sur les interactions entre ces différentes normes et la pratique quotidienne. Les identités professionnelles des journalistes ne sont pas toutes entières contenue dans leurs mythes. Et force est de constater que l'angle comme mythe, idéologie professionnelle ou norme est mobilisé de mille manières...

Cette étude ne vise donc pas à définir un mythe, ses fonctions et ce en quoi il diffère de la réalité. Accepter comme un mythe unifié le concept d'angle, ce serait lui accorder trop d'importance. Car les journalistes rencontrés ne manifestent jamais une vision si globale de l'angle que celle qui a été présentée plus haut. Cette définition (l'angle comme technique de rationalisation permettant au journaliste de maîtriser la trajectoire de son article et de proposer un point de vue journalistique) est intéressante pour comprendre comment l'angle participe au travail de légitimation mais ne doit pas être confondue avec les définitions intériorisées du concept. La première, complexe et cohérente, est entièrement construite par le sociologue. C'est une définition mosaïque composée en juxtaposant les multiples définitions locales. Car dans les faits, l'angle est défini de manière si simple que même ceux qui s'accordent sur son aspect normatif l'interprètent diversement. La définition proposée par Erik Neveu, par exemple, est intéressante en ce qu'elle dit bien à quel point le concept d'angle est rudimentaire, au point de relever presque plus du bon sens que de

94 Ibid., p.92 et suivantes.

la technique : l'angle c'est une « *manière d'aborder un sujet, d'en valoriser une dimension spécifique (ex : souligner l'impact écologique ou les problèmes de contrôle des navires lors du naufrage d'un pétrolier).*⁹⁵ » Une définition simple est la seule valide, pour le concept d'angle, parce qu'ainsi on ne s'interdit pas de mesurer la plasticité des manières de l'intérioriser et le mettre en œuvre. Parce qu'il est impossible de mettre en cohérence des discours à ce point divergents sans produire un artefact.

Détaillons les différentes acceptions du concept. Premier point de discorde : tout papier possède-t-il de fait un angle qui pourrait se déduire de sa lecture (quand bien même le journaliste n'aurait pas réfléchi à la question) ? Denis Ruellan a proposé une typologie des angles, en partant du principe que tout article choisissait une manière d'aborder la réalité et une seule – même si le parti pris est de la présenter sous différents aspects, en adoptant un angle « bilan » ou « causes-conséquences », par exemple. Les journalistes rencontrés, au contraire, ne déclarent pas connaître et mobiliser un répertoire préconstitué d'angles. Et les manuels qui détaillent précisément les différents genres journalistiques ne précisent jamais quelles pratiques précises se trouvent derrière la notion d'angle. Ils ne proposent ni typologies ne descriptions des manières de faire. Par contre, pédagogues et enquêtés tombent généralement d'accord pour reconnaître des angles plus ou moins bons, les meilleurs étant les plus originaux, les plus adaptés à leur public, etc.

Second problème : les journalistes peuvent-ils produire sans cadrer, sans choisir d'angle ? Certains répondent que oui, « *c'est tous les jours, pour n'importe quel sujet*⁹⁶ » tandis que la plupart expliquent que la technique est fréquemment délaissée « *Moi je trouve ça dommage, mais c'est vrai qu'on ne s'en préoccupe pas toujours*⁹⁷ ». Si, l'on demande si tout papier doit être anglé, les réponses varient plus encore. Elles vont du très normatif « *Tout papier doit être anglé*⁹⁸ » à sa mise en doute

« - Parfois il ne faut pas angler. Moi au début – et pendant longtemps- je

95 Neveu E., « *Sociologie du journalisme* », 2009, p.7.

96 Rédacteur en chef d'une rédaction locale, Ouest France

97 Rédactrice, France 3 Bretagne.

98 Grévisse B., « *Écritures journalistiques* », 2008, p.231.

croyais sincèrement qu'on pouvait angler tous les papiers.
 - Non, on ne peut pas.
 - En fait, on a une obligation d'informer. On ne peut pas angler précisément si les gens n'ont pas l'info, le contexte.⁹⁹ »

A propos des informations qui ne semblent pas s'organiser suivant un angle, deux conceptions s'opposent. Pour les premiers, un discours qui n'est pas anglé c'est un discours qui n'a pas de fil directeur ni de message essentiel. Le résultat d'un manque de professionnalisme, en quelque sorte. Une journaliste déplore ce fait : « *il y en a beaucoup qui ne savent pas ce qu'est un angle, surtout dans la vieille génération. Mais pas seulement.*¹⁰⁰ » Pour d'autres, un papier non anglé, c'est un papier pour lequel le journaliste a préféré ne pas choisir d'angle un peu personnel ou original, parce que la priorité est de donner un contexte, un bilan, etc. « *Quand tu as un ministre qui annonce des mesures. Souvent ça part dans tous les sens. Mais il faut en parler.*¹⁰¹ » Pour cette journaliste, ce que Denis Ruellan considère comme un angle spécifique (le bilan) n'en constitue pas un, puisque c'est un cadrage qui s'impose de lui-même, en quelque sorte. Dans certains papiers, le journaliste n'a pas envie de profiter de la liberté que lui offre la pratique angulaire. Dans ces situations où le cadrage des faits semble aller de soi, beaucoup de journalistes préfèrent ne pas parler d'angle, dans la mesure où le choix n'est pas personnel. Un pédagogue fait de même : B. Grévisse, qui considère que « *« Angler » son sujet, ou son papier, équivaut à éviter de traiter d'un thème général*¹⁰² ».

Face à un concept qui semble prendre des acceptions si différentes selon les interlocuteurs, le sociologue doit-il trancher ? Pas nécessairement. Toutefois, nous souhaitons préciser un peu notre définition : puisque la pratique angulaire semble prendre des sens si différents selon les acteurs, il ne s'agit pas d'un mythe ni d'une idéologie, mais plutôt d'une norme. Parce qu'à notre sens, le concept de norme est plus apte à rendre compte de la diversité des usages. Le mythe ne peut être que partagé, transmis tandis que la norme doit être intériorisée ou appliquée pour

99 Entretien avec deux journalistes du service société d' Ouest France.

100 Rédactrice, France 3.

101 Journaliste du service Société, Ouest France.

102 Grévisse B., *op.cit.*, p.231.

exister¹⁰³, et elle peut l'être de diverses manières. Bien que la pratique angulaire ait pu être diversement intériorisée, elle n'en existe pas moins comme norme. Car il s'agit d'une norme simple, transmise tôt dans la socialisation et donc susceptible de redéfinitions locales. La définition de l'angle n'est pas durcie par les discours, contrairement à celle des genres journalistiques. Mais même ainsi, même floue, elle reste une norme très souvent associée au professionnalisme. Bref : la pratique angulaire permet aux journalistes de mettre en conformité le discours sur leurs pratiques avec les attentes qu'ils perçoivent quant à leur rôle. En parlant d'angle, les journalistes se sentent journalistes, ils réactivent des idéaux professionnels pour eux mêmes et pour les autres. Que ces idéaux varient sensiblement d'un individu à l'autre importe peu; c'est le mécanisme, qui compte. Cependant, il convient de noter que cet usage discursif de l'angle, au-delà de son but identitaire, peut produire des effets sociaux immatrisés. A force de faire du journaliste le maître de son article et des journalistes les seules personnes aptes à juger la qualité d'une information – car l'angle n'est jamais mis en avant, dans un article, il faut le rechercher activement pour pouvoir le déduire de la lecture – ce discours risque d'ériger les praticiens en seuls responsables des erreurs et approximations qui affleurent régulièrement dans la presse. A l'instar, du discours sur la déontologie, finalement. A ce sujet Benoit Grévisse note en effet :

« En niant l'effectivité des contraintes hiérarchiques, ce discours journalistique exonère les responsables de médias, pourtant supposés en tirer un profit supérieur. Mais il coupe également le journaliste du lien qui l'unissait au public. En affirmant la seule régulation par les pairs, cette vulgate journalistique de l'indépendance oblige les professionnels à porter seuls la charge de la responsabilité médiatique. Cette rhétorique ne tient pas compte de l'évolution historique. Elle ignore l'industrialisation de la presse, le poids de plus en plus prégnant de la finance et le recul de l'opinion comme de l'information, au profit de la communication.¹⁰⁴ »

Concernant les discours sur la pratique angulaire, le risque existe de sur-valoriser

103Du reste, la notion de mythe telle que définie par les anthropologues et reprise par les politistes est très critiquée depuis les années 1980. On lui reproche de postuler une croyance unanime des populations concernées et de réduire à outrance les fonctions sociales du mythe. Cf Veyne P. « *Les grecs ont-ils cru à leurs mythes?* », 1983 & Detienne M. « *Invention de la mythologie* », 1981.

104 Grévisse B., « *Légitimité, éthique et déontologie* », 2003, p.227.

le rôle du journaliste dans l'entreprise de presse en lui offrant à lui et à lui seul la capacité de produire un point de vue. Le risque inverse existe, pour le sociologue : exagérer la cohérence de la norme. Cela reviendrait à nier la diversité des usages et la réflexivité des acteurs. L'angle, au contraire, est une technique simple, un mot d'ordre dont tous les usages – discursifs comme pratiques – restent possible. Y compris des usages critiques. Ne pas trop prendre au sérieux le discours de ceux qui affirment « *l'angle c'est notre choix. Notre responsabilité*¹⁰⁵ » et relativiser le pouvoir de la norme, c'est le programme de notre troisième partie.

C. Regards critiques sur un idéal professionnel

Évoquer le point de vue journalistique, c'est supposer que le discours d'information reflète ce point de vue et lui seul, que les acteurs concourant à sa production ne peuvent l'influencer qu'à condition d'être journalistes. Un postulat trop lourd, de toute évidence. Un postulat qui doit nous interroger. Les journalistes tentent d'imposer l'angle comme ciment d'un point de vue professionnel, l'angle ne peut-il pas être mobilisé par d'autres acteurs, à d'autres fins ? Dans ce cas, considérer l'article, le sujet ou la photo comme porteurs du point de vue du journaliste n'a plus guère de sens. Même chose si l'on parvient à montrer que la trajectoire de ces produits est façonné par des contraintes, des choix, des négociations qui parasitent le travail de l'angle. Il faut donc poser cette question : l'angle, pratique idéale et indispensable, est-elle défendue pas les journalistes et par leurs supérieurs ?

Lors des entretiens, les journalistes se sont presque tous montrés critiques à l'égard de leurs propres pratiques. Rares sont ceux qui se sont contentés d'une présentation idéale de leur profession. Au contraire, la plupart d'entre eux a explicitement reconnu ne pas utiliser la pratique angulaire de manière conforme aux idéaux. A l'exception peut-être de celle de Chantepie, les rédactions semblent peu valoriser le procédé angulaire, à en croire les enquêtés qui s'empresent d'apporter

105 Bobin C., « *L'angle journalistique* », 2009, p.36.

des explications au phénomène... Ou de relativiser l'importance du procédé angulaire.

1. Une pratique peu valorisée au quotidien.

Jusqu'ici, nous travaillons sur la figure du journaliste idéal telle qu'elle apparaît dans les discours des professionnels lorsqu'ils parlent de l'angle. Or, les discours recueillis portent souvent un point de vue critique sur les pratiques, en relevant la distance qui sépare la norme de son application. Et beaucoup regrettent que la pratique angulaire ne soit pas plus valorisée, au quotidien.

En premier lieu, il convient de noter que les rédactions ne font pas toutes le même usage de la technique. Car tous les journalistes s'accordent à reconnaître que, pour angler, il faut du temps. Le choix d'un angle est, en effet, un temps de réflexion, dont les certains pédagogues¹⁰⁶ disent qu'il sera plus efficace s'il est collectif. Encore faut-il trouver un moment pour cela. Et, de fait, les journalistes qui semblent le plus utiliser cette technique sont ceux qui disposent du plus de temps (tous les journalistes qui travaillent sur des sujets « magazine », et notamment les pigistes) ou ceux dont le travail est le plus collectif (les journalistes des pages nationales, à Ouest France). Le journal Ouest France est particulièrement intéressant, parce que très hiérarchisé. Les journalistes travaillant à Chantepie, rédigent les pages communes à toutes les éditions. Ils se situent en haut de la hiérarchie et s'identifient parfois plus volontiers à la presse nationale qu'à la presse régionale. Ces journalistes mettent en avant leur pratique angulaire dans une stratégie de distinction par rapport à ceux qui travaillent dans des rédactions locales. A la question : débat-on des angles lors des conférences de rédaction? un membre de la rédaction en chef répond que :

« Ça peut arriver. Normalement, l'angle ça se traite au sein des services, je veux dire : c'est une relation directe [...] En même temps, je parle des pages du début, qui sont quand même différentes des pages locales ou il y a quand même moins de discussion, moins de traitement journalistique au sens fort. »

Certains journalistes en viennent donc à considérer qu'à Chantepie, où le

106 Bobin C, « *L'angle journalistique* », 2009 ; Boucher J-D, « *Le reportage écrit* », 1994.

fonctionnement de la rédaction est plus collégial, la pratique angulaire sera exploitée de manière plus professionnelle. La « *relation directe* » de la pratique angulaire au siège s'oppose ici à une situation jugée plus routinière, où il y a « *moins de discussion* ». La distinction passe aussi par des choix éditoriaux. D'abord, il y a le choix de publier dans les dernières pages des informations plus « magazine », c'est-à-dire plus axée sur la culture, les loisirs et la mode que sur l'actualité chaude. Ces pages sont préparées par le service dit « de la fin de journal » à Chantepie. Une journaliste de ce service m'explique que, pour ces sujets détachés de l'« actu », le travail d'angulation est essentiel :

*« - Quelles sont les exigences spécifiques de ces pages ?
- Alors on en arrive aux angles (rires) [...] Il faut essayer d'attirer le lecteur, et de le retenir. A travers, justement, des images fortes, un style un petit peu musclé. Proposer quelque chose de différent. Surprendre. C'est un petit peu les angles qu'on... Ouais, ce qu'on essaie de faire en priorité dans ces pages-là : surprendre, donner des infos insolites, des portraits décalés. »*

Aussi, cette journaliste dit insister beaucoup sur l'importance des angles, lorsqu'elle discute avec des collaborateurs occasionnels (ponctuellement, des localiers écrivent des portraits ou des chroniques pour la page Télévisions). Elle dit leur demander des efforts, comme si le travail d'angulation original n'appartenait qu'au siège, comme s'il fallait sortir les localiers de leur routine.

Et force est de constater que dans la rédaction locale de Rennes, les pratiques sont différentes. Pour le chef de rédaction, la priorité est ailleurs, et il insiste plus sur l'importance des genres journalistiques. Là encore, il applique une stratégie éditoriale. Une stratégie matérialisée par les « filets bleus » surmontant un nombre croissant d'articles et dont le but est d'indiquer le genre utilisé. Par exemple : « reportage » ou « profil », etc. Il a été décidé de recourir le plus souvent possible aux genres journalistiques pour rendre le journal plus attractif. L'idée principale de la réforme : éviter ces papiers standardisés, strictement informatifs et routiniers, qui ont été baptisés d'un nom infamant : les POF. « *La direction a fait la chasse au pof (le papier Ouest France) : un papier standard en 80 lignes. C'est même devenu un*

*épouvantail.*¹⁰⁷ » Un membre de la rédaction en chef explicite la démarche :

« Ça c'est pas un jus de crane de directeurs de journaux. On sait que... Enfin, on sait... On a des indications assez fermes sur ce qui arrête ordinairement les lecteurs dans les pages. [...] Le traitement des informations par les genres vivants, l'infographie – qui s'est imposée depuis une quinzaine d'années ici – les papiers découpés – ceux qu'on appelle pucés, avec des débuts en gras ou des petits signes... Bon bah toutes ces choses là permettent une mise à disposition du sujet plus rapide pour le lecteur. »

Une réforme qui produit des effets, puisque l'usage des genres est largement répandu dans les pages locales et activement encouragé dans la rédaction rennais. Lors de la conférence de rédaction, le rédacteur en chef suggère souvent l'usage de tel ou tel genre en même temps qu'il attribue des sujets. Mais certains regrettent que cette insistance sur la forme inhibent la réflexion sur ce qu'ils considèrent comme le fond et qui peut être résumé par l'angle.

*« -On parle de quoi sur un sujet ?
- De « Pourquoi ? Comment ? » de « Trois questions à »... [deux genres propres à Ouest France et très employés]
- De genres, donc.
- De genres, ouais. C'est vrai que ça se fait plus comme ça. Des fois on précise avant d'aller sur le terrain, mais quand on va sur le terrain, des fois on se rend compte qu'un autre genre pourrait aller mieux : un reportage ou un pourquoi ? Comment ?, enfin... Après, on voit un peu, mais c'est vrai que c'est un peu rangés dans des cases. La recherche d'angle est limitée toute faite, quoi.¹⁰⁸ »*

Lors d'un entretien, un autre localier confirme cette impression : *« la majeure partie des papiers que nous écrivons ne sont pas anglés. Il faut le redire.¹⁰⁹ »* Lors des observations il apparut que dans cette rédaction, l'angle était peu valorisé : le mot ne fut quasiment pas prononcé en trois jours alors même que chacun savait que mon travail portait sur ce thème, tandis que l'on a beaucoup parlé des genres journalistiques, que ce soit avant l'entrée sur le terrain ou après publication. Un matin, par exemple, le premier commentaires du rédacteur en chef sur la production de la veille est : *« C'est très bien, ce canard, on a un retour des genres*

107 Journaliste retraité d'Ouest France.

108 Une jeune journaliste récemment entrée dans la rédaction locale de Rennes.

109 Un journaliste proche de la retraite, qui a fait toute sa carrière à Ouest France.

rédaotionnels ».

A Ouest France, l'angle est donc plus ou moins mis en avant selon les rédactions et les services. Un membre de la rédaction en chef explique cet état de fait par des raisons matérielles :

« Le début et la fin de journal font objet d'un travail fond / forme plus important. Si vous voulez, on y consacre plus d'énergie, de temps, il y a plus de gens pour une page qu'il n'y en a pour une page locale, si vous voulez. Donc il faut juger ça aussi en fonction de l'énergie et des moyens mis à disposition. »

Il est vrai que les localiers sont souvent plus pressés par le temps : ils produisent fréquemment plusieurs articles par jour et ont rarement la possibilité de préparer un papier sur plusieurs jours. Dans ces conditions, il est plus difficile de réfléchir à ses angles.

A France 3 non plus, la pratique angulaire ne satisfait guère les journalistes. Une rédactrice explique : *« l'angle, c'est une catastrophe »* avant de critiquer ses pairs : *« il y en a beaucoup qui ne savent pas ce qu'est un angle. »* Au moment du bilan de la période d'observation le rédacteur en chef lui-même présente la pratique angulaire comme un problème :

« Tu vois, c'est dommage mais c'est vrai que l'angle on n'en parle presque pas. Même en conf de rédaction on ne prend pas le temps. Et c'est dommage, parce que l'angle c'est essentiel. Manon, par exemple, elle est partie ce matin avec deux angles. C'est pas possible d'avoir deux angles.¹¹⁰ »

Tous ces propos révèlent, en négatif, à quel point la norme entourant le procédé angulaire a été intériorisée.

Le point de vue des pigistes ne diffère pas fondamentalement. Pour eux, les rédactions mettent plus ou moins en avant la pratique angulaire dans leurs commandes. Cela varie en fonction des stratégies éditoriales, des rubriques mais également au gré des personnalités. Interrogée sur ce dont elle discute avec les

110 Rédacteur en chef, France 3 Bretagne. Retranscription de mémoire d'un court échange au détour d'un couloir.

responsables éditoriaux au moment de vendre un article, une pigiste dresse cet état des lieux :

« On discute surtout du sujet, ouais. Après, il y en a qui disent « trouvez un angle plus intéressant » ou « proposez un autre angle » ou « le sujet est bien mais il faudrait un angle un peu plus... » Mais c'est vrai que souvent, c'est quand même laissé un peu de côté, quoi. Dans pas mal de titres. Bon, il y y a des articles courts, aussi. Normalement, même une brève a un angle, on nous dit bien... Mais pff ! Dans des articles courts, souvent l'angle il passe un peu à la trappe. C'est vraiment de l'info brute, un peu mise en forme. »

Dans tous ces témoignages, une nouvelle composante du discours sur l'angle apparaît : le regard critique sur ses propres pratiques. Ce regard critique n'est pas également présent chez tous les journalistes. Ceux qui se situent en situation précaire sont les plus enclins à relever ce qui, dans la profession et dans leurs propres pratiques, n'est pas conforme à leurs objectifs. Ces journalistes, ce sont les stagiaires, les rédacteurs de France 3 dont la situation est plutôt instable (changements incessants à tous les niveaux de la hiérarchie et remise en cause des statuts sont à l'ordre du jour depuis quelques années), et surtout les pigistes. Par contre, les journalistes dont la situation est plus stable – qui sont aussi ceux qui disposent des meilleures conditions de travail – sont moins enclins à formuler des critiques. Il s'agit, d'abord des responsables éditoriaux qui se sentent obligés, de par leur rôle, de transmettre une vision officielle de leurs activités. Il s'agit aussi des journalistes du siège, à Ouest France.

2. Les routines, les contraintes et les directives comme facteurs explicatifs

Les journalistes interrogés sur l'angle sont couramment frustrés et la plupart développent un discours critique. Alors qu'ils reconnaissent une valeur normative au procédé angulaire, nombreux sont ceux qui constatent que la technique est, somme toute, peu valorisée dans les rédactions. Beaucoup reconnaissent, sur ce point, une part de responsabilité individuelle. Mais les logiques d'entreprises sont également montrées du doigt, en ce qu'elles contraignent le travail et freinent l'épanouissement d'un point de vue professionnel chez les journalistes. Dernières cibles des critiques : les rédacteurs en chef, qui n'insisteraient guère sur la pratique.

Certains se sont remis en question, lors des entretiens. Ils reconnaissent ne pas saisir toutes les opportunités de mettre en conformité leur action avec leurs idéaux professionnels. Le poids des habitudes et des routines, de même que leur faible motivation sont invoqués comme facteurs explicatifs de ce qu'ils présentent par ailleurs comme une anomalie. C'est du désengagement de certains journalistes dont il est question ici : pigistes obligés d'accepter de produire des papiers qui ne les intéressent pas, localiers qui trouvent leur travail trop répétitif, professionnels de toutes les entreprises inquiets pour leurs statuts et démotivés par des contraintes nouvelles, etc.

Beaucoup d'entre eux travaillent parfois à minima. Une pigiste, par exemple, reconnaît qu'« *il y a des fois où on laisse un peu de côté cette notion d'angle, et on se rend compte que c'est dommage.* » Une autre pigiste, qui fait également des remplacements pour le Télégramme de Brest tous les ans à la même période et dans la même rédaction, est encore plus franche :

« Dès que le papier est un peu plus intéressant, ben on a un peu plus envie de s'y intéresser et, du coup, de réfléchir un peu plus à ce qu'on va mettre. Mais c'est vrai que dès que c'est des trucs qu'on a fait dix fois, qui reviennent tous les ans à la même époque, ce genre de chose... Alors que justement, ce serait l'occasion de trouver un angle différent à chaque fois, sur le marronnier de la Saint Valentin, machin. Ce serait intéressant de trouver un angle différent à chaque fois. Mais bon, il y a une petite flemme intellectuelle, aussi, je pense. Qui prend le dessus, quoi. Surtout en locale. »

Toutefois, les journalistes donnent le plus souvent des explications externes. Les contraintes de production, notamment. D'abord, il y a – de plus en plus fréquents – le manque de temps et d'espace :

« L'angle reste, quand même, prégnant dans nos articles pour peu qu'on veuille prendre le temps d'y réfléchir. Malheureusement on n'a pas toujours le temps. Vous avez passé un peu de temps à la rédaction, vous avez vu à quel rythme on est soumis. Et puis peut-on parler d'angle, aussi – parce qu'il faut être clair – peut-on parler d'angle dans un papier de 30 lignes, 40 lignes ? Ce qu'on nous demande de plus en plus d'écrire...¹¹¹ »

111 Un localier, lors d'un entretien. A noter : la taille des articles a récemment diminué lorsque Ouest France – après bien d'autres titres – a augmenté la taille de ses caractères afin d'aérer sa mise en page.

Beaucoup indiquent qu'il devient matériellement plus difficile d'angler pour des journalistes sommés de produire plus en moins de temps. Une localière, par exemple, sourit à l'évocation du sujet : « *l'angle, mais c'est tout petit, l'angle* ». En tant que syndicaliste, ses priorités sont ailleurs :

« J'ai eu un succès fou aux assises du journalisme à Strasbourg quand j'ai parlé de journalisme Vishnu. Parce que le journaliste de PQR, il doit tout faire. Avant, il devait déjà être bon journaliste et bon photographe. Maintenant on lui demande aussi d'être bon en interviews [c'est-à-dire de savoir enregistrer des interventions orales pour les diffuser sur le site Internet du journal] et en vidéo. C'est plus quatre bras qu'il lui faut, c'est six bras ! »

Ces arguments ont été entendus à plusieurs reprises, lors des entretiens ou des observations. Et le constat concerne l'ensemble de la presse¹¹². Nombre de journalistes ont l'impression que leur travail est sans cesse parasité par les nouvelles tâches qu'on leur confie. Aux pigistes pour la presse écrite, il est désormais demandé de prendre des photos car les journaux sont de moins en moins prêts à payer pour obtenir des photographies de presse, quitte à perdre en qualité. Les localiers, en plus de la photo et du texte, doivent aussi capturer des interviews et des vidéos afin de nourrir le site Internet du journal¹¹³. Dans le passé, ces derniers avaient déjà vu le nombre de leurs tâches s'accroître au moment de l'informatisation des journaux. Quand aux journalistes de télévision, ils regrettent la disparition des preneurs de sons et certains craignent que les conditions de travail dans le secteur ne convergent vers le modèle des chaînes d'information en continu. Un contre-modèle absolu, qui sert de repoussoir tant les conditions de productions sont tendues dans ces médias : les journalistes travaillent par équipes de deux¹¹⁴ et couvrent un territoire immense. Ils doivent tout faire : conduire, écrire les reportages, les filmer et enregistrer le son, et même le montage. Même si les journalistes rencontrés ne connaissent pas ces conditions extrêmes, beaucoup mettent en avant la multiplication des tâches comme

112 Cf Neveu op.cit., p.76 pour une réflexion sur le compactage des formats.

113 Dans le même esprit, S. Cabrolié décrit le « reporter « homme orchestre » qui assume la prise de vue, la gestion des interviews, le montage et l'édition des vidéos » pour le site web du Parisien. Cabrolié S., « *Les journalistes du parisien.fr et le dispositif technique de production de l'information* », 2010, p.92.

114 En général, les équipes de la télévision se composent de deux ou trois personnes : un rédacteur, un Journaliste Reporter d' Images (le cameraman) et un preneur de son (cette dernière fonction tend à disparaître). Les sujets sont finalisés dans la rédaction avec l'aide de monteurs qui travaillent sur plusieurs sujets chaque jour.

un facteur déstabilisant. Ayant à satisfaire trop d'objectifs à la fois, les journalistes ont du mal à se concentrer sur leurs angles, qu'il s'agisse de l'angle de la prise de vue ou de l'angle de l'article.

A ce stade, il est éclairant de comparer les pratiques angulaires journalistiques avec celles des photographes travaillant dans les mêmes rédactions. D'abord, les deux métiers mobilisent la notion d'angle, ce qui n'aura échappé ni au pédagogue Jean de Broucker¹¹⁵ ni aux journalistes interrogés. Souvent au cours de cette enquête, le travail du journaliste aura été comparé à celui du photographe, et particulièrement lorsque les journalistes désiraient mettre en avant les difficultés de la pratique angulaire. La qualité du point de vue – journalistique comme visuel – est remise en cause dès lors que ces deux tâches sont concentrées dans les mains d'un seul journaliste. Lorsqu'il accompagne un journaliste, un photographe professionnel utilise tout le temps dont le reporter a besoin pour observer, écouter et poser des questions afin de travailler son image. Cela lui permet de faire des réglages, de choisir ses angles de prises de vue et – pourquoi pas – de prendre un cliché de son interlocuteur dans une pose spontanée, sans mise en scène¹¹⁶. Bref : le photographe est en mesure de composer une photographie selon des normes professionnelles de qualité et d'expressivité qui n'appartiennent qu'aux métiers de la photographie. Le journaliste qui prend une photo, au contraire, le fait après avoir recueilli les notes suffisantes à la production de son article. Il ne s'attarde pas. Il décide rapidement de son cadrage, sans avoir la connaissance technique du photoreporter, ni même la légitimité à prendre des clichés « sur le vif », dans certains cas. Il demandera donc souvent à ses interlocuteurs de poser et s'en remettra à une ligne graphique dont le but est peut-être moins de construire une ligne éditoriale que de faciliter la tâche aux journalistes comme aux sources. Pour les journalistes, choisir l'angle d'un papier est une compétence journalistique, de même qu'il n'appartient qu'au photographe de déterminer l'angle de la prise de vue. Or, le mélange des fonctions risque d'entraîner

115 « *Comme les photographes, les journalistes savent qu'il vaut souvent la peine de tourner un moment autour d'un objet avant de décider de la manière qui en rendra le mieux l'effet : c'est affaire de point de vue, de focale, d'éclairage. L'objet est là : sous quel angle le saisir et le rapporter ?* », DeBroucker J., *op.cit.*, p67.

116 Sur la manière dont les élus ont appris à poser pour les journalistes locaux et sur la façon dont ces attitudes sont rendues plus difficiles par la présence d'un photographe, voir J Le Bohec, « *les rapports entre élus et locaux* », 1994.

un brouillage des discours, une incapacité à respecter les règles de la photographie et celle de l'écriture journalistique.

Si de nouvelles contraintes de temps et d'espace se diffusent dans toutes les sphères de la profession, les difficultés matérielles à manier la pratique angulaire ne sont pas ressenties de la même manière par tous les journalistes. Les pigistes et les localiers les invoquent très souvent. Beaucoup plus que les membres de la rédaction de Chantepie, qui semblent plus satisfaits de leurs conditions de travail (mais sont aussi moins enclins à reconnaître l'emprise de routines, par exemple). Les journalistes de télévision, qui connaissent probablement les contraintes productives les plus strictes, n'évoquent pas ou peu ces contraintes comme des freins à la pratique angulaire. Car en télévision, l'angle se décide surtout en conférence de rédaction. C'est alors l'attitude des rédacteurs en chef qui est en cause.

Une journaliste travaillant depuis 20 ans pour France 3 et qui a connu plusieurs rédactions explique :

« Moi j'ai été intégrée à Amiens, avec un des rares red'chefs qui soient vraiment pointilleux, qui avait réfléchi dès le matin à la hiérarchie de son journal, à l'angle des sujets. Mais la plupart du temps, les rédacteurs en chef abdiquent. »

Ce genre de critiques n'est cependant pas réservé aux responsables éditoriaux en poste à la télévision. Car de tels propos sont également formulés dans la rédaction locale de Rennes dans laquelle le rédacteur en chef, très impliqué dans la promotion des genres, valorise peu la pratique angulaire. Parfois, les formateurs font l'objet des mêmes reproches. Un journaliste ayant fait des stages au mensuel du Golfe du Morbihan avant d'entrer en formation de journalisme dans l'IUT de Tours raconte :

« J'ai fait mes stages avant de commencer ma formation de journaliste. Donc on m'a appris ce qu'était un angle avant... Ben on me l'a appris concrètement sur le terrain, dans une rédaction, avant que je l'apprenne en cours. Et paradoxalement moi j'ai pas trouvé qu'on insistait beaucoup là-dessus dans ma formation. Après, ce qu'il faut dire aussi, c'est que les formations de journalistes ne sont pas toutes de même niveau. Elles ne sont pas toutes non plus d'une rigueur exceptionnelle. »

Ce schéma explicatif a déjà été entendu ailleurs. Dans un travail mené en 2004 sur les rédactions Lannionnaises de Ouest France et du Télégramme de Brest¹¹⁷, Christophe Gimbert et Yvon Rochard montraient que les genres académiques étaient peu mobilisés, dans les rédactions locales. Et d'avancer trois explications : les habitudes, les contraintes (notamment l'exigence d'écrire court) et le relatif manque de préconisations venant de la rédaction en chef à ce propos. Les mêmes arguments sont aujourd'hui mobilisés dans les rédactions que nous avons visitées pour expliquer le relatif désinvestissement de la pratique angulaire. Toutefois, la comparaison des usages des genres à Lannion en 2004 et à Rennes en 2010 laisse supposer que, toutes choses égales par ailleurs (les contraintes et les routines évoluant lentement), l'implication des hiérarchies peut suffire à impulser l'usage d'une technique dans la rédaction, puisque la rédaction rennaise publie chaque jour plusieurs « filets bleus » tandis que les journalistes lannionnais semblaient s'en désintéresser, en 2005.

3. Des identités professionnelles travaillées par la déception

Si l'angle constitue une invitation à la réflexivité dans l'action, les questions posées par le sociologue sur les pratiques incitent, elles, à une réflexivité sur l'action. Amenés à commenter leur travail, rares sont les journalistes locaux qui semblent se satisfaire de leur pratique angulaire. Au contraire, l'insatisfaction est peut-être le trait le plus saillant des entretiens. La plupart des journalistes rencontrés se retrouvaient face à un désajustement entre leurs idéaux et leurs pratiques. Ce décalage travaille les identités professionnelles de différentes manières.

A peine avertis du thème de ce mémoire, beaucoup on réagit de manière à montrer qu'ils étaient conscients de ne pas travailler de manière canonique. Les réponses aux questions sur l'angle commençaient fréquemment par des considérations très générales et éminemment critiques. A France 3, par exemple, le rédacteur en chef a d'emblée expliqué que « *c'est une catastrophe ! Les journalistes partent toujours sur le terrain sans avoir d'angle de défini* ». En entretien, une rédactrice travaillant sous sa direction abonde dans son sens « *l'angle, c'est un vrai*

117 Gimbert C. & Rochard Y., « *Pratiques et limites des genres en presse de proximité* », 2009.

problème, à mon sens. » Même réaction chez ce localier « L'angle, pour moi c'est nécessaire. Alors dans la pratique, c'est pas forcément une réussite tous les jours. »

Second indice de ce regard critique porté sur les pratiques : l'emploi du conditionnel. Une pigiste, par exemple, reconnaît : « *bon ben c'est vrai que ce ne serait pas idiot d'avoir réfléchi deux secondes avant à quel angle pour savoir quelles questions poser et qu'elle [l'attachée de presse] ne nous ressorte pas son petit discours bien formaté avant. C'est vrai que moi je ne le fais pas systématiquement.*¹¹⁸ »

Il faut toutefois relativiser la portée de ces critiques: parmi les journalistes qui développent un discours critique, seule une localière a choisi l'engagement syndical. C'est-à-dire que le mal-être provoqué par ce sentiment de désajustement ne semble provoquer que rarement la révolte. Contrairement aux pigistes rencontrés par l'équipe d'Alain Accardo, les journalistes dont nous avons recueilli la parole n'ont pas non plus fait état de souffrance, lorsqu'ils parlaient de leur pratique angulaire, mais simplement d'insatisfaction. Comment comprendre, alors, que la constatation du décalage entre l'idéal et la pratique ne produise pas des identités souffrantes ?

D'abord, il faut noter que le doute fait partie de l'identité professionnelle des journalistes. Il y a, d'abord, le doute pour soi du journaliste confronté au conflit entre ses envies, ses idéaux et ses conditions de travail. Géraldine Muhlmann a fait de Lincoln Steffens l'idéal type de ces angoisses : un journaliste tiraillé entre l'envie de tout dire et les contraintes, entre sa volonté de dévoilement et la nécessité de rester lisible par un large public¹¹⁹. Notre enquête montre que l'identité des journalistes locaux aussi peut se construire sur ce type de remise en question. Interrogés sur l'angle, beaucoup montrent des signes d'insatisfactions et tentent de les expliquer par les contraintes productives. Il y a, ensuite, le doute pour autrui. La capacité à porter un regard critique sur soi et sur les pratiques journalistiques semble faire partie de la prescription de rôle et aucun des journalistes rencontrés ne tient à apparaître comme un individu vivant dans les mythes.

118 Journaliste pigiste.

119 Pour lui, « *le journalisme est confronté à un mensonge au regard de ses propres ambitions, parce qu'il doit ménager la curiosité de son lectorat. Tous les journalistes, semble dire Steffens, connaissent ce mensonge, et l'impossibilité de le dépasser.* » Muhlmann G., « *Une histoire politique du journalisme* », 2004, p.113.

Toutefois, beaucoup de journalistes retravaillent leurs identités professionnelles pour ne pas en rester à cet état insatisfait. Alors, ils relativisent la portée de la notion d'angle. Certains laissent même le concept de côté. En fait, et le plus souvent, les journalistes relativisent cet écart entre la norme et les pratiques. Ils se posent en professionnels maîtrisant la norme mais impliqués dans des situations trop complexes pour bien la mettre en œuvre. C'est par exemple cette pigiste qui explique :

« C'est pour ça que votre travail m'a étonné, parce que l'angle, je dirais que ça roule. Ça va tout seul. Non, les vrais problèmes sont statutaires. Les techniques, après, c'est facile. »

C'est donc bien cette impression de ne pas être, matériellement, en capacité de développer un point de vue à la fois personnel et professionnel sur le monde qui explique probablement pourquoi certains minimisent si souvent le rôle de la pratique angulaire : elle ne leur suffit pas pour affirmer tel point de vue, elle n'est donc pas essentielle. Dès lors, certains tentent de faire comprendre qu'ils délaissent la pratique angulaire, certes, mais que cela ne relève pas d'un manque de volonté et qu'il ne faut y voir aucune trace d'incompétence. Fatalistes, ils présentent ce délaissement comme un abandon résultant de contingences : pas assez de temps ni d'espace, etc.

Voici pourquoi cette technique semble être moins mobilisée dans les faits que dans les discours. Les journalistes locaux ne font pas de la pratique angulaire un bastion ou l'instrument d'une reconquête. Ils la relativisent. Rappelons une fois encore les expressions de surprises, les sourires et même les rires des professionnels apprenant qu'un étudiant préparait un mémoire sur l'angle. Les discours critiques des journalistes sur leur travail, qui semblent tenir une grande place dans les rédactions observées, portent fréquemment sur tout autre chose le plus souvent sur la surcharge de travail, parfois sur les relations avec certaines sources, ou sur les problèmes avec la hiérarchie. Mais de l'angle, on parle finalement peu, en dehors des entretiens. Et lorsqu'un apprenti sociologue probablement farfelu propose aux journalistes de parler de la pratique angulaire, ils sont plus prompts à s'autocritiquer, à dénigrer leur hiérarchie ou à s'en prendre aux contraintes qu'à présenter une vision enchantée d'eux-mêmes. En cela, l'angle comme idéal professionnel ne constitue pas un mythe

mobilisé par les journaliste dans un mouvement de déni de la réalité de leur travail.

Cela permet de comprendre pourquoi la pratique angulaire semble si peu mobilisée jusque dans des situations où il serait possible de la mettre en œuvre. Lors de notre passage à la rédaction de Rennes, par exemple, les journalistes n'étaient guère contraints par le temps. Durant les vacances scolaires du mois de février, en effet, il n'y eut pas beaucoup d'actualité chaude. Mais la rédaction n'en a pas profité pour produire des articles sous des angles originaux, ou pour proposer des sujets inédits. Au contraire, les journalistes se sont contentés de pester contre la rareté des sujets intéressants et ont travaillé comme d'habitude, c'est-à-dire en se concentrant sur les genres. Rappelons encore une fois les propos de cette pigiste qui travaille parfois en rédaction locale, car ils illustrent bien cet oubli du procédé angulaire : « *Ce serait intéressant de trouver un angle différent à chaque fois. Mais bon, il y a une petite flemme intellectuelle, aussi, je pense. Qui prend le dessus, quoi* ».

L'angle semble plutôt être un idéal paradoxal : à la fois parfaitement englobant , appelé à un grand avenir et partagé par tous, mais facilement laissé de côté par certains. En d'autres termes, l'angle participe d'une prescription de rôle agréable pour le journaliste qui, en parlant de la pratique angulaire, fait vivre nombre d'idéaux professionnels. Mais cette technique, à la fois faiblement codifiée, non contraignante et surtout peu valorisée leur semble de peu de poids face à des phénomènes d'imposition de rôle plus désagréables. Les journalistes mobilisent la pratique angulaire pour définir ce qu'ils sont, mais cette définition passe aussi par la constatation du décalage entre les idéaux et la pratique. Et le procédé angulaire ne permet pas, à lui seul, de combler ce fossé. Dès lors, certains l'abandonnent quelque peu. On touche ici à la limite des techniques définies de manières souples et des normes non contraignantes. On comprend alors pourquoi une technique qui résume tous les idéaux journalistiques ne semble pourtant pas centrale dans la construction identitaire des journalistes locaux. Toutefois, l'identité se construit également au

cours du travail, dans l'interaction avec les autres acteurs. Il convient donc d'étudier si cette norme souple participe plus efficacement de la prescription de rôle, à ce niveau.

II. Se présenter en journaliste : l'angle comme instrument de réglage des relations

C'est entendu : l'angle est mobilisé par les journalistes dans un but biographique, c'est-à-dire pour définir « *l'image de soi que l'on donne à voir à travers le journaliste que l'on veut être*¹²⁰ ». Mais l'image que les journalistes ont d'eux-même ne se dessine pas seulement dans les moments où ils livrent un discours sur leur profession. C'est un processus continu. L'identité professionnelle se construit à chaque moment de l'activité, c'est-à-dire aussi et surtout dans les temps de travail. Pour les journalistes, ces temps de travail sont, en grande partie, des temps d'interaction. Le journaliste est en contact avec ses sources, mais pas seulement, puisqu'il entretient aussi des relations avec les autres employés de l'entreprise de presse, avec la hiérarchie, avec ses pairs, voire même avec le public.

En fait, les journalistes au travail se trouvent fréquemment dans la même situation que les artistes étudiés par Becker¹²¹ ou les médecins des ouvrages de Strauss : forcés de collaborer avec d'autres acteurs - professionnels ou non – qui ne sont souvent pas des journalistes. Dans ces conditions, la coopération ne peut s'effectuer que si des points d'achoppement émergent : les différentes parties doivent se mettre d'accord sur certains buts à atteindre, sur les techniques ou le vocabulaire à mobiliser, sur le rôle de chacun, etc. Les acteurs ont besoin de conventions, qui sont en fait des formes de normalisation du travail et d'ajustement des attentes réciproques¹²². Par exemple, Johanna Siméant a montré que la déontologie n'était pas simplement un élément central de l'identité professionnelle journalistique, mais également ce qu'elle nomme

120 Fintz M., « *Les usages biographiques du journalisme* », 2004, p.167.

121 Becker H., « *Les mondes de l'art* », 2006.

122 Howard Becker consacre tout un chapitre des « *Mondes de l'art* » à l'étude des différentes formes de conventions. Il en distingue deux grands types: celle qui permettent de former un public et celles qui permettent de produire une œuvre. Seule les secondes nous intéressent ici.

un instrument de réglage des relations. Son travail invite à penser une fois encore la souplesse des instruments journalistiques et la richesse de leurs usages :

« Car dans le journalisme, « apprendre la déontologie », c'est avant tout apprendre à régler ses relations avec les autres dans une pratique aux contours mal définis. C'est pourquoi la déontologie est rarement explicitée chez les journalistes, sinon de manière négative, en opposition aux pratiques d'autres groupes professionnels ou en référence à « ce qu'il ne faut pas faire ». Aussi serait-il réducteur de limiter la déontologie aux usages discursifs qui en sont fait, tant ils paraissent la cantonner à une rhétorique légitimatrice semblable à celle de l'objectivité ou du professionnalisme.¹²³ »

De même, l'angle, comme norme, indique au journaliste comment il doit se comporter dans l'interaction, c'est une prescription de rôle. Mais la norme est souple, adaptable. En cela elle permet au journaliste de faire un pas vers l'autre, de ne pas rester engoncé dans des idéaux professionnels qui seraient définis de manière stricte. L'étude du réglage des relations par la déontologie peut nous inspirer en ce qu'elle propose de dépasser les conceptions figées du professionnalisme. Comme la déontologie, le procédé angulaire est une assez simple à saisir pour constituer une convention. C'est-à-dire que l'angle – la question qui résume l'article en préparation – est ce dont on va parler pour travailler ensemble, ce qui pourra être négocié. Nous postulons qu'un accord se réalise fréquemment sur la nécessité d'obtenir, au final, un sujet avec un bon angle et que, par suite, la détermination de cet angle deviendra un enjeu de lutte. Tout simplement parce que ce que les journalistes nomment « angle » est en fait la manière la plus simple de résumer leur position sur le sujet : en une phrase, l'angle donne déjà un parti pris. Bien plus que le genre, en général. C'est pourquoi les sources et les rédactions en chef peuvent être intéressées à la définition de l'angle. Il convient de comprendre comment le journaliste s'organise pour tenir son rôle – ou pas – dans cette lutte. La seconde partie portera donc sur ces deux usages de la pratique angulaire : l'angle permet au journaliste de collaborer avec d'autres acteurs, mais il peut aussi participer dans l'interaction d'une prescription de rôle. Les considérant inextricablement liés, nous avons pris le parti de présenter ensemble ces deux usages de l'angle d'abord dans la relation avec les sources puis dans les relations

123 Siméant J. « Déontologie et crédibilité : le réglage des relations professionnelles au Centre de formation des journalistes », 1992, p.37.

de travail avec d'autres journalistes.

A. Un enjeu lors de la négociation avec les sources

La relation entre le journaliste et ses sources est un point crucial, dans les travaux sur le journalisme, parce qu'il s'agit d'un enjeu important. Qui influence l'autre ? Comment ? Cette relation intrigue aussi par sa complexité, puisqu'elle met en relation deux types d'acteurs engagés dans deux logiques professionnelles distinctes. Deux acteurs qui ont besoin l'un de l'autre et qui, le plus souvent, ont intérêt à créer les conditions d'une collaboration durable, notamment lorsque le nombre de sources comme de médias est réduit, par exemple dans le cas de la presse régionale¹²⁴ ou dans celui de la presse spécialisée¹²⁵. Il existe de nombreuses formalisations théoriques de cette relation. Ce travail s'inspire de l'analyse en termes d'exploitation réciproque des journalistes et des sources, proposée par Cégolène Frisque :

« On propose donc ici de penser les relations entre les journalistes et les sources comme un échange qui s'inscrit dans le temps et non uniquement ponctuel ; comme ayant une forte dimension collective, liée aux propositions respectives des institutions, et pas seulement individuelle ; comme plastiques et évolutives selon la dynamique de la situation, en non figées ; comme fondée sur l'activité tactique des acteurs et leurs anticipations, et non entièrement déterminées par des facteurs structureaux ; et finalement comme une exploitation réciproque des acteurs, et non comme une coopération concurrentielle. ¹²⁶ »

Telle formulation nous semble bien résumer l'ensemble des dimensions à prendre en compte lorsque l'on analyse cette relation : le temps court de l'interaction et le temps

124 La thèse de Cégolène Frisque explore bien la diversité des relations entre les localiers et leurs sources, ces relations dépendant d'attitudes passées, d'anticipations, de logiques professionnelles concurrentes, mais aussi de la posture des uns et des autres. Frisque C., « *L'activité journalistique au quotidien : Travail relationnel, identitaire et rédactionnel des journalistes de la presse quotidienne régionale* », 2002.

125 Pour une analyse de la manière dont magistrats et journalistes spécialisés dans la justice stabilisent leurs relations, on pourra lire Civard Racinais A., « *Le journaliste, l'avocat et le juge.* », 2003.

126 Frisque C., *op.cit.*, p.74.

long de relations de travail suivies, ainsi que les différents facteurs de dépendance réciproque des acteurs..

La pratique angulaire produit des effets contrastés dans cette relation puisque, on l'a vu, elle constitue une prescription de rôle, c'est-à-dire qu'elle est à la fois une contrainte et une ressource pour le journaliste. La maîtrise de l'angle lui permet de mettre en scène son professionnalisme – notamment face au profane – et de maîtriser la trajectoire de son sujet. En même temps, les sources peuvent exploiter une technique qui est souvent devenue routinière pour tenter d'imposer des angles répondant à leurs intérêts. Un jeu s'engage alors, dans lequel le journaliste a la possibilité d'abandonner la pratique angulaire ou bien déplacer l'angle dans le but de récupérer le contrôle de la trajectoire de son article.

1. La mise en scène du professionnalisme

Sur le terrain, les journalistes cherchent à se conformer à la contrainte de rôle qu'ils perçoivent. Il existe des manières socialement acceptables d'être un journaliste professionnel au travail. Des normes qui varient selon les époques, selon les spécialités, et même selon les situations et les individus. Cyril Lemieux a également montré que la manière socialement acceptable d'être un journaliste n'est pas la même en privé – c'est-à-dire dans la rédaction, dans les couloirs des administrations ou dans des restaurants parisiens – et en public – à la télévision, à la radio ou dans les journaux¹²⁷. Le propos n'est pas, ici, d'égrener les différentes contraintes de rôles ou d'en proposer une typologie. Ce qui nous occupe, c'est la manière dont la pratique angulaire permet aux journalistes de se présenter comme des professionnels (ou pas) dans leurs différentes interactions de travail.

D'abord, le fait d'avoir travaillé un angle permet au journaliste d'avoir une vision plus ou moins générale de son sujet ou, au minimum, de montrer qu'il le maîtrise.

127 Pour des exemples de ce type nombreux et précis, voir Lemieux C., *Mauvaise Presse*, 2000. Selon cet auteur, la plupart des fautes professionnelles reprochées aux journalistes sont le résultat de confusion entre les trois « grammaires » qui régissent la manière d'être des journalistes. Ces grammaires correspondent schématiquement à la manière socialement acceptable de se comporter en public, à celle d'agir en privé et à la capacité à développer un discours réflexif sur soi et ses pratiques. Un journaliste professionnel doit savoir mobiliser l'une ou l'autre en fonction des situations d'interaction.

« - Arriver avec un angle, ça facilite la travail ?
 - Oui. Ça permet de travailler plus vite. De prendre moins de notes. [...] Cette rencontre, vous l'aviez préparée, pour ne pas parler de la pluie et du beau temps. J'aurais l'impression de me foutre de la gueule des gens si je n'ai rien préparé.¹²⁸ »

Cette comparaison entre l'entretien sociologique et l'interview journalistique fut proposée plusieurs fois, lors des entretiens. Elle montre la volonté qu'ont certains journalistes d'apparaître comme rigoureux – du moins dans certaines situations, car tous avouent partir souvent sur le terrain sans préparation. Par contre, avoir préparé son angle permet non seulement au journaliste de rationaliser son travail de terrain mais également de se donner une contenance. Nombre de recherches mettent en avant la crédibilité des informations comme objectif poursuivi par tous les journalistes. Ajoutons que cette quête de crédibilité commence dès l'interaction avec les sources. Les journalistes sont préoccupés par l'image que leurs écrits renvoient d'eux, mais également par l'image qu'ils peuvent présenter lorsqu'ils sont sur le terrain. Cégolène Frisque montre combien il est important pour certains locaux de savoir se montrer incisifs lorsqu'ils se trouvent face à certaines de leurs sources (notamment les élus). Dans les rédactions qu'elle a visité, il y a d'ailleurs une controverse à ce sujet. Certains, en effet, semblent interpréter cette manière de poser les questions comme un pur travail de posture. Face à ceux qui imposent des questions parfois dérangeantes et n'hésitent pas à les marteler « *d'autres journaliste dédaignent le questionnement et l'insistance, trouvant cela inutile et considérant qu'il s'agit d'un moyen de se faire valoir plus que d'obtenir des réponses* »¹²⁹. On retrouve ce phénomène de mise en scène de soi de manière exacerbée dans bien des interviews politiques de radio¹³⁰ ou de télévision. Cyril Lemieux ajoute que le manque de distance vis à vis des hommes politiques constitue souvent une faute professionnelle, pour les interviewers¹³¹. La manière ostentatoire de montrer son

128 Une journaliste pigiste, lors d'un entretien.

129 Frisque C, *op.cit.*, p.174.

130 Pour un exemple récent, on repensera à l'insistance avec laquelle les interviewer de France Inter, Thomas Legrand et Nicolas Demorand, ont essayé de faire prononcer le mot « rigueur » à des membres du gouvernement à qui l'on avait manifestement interdit de le formuler.

131 Observant une émission politique, C.Lemieux étudie comment le journaliste travaille à manifester son indépendance pour le public. Il ajoute que cela a son importance, car « *les infractions à la règle de la conservation d'initiative sont bien souvent au fondement des reproches de collusion ou de manque d'équité qui frappent les passages des hommes politiques à la télévision.* » (Lemieux, *op.cit.*, p.269)

indépendance se veut donc une manifestation du professionnalisme. Or, telle attitude est largement facilitée par le fait que le journaliste, ayant défini son angle, soit en mesure de poser des questions précises. C'est parfois en référence à l'angle qu'un journaliste va « recadrer » un interlocuteur enclin aux digressions. De manière générale, explique un manuel dévolu à l'interview, « *préparer son questionnaire libère l'esprit, éloigne la peur du trou noir, donne la plan de l'entretien et prouve à votre interlocuteur que vous connaissez la question.*¹³² »

La scène suivante se passe le matin, dans un bar. Il s'agit de la conférence de presse d'une association de soutien aux sans papiers. A part le localier d'ouest France, d'autres journalistes sont présents. L'un, très jeune, pose sur la table un petit dictaphone qu'il laissera allumé durant toute la durée de la conférence. C'est un bénévole à Canal B. Un autre journaliste, plus âgé, travaille pour RCF. Lui n'enregistre rien, mais il prend des notes. Il ne sort son matériel d'enregistrement qu'à la fin de la conférence, et pose quelques questions à la porte-parole de l'association afin de lui faire répéter ou préciser les points de son discours qu'il juge les plus importants. Ces questions préparées durant la conférence lui permettent de n'enregistrer que très peu de paroles. Son travail de dérushage sera certainement bien plus court que celui du jeune reporter. Cet exemple suggère que, selon leurs manières de travailler, les journalistes ne renvoient pas la même image. Alors même que leurs productions seront peut-être de qualité égale, le second journaliste a pu apparaître comme plus efficace que le premier, davantage professionnel, en somme. Cela reste toutefois une hypothèse, qui revient à supposer que les sources du journaliste aient partagé notre ressenti du moment (qui doit beaucoup à des préjugés).

Finalement, la productivité du travail journalistique pourrait en partie dépendre de la capacité des professionnels à mettre en scène leur professionnalisme. C'est du moins l'idée qu'avancent deux pigistes, pour qui avoir un angle permet d'être jugée crédible et, donc, d'obtenir des réponses intéressantes. Pour la première, « *il n'y a rien de pire que de poser des questions débiles. L'interlocuteur, il voit tout de suite qu'on ne*

132 Montant H., « *L'interview écrite et le portrait* », 1995, p.24. Peu avant le passage cité, cet auteur indique qu'une interview doit posséder un angle, mais que celui-ci peut évoluer si des réponses imprévues surgissent.

*connait pas le sujet.*¹³³ » La seconde est plus explicite encore :

*« - Une fois sur le terrain, l'angle, ça permet de travailler mieux ?
- Ça permet de poser les bonnes questions, déjà. Ça permet de poser les questions, donc je pense d'être peut-être pas plus pertinent, mais pertinent plus rapidement. Alors d'abord ça conforte l'interlocuteur : alors voilà, on sait pourquoi on est là, on sait ce qu'on va lui demander¹³⁴. »*

Tout journaliste a besoin, pour s'assurer la collaboration de ses sources, de s'imposer en professionnel crédible. Outre sa réputation ou celle de son journal, les techniques de rationalisation du travail lui permettent de produire une image de soi en professionnel compétent. Le procédé angulaire faisant partie de ces techniques, il est un élément qui permet au journaliste de s'imposer comme professionnel, mais un élément parmi d'autres et le mot ne semble guère employé dans les relations des journalistes et leurs sources. Du reste, la présentation de soi des journalistes passe par la mise en œuvre informelle de multiples techniques dont les usages sont inextricablement liés à des objets, à des attitudes, au contexte etc.. On ne saurait donc évaluer précisément en quoi la pratique angulaire joue plus en faveur d'une prescription de rôle que l'usage de technologies (appareil photo, dictaphone sophistiqué, etc.), de genres journalistiques, de discours théorique ou même que l'arrivée dans une voiture décorée du logo de l'entreprise de presse.

2. Quand le journaliste maîtrise la trajectoire de son article.

Comme facteur de rationalisation du travail, l'angle n'est jamais aussi efficace que dans les situations où le journaliste est libre de mener son travail comme il le souhaite. Cela arrive le plus souvent lorsqu'il rencontre des profanes, c'est-à-dire des sources qui ne sont pas professionnelles, qui n'ont pas l'expérience des médias ou qui ne manifestent pas un grand intérêt pour la médiatisation. L'exemple de la remise de médailles aux jeunes joueurs d'échecs est, à ce titre, très éclairant. La scène se passe un vendredi durant les vacances scolaires et le protagoniste en est un journaliste

133 Une autre journaliste pigiste, lors d'un entretien.

134 Une troisième journaliste pigiste, lors d'un entretien.

stagiaire employé à la rédaction locale de Rennes pour remplacer des journalistes partis en congés. Après deux semaines dans la capitale bretonne, ce vendredi est son dernier jour de travail, et il est pressé de prendre son train pour rentrer à Toulouse. Mais il a une journée chargée : trois articles à écrire, alors même qu'il souhaitait partir tôt. Il enchaîne ses papiers et lorsque, vers dix sept heures, vient le moment d'aller assister à la remise des médailles, il n'a rien préparé. Mais il sait ce qu'il cherche. En voiture, il détaille son programme : il fera un bilan de la compétition qui vient de s'achever qu'il illustrera par quelques photos de jeunes médaillés. A notre arrivée, l'un des bénévoles se dirige vers nous, ne sachant manifestement pas trop comment nous aider. Le journaliste lui explique ce qu'il compte faire puis pose quelques questions. Bientôt, le début de la cérémonie les interrompt. Sur scène, l'un des organisateurs fait le bilan du tournoi. Le journaliste, lui, prend en note quelques-unes de ses paroles, mais très peu : des chiffres, des félicitations, des noms et des remerciements principalement. Puis, lorsque les enfants commencent à monter sur scène, il en photographie quelques-uns. Lorsqu'il pense avoir assez d'images, la cérémonie est loin d'être finie. Il se tourne vers moi « *c'est bon, on y va* », et nous partons. Son article¹³⁵, rapidement écrit publié le lendemain sur quatre colonnes et avec des photographies sera fidèle au programme qu'il s'était fixé.

Cet exemple montre un journaliste qui maîtrise la totalité de la trajectoire de son article : depuis le choix initial de l'angle jusqu'à la rédaction, il organise tout son travail de manière cohérente et ne rencontre aucune contingence : contretemps, opposition, imprévus, etc. Pourtant, l'angle fut choisi de manière routinière et totalement désengagée. En effet, ce journaliste n'était pas intéressé par le sujet. Du reste, il ne semblait pas accorder une grande importance à la pratique angulaire lors de ses stages en locale, dans la mesure où il ne préparait jamais vraiment ses sujets. « *Je préfère voir sur le terrain. C'est comme si je me mettais à la place du lecteur lambda et que j'essayais de voir ce qui est intéressant*¹³⁶. » Ce stagiaire pressé et faiblement engagé (il ne souhaite pas travailler dans la presse quotidienne régionale) a toutefois pu maîtriser le processus de production de son article grâce à l'angle qu'il avait défini : ici, la conscience de ce fil directeur lui a permis de travailler rapidement

135 « *Les rois et reines des échecs sacrés à Bréquigny* », Ouest France, 20 & 21 février 2010, édition de Rennes, article reproduit en annexe p135.

136 Lors d'une discussion en voiture, la veille.

et d'organiser efficacement la collaboration avec les sources. Mais cela ne fut possible que dans la mesure où ses interlocuteurs n'ont pas tenté de négocier les termes de la collaboration. D'ailleurs, pour l'essentiel, cette collaboration s'est faite à distance, le journaliste placé dans le public se contentant de recueillir ce qui se disait sur la scène.

D'autres fois, au contraire, la collaboration avec les sources ne s'est pas réalisée avec le bon angle, ce qui demande un surcroît de travail au journaliste. C'est par exemple le jeune journaliste cité plus haut qui prépare un article sur les besoins de bénévoles en vue d'une course de rollers. Le rendez-vous avec le responsable associatif est expéditif car le journaliste n'a pas besoin de beaucoup d'informations, croit-il. La suite lui prouvera le contraire car à son retour dans les locaux du journal, le rédacteur en chef lui demandera de produire un grand article sur quatre colonnes pour présenter l'évènement. Le journaliste se rend bien compte, alors, que l'information qu'il a recueillie sera à peine suffisante, pour ce travail. Il glisse d'ailleurs « je ne sais pas ce que je vais raconter, sur le sujet de tout à l'heure. Stéphane m'a mis soixante lignes. Je suis dans la merde. [...] J'aime pas ça, tirer à la ligne ! » Autre exemple, qui concerne une pigiste, cette fois : la journaliste est partie en Iran pour réaliser des reportages, dont elle n'a pas réussi à vendre certains.

« Je m'étais dit : les sujets sur l'Iran que je n'ai pas vendus, je vais essayer de les retravailler avec un autre angle. [...] Et en fait je me suis rendu compte que je manquais d'infos. En retravaillant mes angles, je me suis dit « ouais c'est bien joli mais j'ai pas assez d'infos pour proposer ce sujet-là. » Bon, j'ai toujours des contacts sur place, je pourrais les rappeler. Mais c'est vrai que plus on prépare avant... Enfin, si j'avais su que j'allais proposer ces sujets-là, j'aurais posé d'autres questions, sur place.¹³⁷ »

Voici donc un contre-exemple de la manière dont l'angle peut servir à rationaliser le travail de recueil de l'information en enrôlant des sources. Dans cette situation, au contraire, le procédé angulaire a été mis en œuvre. Mais comme l'angle choisi n'était pas adapté aux attentes des rédactions, le travail de terrain en devient presque inexploitable et l'intervention des sources perd de son sens.

137 Une journaliste pigiste lors d'un entretien.

Dans tous ces exemples, le journaliste utilise le procédé angulaire à discrétion. Mais en général, les sources cherchent à défendre leurs intérêts. Alors le travail d'angulation est plus exigeant, il demande une certaine vigilance car les interlocuteurs du journaliste cherchent à éluder certaines informations ou à ne valoriser que les aspects qui les avantagent. « *C'est vrai que ce ne serait pas idiot d'avoir réfléchi deux secondes à quel angle pour savoir quelles questions poser et qu'elle [l'attaché de presse] ne nous ressorte pas son petit discours tout bien formaté avant.*¹³⁸ » reconnaît un pigiste, suivant en cela les conseils de bien des pédagogues tel Henry Montant pour qui « *il ne s'agit pas d'arriver telle une oie blanche, devant le spécialiste qui s'avisera aussitôt de votre ignorance et en abusera.*¹³⁹ »

Le journaliste qui a mobilisé le procédé angulaire tôt dans le processus de production possède un avantage sur ses interlocuteurs : il est le seul à avoir la conscience de l'ensemble de la trajectoire de son article ; il connaît l'espace qui lui sera alloué, le jour de parution, le titre et la rubrique, les exigences de la rédaction en chef et, finalement, le fil directeur qu'il déroulera. Ses interlocuteurs, même professionnels peuvent avoir une connaissance générale de sa personnalité, de la ligne éditoriale du titre et de ses contraintes mais ne disposent pas de toutes les informations qui ont amené le journaliste au choix de son angle. Celui-ci va alors pouvoir assigner un rôle à ses sources. Une fois son angle défini ou prédéfini, le journaliste choisira des locuteurs pertinents et, lors du premier contact, leur expliquera ce qu'il attend d'eux.

« Et puis quand vous sollicitez quelqu'un pour lui parler, justement, l'avantage d'avoir pré anglé c'est que déjà, à la prise de rendez-vous, vous dites pourquoi vous venez. [...] Si la personne sait déjà qu'elle ne veut pas répondre à vos questions, elle vous le dira, en général¹⁴⁰ »

Un journaliste qui énonce précisément ses attentes dès le début peut tester les réactions de la source : il doit convaincre son interlocuteur de parler, mais il lui faut également se faire une idée du discours que celui-ci tiendra s'ils se rencontrent, et de la pertinence de ce positionnement par rapport à ses objectifs. Prenons un exemple,

138 La même journaliste pigiste.

139 Montant H., *op.cit.*, p.21

140 Une journaliste pigiste, lors d'un entretien

observé à France 3 Bretagne. Les deux journalistes en charge d'un sujet ont eu des difficultés à enrôler des collaborateurs, parce que leur angle ne suscitait par les réactions auxquelles ils s'attendaient. Un matin, le rédacteur en chef confie à une rédactrice le soin de préparer un sujet sur l'arrêté de catastrophe naturelle qui venait d'être rendu suite aux fortes neiges de l'hiver en Côtes d'Armor. Il souhaite diffuser des réactions d'agriculteurs qu'il imagine heureux d'enfin pouvoir obtenir des indemnités. Jour 1 : la rédactrice appelle un exploitant qui a déjà été indemnisé et qui, c'est logique, ne voit pas l'intérêt d'un tel sujet. *« Oh putain, je le sens pas ce truc, il ne veut pas nous voir. Je pense qu'il n'a pas compris »*. Elle appelle donc un second agriculteur, déjà indemnisé, lui aussi :

*« -Il y en a beaucoup de vos confrères qui sont bien assurés ? Parce que dans ce cas, j'imagine que l'arrêté de catastrophe naturelle, on s'en fout !
- Ouais, ça ne va pas changer grand chose. »*

Cette fois, la rédactrice a compris qu'avec un tel angle, elle aurait du mal à convaincre ses interlocuteurs de lui accorder un peu de leur temps. Elle reprend son téléphone et appelle un nouvel exploitant. Pendant que son téléphone sonne, elle lance, un peu paniquée : *« qu'est-ce que je vais bien pouvoir raconter de plus ? »* La tentative échoue et le sujet sera abandonné. Jour 2 : un autre rédacteur reprend le même sujet. Après quelques coups de téléphone, il trouve un maire qui semble avoir très envie de parler. Rapidement, celui-ci déplore le fait que l'état de catastrophe naturelle n'ait pas été déclaré aussi vite qu'en Vendée après le passage de la tempête Xintia. Le journaliste, agacé, lui répond, *« moi ce qui me gêne dans la comparaison avec la Vendée, c'est qu'il y a quand même eu 53 morts, quoi ! »* Il finit par raccrocher en disant qu'il verrait ce qu'il pourrait faire. Puis il va voir le rédacteur en chef et lui explique qu'il ne « sent pas » cet élu et qu'il craint un discours impossible à diffuser. Il finit par convaincre son supérieur que le sujet doit être abandonné faute d'interlocuteurs pertinents. Cet exemple montre bien l'importance de l'angle lorsqu'il s'agit de convaincre un individu de parler aux médias et de négocier les termes de cette collaboration. Ainsi, l'angle est un élément central de prescription des rôles de source et du journaliste, dans la mesure où c'est à travers l'angle que le journaliste et son interlocuteur vont négocier – avant même l'entrée sur le terrain – les attentes quant au rôle de la source et l'objet de leur rencontre.

Parfois, des journalistes maintiennent un angle décidé au bureau et qui, manifestement, est éloigné de la réalité. Alors, la pratique angulaire devient un instrument puissant d'imposition de rôle pour la source, dans la mesure où les journalistes attribuent à des individus des rôles qui correspondent moins à leur vécu qu'à des choix éditoriaux. Les témoignages ne manquent pas sur ces journalistes cherchant à recueillir des propos introuvables ou des images ne cadrant pas avec les faits, surtout à la télévision. Jacques Siracusa, par exemple, rappelle que ces impositions de rôle, les équipes de télévision les justifient par deux impératifs : l'angle et le dispositif technique. Et de citer en exemple le cas d'un artisan à qui l'on demande de faire semblant de travailler à son vitrail dans une pose impossible pour faire une belle image¹⁴¹. Selon lui, les professionnels mettent en scène leur connaissance (supposée) du public et leur maîtrise technique

« comme une sorte de savoir secret, dont ils seraient les détenteurs dans la situation [et qui] est disponible comme ressource mobilisable pour qualifier et imposer à la fois les besoins de l'équipe et la nature de la performance de leur hôte.¹⁴² »

Le « journal » tenu par Gilles Ballastre lors de son exercice du métier de journaliste reporter d'images (JRI) témoigne de la manière dont les journalistes ont naturalisé l'aspect technique de leur travail et tâchent de l'imposer comme tel à leurs interlocuteurs:

« Je place les enfants autour de la table pour faire quelques images. Ils font semblant de faire leurs devoirs avec leur mère. A.B. [la mère] me fait remarquer que France 3, qui vient juste de passer, a fait la même demande.¹⁴³ »

En presse écrite également, on observe que les journalistes mobilisent l'angle et d'autres techniques pour imposer un rôle à leurs interlocuteurs, notamment au moment de la photographie. Dans cette situation, le journaliste est en position de force – du moins face à des profanes, parce qu'avec les élus, la relation est plus conflictuelle – dans la mesure où il peut se présenter comme le maître des techniques de médiatisation, à l'instar du JRI. Au nom d'impératifs techniques ou de sa ligne

141 Siracusa J., *op.cit.*, p.149.

142 *Ibid.*, p.144.

143 Ballastre G., « *Journal d'un JRI* », 1995, p.114.

éditoriale, il exerce une certaine violence symbolique. Devant l'objectif du photographe, une responsable associative reconnaît par exemple que la pose, « *ce n'est pas le moment le plus agréable*¹⁴⁴ ». Les sources, qu'elles aient intérêt à être médiatisées (c'est le cas de cette femme) ou non (les enfants cités par G. Ballastre) doivent parfois prendre sur eux et accepter l'imposition d'un propos et d'un dispositif technique. Cette imposition n'est toutefois pas toujours efficace. Mais elle l'est d'autant plus que la source trouve un intérêt à communiquer et qu'un accord peut se faire sur la signification à donner à la rencontre. C'est-à-dire que le journaliste peut parvenir à baliser le rôle de la source jusque dans des situations où cette dernière a organisé la rencontre, à condition qu'elle reconnaisse au journaliste une expertise et respecte ses choix. La jeune femme qui n'aime pas être prise en photo, par exemple, avait sollicité un rendez-vous avec le journal pour parler d'un festival de poésie : elle est à l'initiative de l'article mais accepte cependant de se plier aux règles édictées par le professionnel. Dans toutes ces situations, le diptyque angle et dispositif technique permet au journaliste de contrôler la trajectoire de son sujet, en assignant un rôle à ses interlocuteurs.

Ainsi, la pratique angulaire et les dispositifs techniques permettent aux journalistes de régler leurs relations avec les sources à leur avantage. Du point de vue du produit final, les interventions de ces dernières ne prennent leur sens que par rapport à un angle, du moins si le propos est anglé. Cela est particulièrement vrai dans les enquêtes, les reportages et tous les sujets faisant intervenir plusieurs personnes. Le plus souvent, le journaliste aura le loisir de changer l'angle en cours de route, s'il trouve que cela doit être fait. Dès lors, et quelles qu'aient pu être les relations entre le journaliste et les sources qu'il a déjà rencontré, les propos de ces dernières peuvent prendre un tout autre tour. Ou être abandonnés. Lorsque le journaliste dispose de suffisamment de temps pour rencontrer plusieurs interlocuteurs et pour choisir de réorienter la trajectoire de son article, il est donc le maître du rôle que celles-ci tiendront dans le discours. Les faits et les discours recueillis sur le terrain ne prennent sens qu'après avoir été modelés par des choix éditoriaux symbolisés par l'angle et le dispositif technique.

144 Responsable d'une structure associative face à un journaliste de la rubrique culture, lors de notre stage à la locale de Rennes. Celui-ci venait faire un article sur le festival de poésie qu'elle avait contribué à organiser. Article reproduit en annexe, p.133.

3. Quand les sources influencent la pratique angulaire

Cependant les sources ont bien souvent leur propre opinion sur la manière dont il faut mettre en mots et en images l'information. Elles ne se contentent alors pas de faire confiance au professionnalisme du journaliste et commencent à négocier la manière dont leur propos sera médiatisé. Cette négociation portera, justement, sur l'angle dans la mesure où tous les acteurs du champ de la communication utilisent la notion de « message essentiel », c'est-à-dire que pour communiquer une idée, ils ont besoin de définir précisément ce qui en constitue le cœur. Dès lors, ils souhaiteront que le produit journalistique reproduise ce message essentiel. Par exemple les sources des journalistes locaux répètent souvent explicitement ce qui, dans leur propos, est central. Et de suggérer que l'article soit centré sur ces quelques points, tout en laissant le journaliste libre de choisir s'il reprendra ce message essentiel ou non.

Souvent, les professionnels de la communication vont plus loin : ils tâchent d'intégrer les routines productives journalistiques dans leurs pratiques. Les manuels de communication enseignent d'ailleurs qu'il est important de différencier les lignes éditoriales des différents titres. Plutôt que d'envoyer des dossiers de presse en masse, il est conseillé d'anticiper la manière dont chaque rédaction désirera traiter une information donnée et de produire des discours ciblés. Aussi vont-ils parfois chercher à proposer un angle, c'est-à-dire une manière de dire le propos qui mette en forme leur message essentiel tout en collant à la ligne éditoriale et aux contraintes des journalistes. Cette stratégie est efficace dans deux situations : quand le journaliste accepte que l'on « simplifie » son travail, d'abord, et quand il n'est pas en mesure d'aller chercher ailleurs son information, ensuite.

En proposant un angle pour un article ou un angle de prise de vues, les sources cherchent à profiter des contraintes de temps et de moyens qui s'imposent aux journalistes. Il s'agit de leur proposer un produit de meilleure qualité (selon certains critères journalistiques concernant la forme des discours d'information) que ce qu'ils auraient pu produire avec les seuls moyens dont ils disposent. Si le message essentiel proposé par les communicants est présenté de manière attractive

(journalistiquement parlant), alors il sera davantage repris. Citant une entreprise de travaux publics qui paie aux journalistes locaux un survol de sa nouvelle autoroute en hélicoptère, Cégolène Frisque note que « *les techniques et stratégies de communication des organismes publics et privés peuvent être analysés comme un moyen de faciliter le travail des journalistes et parallèlement comme la traduction d'une volonté de contrôle.*¹⁴⁵ ». Dans cet exemple, le baptême de l'air est à la fois un don appelant à un éventuel contre-don et une manière d'offrir aux journalistes la possibilité de réaliser des images exceptionnelles, qu'ils n'auraient eu les moyens de capturer. Ainsi, les communicants accroissent leurs chances de bénéficier de recensions favorables dans la presse et sont quasiment assurés que, de toutes manières, les journaux parleront extensivement de l'inauguration. Même si les articles ne sont pas très favorables, il y a fort à parier que les images capturées depuis l'hélicoptère seront exploitées.

D'autres fois, ceux qui sollicitent la presse se font plus directifs. Une stratégie bien connue consiste par exemple à livrer une information importante juste avant l'heure du bouclage, de manière à ce que les journalistes n'aient pas le temps de la recouper ou de changer d'angle. Ils doivent alors se résoudre à la publier telle quelle ou à la divulguer plus tard, c'est-à-dire après leurs concurrents.

Un nombre croissant d'institutions, d'organisations et d'entreprises parvient à maîtriser totalement sa communication. C'est le cas, par exemple, de la Police nationale. Dans la rédaction locale de Rennes comme dans beaucoup d'autres, la « tournée » quotidienne des faits-diversifieurs est un rituel : le journaliste appelle la Police, la Gendarmerie et les pompiers pour connaître ce qui peut être rapporté. S'il y a un évènement digne d'intérêt, le journaliste se déplace et peut souvent glaner quelques informations auprès de fonctionnaires ou consulter procès verbaux et mains courantes. Cependant, ces informations sont généralement très lacunaires et à peine suffisantes pour produire un article¹⁴⁶. Il appartient donc aux faits-diversifieurs d'entretenir un réseau d'informateurs afin d'obtenir des compléments d'information.

145 Frisque C., *op.cit.*, p.125.

146 Pour les différentes étapes du traitement d'un même fait divers et la difficulté à travailler à partir des seuls éléments fournis par la Police cf. Bigot-Legros G., « *Métamorphose d'un faits divers* », 1996.

Cependant, la parole des policiers se raréfie. Depuis quelques années, en effet, la communication semble progressivement verrouillée par les procureurs et les commissaires qui, souvent, réclament le silence à leurs subordonnés. Les témoignages publiés par B. Vital-Durand dans son manuel destiné aux faits-diversiers¹⁴⁷ de même que les réactions recueillies lors de notre enquête se rejoignent sur la dénonciation d'un « assèchement » des sources traditionnelles. Yannick Guérin, fait-diversier pour Ouest France explique :

« La « tournée » s'est beaucoup réduite. Avant, on allait partout, on avait même accès directement au panier où étaient déposées les petites plaintes. On échangeait des informations sur les affaires en cours. Maintenant, c'est fermé. Les parquets ont repris les choses en main. [...] En presse locale, le procureur sait d'où viennent les infos qu'on publie, alors les policiers sont prudents, ils se taisent¹⁴⁸ »

Cette stratégie permet aux procureurs et aux commissaires d'imposer leurs conditions à la médiatisation d'un événement¹⁴⁹. Dans certains cas, leur prétention à maîtriser la communication va jusqu'au « bidonnage », c'est-à-dire qu'ils reconstituent des interventions pour les caméras¹⁵⁰. Durant une observation, un journaliste en charge des affaires de justice et des faits divers se rend vers dix-sept heures à l'hôtel de Police de Rennes pour une conférence de presse. C'est un journaliste d'expérience dont on dit les réseaux d'informateurs extrêmement étendus. Aussi, il supporte mal d'être convoqué de la sorte. En route, il parle de instrumentalisation du faits-divers depuis « *le règne de Sarko 1er* ». Sur place, la vue d'une caméra de France 3 confirme ses craintes : il s'agit bien d'une conférence de presse officielle. Alors même qu'il semble connaître le bâtiment, on nous demande d'attendre un peu qu'une assistante prenne en charge le groupe des journalistes. Visiblement, ce n'est pas dans ses habitudes et il glisse discrètement « *putain, on touche le fond, là ! c'est quoi ce bordel ?* » Nous arrivons avec les reporters de France 3 dans une salle où des journalistes sont déjà installés. La conférence commence alors. C'est le responsable de la communication qui prend la parole et

147 Vital-Durand B., « La pratique du faits divers », 2009.

148 Ibid, p.24.

149 Si les usages politiques des statistiques de la délinquance ont été largement étudiées, un travail sur instrumentalisation des faits divers reste à mener, à notre sens.

150 Yves Agnès cite plusieurs exemples de ce type, cf. Agnès Y., « *Le Grand bazar de l'info* », 2005, p.26.

annonce une affaire « *un peu plus importante que d'habitude* ». Et de raconter, avec force détails, les aventures d'un jeune braqueur et les péripéties de l'enquête. La narration semble savamment calculée. Elle respecte la chronologie des événements, tâche de ménager un certain suspense. Surtout, le policier valorise la caractère exceptionnel de cette enquête, les « *investigations poussées* », le « *travail scientifique* ». Il s'identifie à tous les policiers de terrain pour incarner son propos : « *nous, en tous cas localement, on ne lâche rien* ». A un moment, son adjoint entre dans la pièce. Il jette un regard sur les journalistes présents et ironise. « *C'est parfait ça : la police scientifique, une enquête longue et minutieuse* » dit-il en riant. On ne pouvait pas mieux résumer l'assurance de communicants qui prétendent comprendre les routines journalistiques suffisamment pour les utiliser à leur profit. Le premier locuteur reprend le fil de son histoire, il raconte la fin de la traque et la capture du suspect, puis les journalistes posent quelques questions. Le représentant d' Ouest France le fait de manière très agressive. En sortant, il retrouve son confrère du Télégramme de Brest et tous deux critiquent abondamment la mise en scène pour une affaire qu'ils jugent somme toute peu importante :

« - *Tout ça pour quoi... 6000 euros.*
- *Ouais, ça va pas faire parler dans les chaumières !* »

Mais avant tout, ils déplorent que la communication soit menée ainsi : un blocage des informations pour commencer (ils n'avaient jamais entendu parler de cette affaire) puis la divulgation de la totalité de l'affaire dramatisée. Bref : on leur livre un récit clés en mains et ils n'ont guère la possibilité d'enquêter de leur côté, étant donné que l'heure du bouclage est proche. Ils se sentent instrumentalisés. Sur le chemin du retour, le localier continue à pester. « *Tu vois, si il avait laissé filer le faits divers, ça aurait eu plus de retentissement, localement. Là c'est nul : ils ont attrapé le mec, c'est pas un gros butin...* » Quoi qu'il en soit, il se met au travail dès son retour à la rédaction, toujours en se plaignant. Depuis son bureau, il lance à la cantonade : « *t'as qu'à demander à Pierre, c'était affligeant!* ». L'article paraîtra dès le lendemain, sur quatre colonnes et sans photographie (c'est la taille maximum pour un article, en pages locales). Ce texte reproduira la construction narrative employée par le policier et la renforcera par un ton épique. On peut lire, par exemple : « *il avait la police aux*

trousses depuis plus d'un an » ou « *la police ne perd pas de temps. Elle a raison.*¹⁵¹ » Cet exemple représente un cas probant de sujet fourni clés en mains à un journaliste. Un journaliste qui n'a rien d'un naïf et qui, d'ailleurs, vit mal cette situation. Mais un journaliste qui choisit de parler tout de même du sujet qu'on lui propose et de ne pas remettre en cause l'angle assorti, parce qu'il n'a pas les ressources pour en proposer un autre. D'abord, l'information reste « intéressante », et personne n'envisage de ne pas la diffuser, dans la rédaction. Ensuite, il n'a pas le temps de chercher d'autres interlocuteurs. De plus, il n'en a probablement pas la volonté car les relations de la rédaction avec le policier cité plus haut sont déjà critiques et le rédacteur en chef craint la rupture : les journalistes doivent donc donner des gages de bonne volonté en publiant ce que la police veut voir publié. Le rédacteur en chef, de son côté, fera également un geste en rencontrant le communicant de la police afin de le rassurer.

Parfois, l'angle ne constitue plus qu'une simple intervention formelle du journaliste. Le lecteur, le téléspectateur attentifs perçoivent un angle, mais celui-ci n'est pas le produit d'un choix opéré par le journaliste. Ici, il faut rappeler la fluidité de la notion d'angle. L'angle n'est jamais mentionné, dans le journal ou dans le journal télévisé. On peut, bien sur, le déduire de la lecture. Mais cet angle reconstitué par le récepteur, est-il le même que l'angle imaginé par le journaliste ? Un papier peut sembler bien anglé - au sens où il est cohérent, agréable à lire et où il ne traite que d'un sujet – sans que son auteur n'ait réfléchi à son angle. Même pour le sociologue menant une observation ethnographique, la distance est faible entre un angle choisi de manière routinière et un article produit sans aucun travail de l'angle. Quant au lecteur, il lui est absolument impossible de choisir entre les deux. Prenons cet article intitulé « *les bâtiments du futur devront être étanches*¹⁵² » et publié dans l'édition rennaise d'Ouest France daté du 18 février 2010, par exemple. Il a été rédigé durant notre période d'observation. Le sujet : la présentation d'une nouvelle technique de mesure de la déperdition de chaleur des bâtiments, a été attribué par le rédacteur en chef à une jeune journaliste qui suit une formation en alternance. Mais elle trouvait le sujet trop technique, difficile à valoriser. Gênée par la complexité de son sujet, elle

151 « *Vols avec armes : un suspect interpellé lundi* », article publié dans Ouest France daté du 18 février 2010, édition de Rennes. Article reproduit en annexe p132.

152 Article publié dans Ouest France daté du 18 février 2010, édition de Rennes, et reproduit en annexe p.131.

ne savait par quel côté l'aborder. Pour résoudre ce problème, la journaliste s'en est tenue à la consigne donnée par le rédacteur en chef : produire un reportage. Aussi, l'article raconte de manière assez détaillée le déroulement du test d'étanchéité auquel elle a assisté. Le premier axe de son travail pourrait donc être résumé par la question comment s'est déroulé le test à Acigné ? Elle en ajoute ensuite une autre, plus technique (à quoi servent ces tests ?). A la lecture, il semble donc qu'elle ait choisi deux angles, mais de notre observation, nous retirons plutôt l'impression d'un travail orienté par le genre « reportage » et ses impératifs (livrer des descriptions, des impressions, rapporter des propos...) que par les angles. Toujours est-il que ce travail a été jugé positivement par la rédaction et, le lendemain, la jeune journaliste a reçu les félicitations du rédacteur en chef et l'approbation de ses confrères. Il devait donc être conforme à certains critères indigènes de jugement. Cet exemple révèle une contradiction dans le procédé angulaire tel que la rédaction le définit. L'angulation est présentée comme un travail intervenant à plusieurs reprises, pourtant, ce travail est au final presque invisible. Ou plutôt, on ne peut parfois que le déduire du document final, ce qui ne restitue rien du parcours ayant mené à cet angle. Dès lors, rien n'indique que ce qui apparaît comme un angle ait été pensé comme tel par le journaliste.

Il y a un écueil, donc, à se cantonner à l'étude des discours indigènes, fussent-ils critiques. Le risque, alors, est de croire qu'il suffit qu'un article, un sujet ou une photographie mobilisent la pratique angulaire pour que leur action soit conforme aux canons de la profession. Considérons que le choix d'un angle par un photo-reporter constitue, symboliquement, le même geste que le choix d'un angle par un journaliste de presse écrite ou de télévision. En effet, en choisissant son angle, le photographe mobilise des techniques de cadrage intériorisées lors de sa formation ou transmises par des pairs, mais il fait aussi des choix d'auteur : le moment de la prise de vue, l'angle, l'exposition, la focalisation, etc. Prenons cette photographie de la poignée de main entre Itzhak Rabin et Yasser Arafat prise le 13 septembre 1993 à Washington. Une image réussie, tant sur le plan formel que par l'intensité de ce qu'elle exprime, puisque l'on y voit les représentants de deux nations ennemies se serrer la main à l'issue d'une conférence de paix en un geste dominé par la présence

christique du président des états-unis. Debout au centre de l'image il semble engendrer la réconciliation et la contenir dans ses bras ouverts. Bill Clinton lui-même a expliqué à plusieurs reprises combien le symbole avait été mis en scène. Des négociations entre les trois hommes ont été indispensables pour parvenir à cette image. Mais cela n'enlève rien à la force de la photographie, qui pourrait presque passer pour un exemple canonique de la théorie de l'instant décisif formulée par Henry Cartier Bresson¹⁵³. Le photographe, en effet, semble avoir été placé au bon endroit et au bon moment. Bref, il a su produire une image avec un angle quasiment parfait, en un geste témoignant d'un grand professionnalisme. A ceci près que l'angle n'a pas été choisi par le photographe mais par la Maison Blanche. En effet,

« il existe plus de deux cents versions photo et vidéo que rien de substantiel ne distingue, tout simplement parce qu'elles furent produites par deux cents photographes et cinéastes qui avaient acceptés d'être cantonnés sur un même praticable n'offrant la possibilité que d'un seul cadrage.¹⁵⁴ »

En disposant ce praticable à bonne distance, les organisateurs ont ôté aux journalistes la possibilité de choisir leur angle. Cette emplacements imposé leur offrant malgré tout l'occasion de produire une photo correspondant aux attentes de leurs rédactions, tant sur le plan de l'expressivité que sur le plan formel, ils ont choisi de rester et de tous produire la même photo. L'anecdote jette une lumière crue sur l'ambiguïté de la notion d'angle, elle symbolise les limites de la pratique angulaire. D'abord, l'angle est une technique professionnelle qui n'est pas d'une haute complexité. Dès lors, une personne n'appartenant pas à la profession peut anticiper sur ce que les journalistes appelleront le « bon » angle. Dans le cas de l'image de la poignée de main le travail d'angulation a été mené par des communicants, mais de manière si conforme aux critères du professionnalisme journalistique que les photoreporters l'ont accepté en masse. Cette situation questionne notre définition de la pratique angulaire. Jusqu'ici, celle-ci appartenait au journaliste par ses deux aspects : l'aspect technique et l'aspect

153 Le concept a été formulé en 1952 et a connu une grande postérité chez les photo-reporters. Partant du principe que la photographie est le seul média à saisir un instant, H. Cartier Bresson invite les reporters à passer beaucoup de temps sur le terrain pour ne faire que peu de photos. Cela leur permet de s'imprégner d'une ambiance et, finalement, de saisir intuitivement l'instant décisif, le moment ou la scène à représenter sera la plus porteuse de sens.

154 Roskis E., « *Grandeur et décadence du photojournalisme* », 2003, p.16. A titre d'exemple, voir « *Quatre versions d'une même image* » en annexe, p.136.

autorial. Or, dans le cas de l'image de la poignée de main, les reporters ont abdiqué de leur dimension d'auteur. Ils se sont contentés d'une pure intervention formelle : la capture d'une image déjà cadrée. Dans cette situation, les sources ont su faire leur profit du prestige symbolique construit par les photoreporters en incitant ces derniers à produire une belle photo qui, mieux que n'importe quel discours, porte le message essentiel défini par la Maison Blanche : l'espoir de paix renaît sous la houlette du président étatsunien.

4. Déplacer l'angle pour garder le contrôle

Toutefois, les sources ne maîtrisent pas absolument les effets de leurs stratégies, surtout en presse locale car un préfet n'a bien évidemment pas les mêmes moyens de communication que la Maison Blanche. Pour autant, il reste difficile pour un journaliste de ne pas publier une information qui pourrait être jugée pertinente pas ses confrères. En effet, chaque rédaction juge souvent son travail à l'aune de la production de ses concurrents et les journalistes craignent toujours de passer à côté d'une information, permettant ainsi à leurs confrères de sortir un scoop. Que peut faire, dans ces conditions, le journaliste auquel on propose un sujet important « clés en main », avec un angle, des images ou des petites phrases préparés à l'avance ? Refuser le sujet ? A ses yeux, cela risquerait de constituer une faute professionnelle. Le publier tel quel ? Là encore, son attitude peut entrer en conflit avec l'image qu'il se fait de lui. Il reste un moyen d'aborder le sujet sans paraphraser ses promoteurs, un moyen qui peut facilement être mis en œuvre : le déplacement d'angle. Cette stratégie permet au journaliste de se conformer à l'idée qu'il se fait de son rôle dans deux situations. Il y a, évidemment, du journaliste critique qui refuse l'angle qu'on lui propose. Mais Cégolène Frisque a montré que les journalistes moins critiques pouvaient, eux aussi, utiliser cette méthode. Avec d'autres objectifs, toutefois.

Le premier cas est le plus connu : un journaliste, gêné par l'attitude de ses interlocuteurs peut choisir de les médiatiser, mais sans reprendre leur message essentiel. Parfois, même, l'angle choisi sera si éloigné que ce message sera totalement contredit par l'article. C'est une solution peu coûteuse, que la rédaction pourra mettre en œuvre si elle n'anticipe et ne craint pas une rupture des relations avec l'émetteur

du message. Le journal Libération, par exemple, pratique ce genre de déplacements dans une rubrique intitulée « désintox ». Plutôt que de commenter une mesure de lutte contre l'insécurité, le journal critiquera les statistiques sur le phénomène; au lieu de présenter le contenu d'une réforme, il insistera parfois sur ce qu'elle doit aux pressions de certains lobbies, etc. Dans le vocabulaire indigène, cela s'appelle « mettre en perspective », c'est-à-dire replacer l'information dans un cadre plus large afin d'en changer le sens ou de donner des moyens de compréhension supplémentaires. Grâce à son travail sur les journalistes de presse quotidienne régionale en Vendée, Cégolène Frisque a montré que ces usages de la pratique angulaire existent en PQR. Elle souligne toutefois leur rareté, rappelant que cette presse tous publics et dont le destin est lié à celui de ses lecteurs mais aussi de ses sources est globalement réticente à s'engager dans des polémiques. Les observations menées lors de notre enquête pas plus que les entretiens n'ont révélé de pratiques du genre.

Le second cas est celui d'un journaliste dont la posture n'a rien de critique. Au contraire, il souhaite valoriser le propos de son interlocuteur. Dans la typologie de Cégolène Frisque, cette posture concerne les journalistes ambitieux ou les journalistes institutionnels. devant un discours qu'il juge trop obscur, ou peu cohérent, le journaliste propose un angle qui lui semble plus apte à mettre en valeur le propos de ses sources. Il retravaille alors ce propos, non pas au nom de son indépendance, mais en vertu de sa connaissance supposée de son lectorat. L'un d'entre eux livre à la chercheuse :

« Tenez, j'ai passé vingt minutes à retraiter un communiqué complètement délirant. [...] Alors j'ai fait ça, j'ai passé vingt minutes là-dessus, parce que je ne voulais pas passer deux cent lignes sur les nominations de porte-drapeaux. Je considère que ça intéresse les gens puisqu'au moins certains d'entre eux, les anciens combattants. Donc les nominations de porte-drapeaux, ça valait le coup de les présenter, mais il fallait que ça reste dans des limites acceptables de châsse, de place, quoi.¹⁵⁵ »

Une éventualité qui semble rarement mise en œuvre, ce qui relativise une fois encore les usages de la pratique angulaire en presse locale : aucun journaliste n'a

155 Frisque C., op.cit., p.781.

fait usage ni mentionné cette pratique lors de nos observations. Dans les situations – fréquentes – ou le journaliste souhaite diffuser le propos de celui qu'il rencontre, son intervention se fait plus sur la mise en forme que sur l'angle du sujets.

Dans ces deux attitudes, on retrouve l'angle comme manière de se positionner en professionnel mais aussi la complexité de ce qui fait la définition du professionnalisme. Puisque celui qui déplace l'angle au nom de son sens critique pense agir en tant qu' auteur tandis que le journaliste qui déplace l'angle pour valoriser un propos agit en technicien de la médiatisation. Déplacer un angle permet ainsi aux journalistes de respecter l'une ou l'autre face du rôle : sa dimension autoriale et sa dimension technique.

Ainsi, dans la relation des journalistes avec leurs sources, l'angle et le dispositif technique constituent deux puissants éléments de prescription des rôles de journaliste et de source, que les journalistes peuvent mobiliser pour rationaliser leur travail, mais aussi pour apparaître comme des professionnels – les deux éléments étant, en fait, indissociables. Toujours mobilisés conjointement, ils permettent au journaliste d' enrôler des acteurs, de leur attribuer un rôle dans le discours qu'il construit. Cependant, ces deux techniques ne sont pas suffisamment sophistiquées pour n'appartenir qu'aux seuls professionnels. Au contraire, les professionnels de la communication ainsi que certains profanes ont développé une vraie connaissance de ces outils. Et particulièrement du procédé angulaire, qui est fort simple à mettre en œuvre. Les effets de cette simplicité sont donc ambigus : d'un côté, le procédé angulaire constitue une technique rapidement mobilisable par le journaliste qui ne souhaite pas être dominé par le discours de sources qui, parfois, ont davantage de moyens que sa rédaction. D'un autre côté, le procédé angulaire est une technique si simple qu'elle peut être mise en œuvre par des acteurs qui ne possèdent pas les ressources (matérielles et symboliques) des journalistes. Aussi la négociation et le conflit qui sous-tendent toujours la relation du journaliste à ses sources ne portent pas seulement sur le message essentiel de l'article, mais aussi – et de plus en plus – sur l'angle et les techniques de mise en forme du discours. Alors, l'angle et les dispositifs techniques ne sont plus de simples techniques professionnelles, ils constituent aussi des points d'achoppement autour duquel vont se négocier les rôles de chacun dans

l'interaction.

B. Un instrument de réglage des relations au sein de la rédaction

Les sources ne sont pas les seules à interagir avec les journalistes. Dans leur activité professionnelle, ces derniers ont également affaire à leurs pairs, à des collaborateurs appartenant à d'autres profession et à leurs supérieurs. Pour éprouver son professionnalisme, tout journaliste a besoin d'être reconnu par ces différents acteurs. En quoi la pratique angulaire aide-t-elle les journalistes à incarner leur rôle dans ces interactions ? L'une des caractéristiques principales de cette technique, on l'a vu, est sa simplicité. Chacun peut comprendre ce qu'est un angle. Mieux : parler de l'angle est souvent un moyen fort synthétique de résumer son intention, puisque l'angle est la question qui apporte sa cohérence à l'article, celle à laquelle chaque paragraphe apportera un élément de réponse. Bref : son fil directeur. Pour présenter son sujet à un rédacteur en chef ou à un monteur, quoi de plus simple pour le journaliste que d'énoncer son angle ? Dès lors, l'angle peut être vu comme une convention au sens de Becker. Les conventions sont des règles plus ou moins explicites, des techniques et des savoirs faire qui rendent possible la collaboration de personne appartenant à des professions différentes. A propos des conventions utilisées dans les mondes de l'art, l'auteur observe que « *ce savoir facilite l'exécution du travail, mais il n'est pas nécessaire de le posséder pour comprendre les œuvres elles-mêmes.*¹⁵⁶ » Une définition qui rappelle, précisément, nos développements précédents sur la pratique angulaire qui semble alors posséder toutes les caractéristiques d'une convention productive. Nous travaillerons à situer cette convention, cet instrument de réglage dans le travail des journalistes et des collaborateurs. Qui peut légitimement formuler un angle ou le critiquer ? Dans quelles conditions ? Cette redéfinition met en lumière un nouvel usage de la pratique angulaire : le réglage des relations de travail avec les pairs. En organisant le partage des tâches au sein de la rédaction, entre le bureau et le

156 Becker H., « *Les Mondes de l'art* », 2006, p.85.

terrain, et entre la rédaction et ses collaborateurs extérieurs, la pratique angulaire participe de différentes prescriptions du rôle du journaliste au travail.

1. L'angle pour organiser le partage des tâches au sein de la rédaction

Dans la rédaction de Chantepie, le travail est à la fois plus collectif et plus sédentaire que dans les rédactions locales. En effet, les journalistes passent souvent toute la journée dans la salle de rédaction, et leur temps de travail est ponctué de nombreuses réunions. Ils œuvrent donc collectivement et principalement entre journalistes car leur travail de desk se passe la plupart du temps de photographes, de cameramen, de monteurs, et même parfois de sources dans la mesure où les pages communes à toutes les éditions sont constituées d'une part importante de compilation de dépêches et d'informations éparses. Dans ce cadre, la rédaction semble faire un usage singulier de l'angle. A Chantepie, en effet, l'angulation semble être un processus collectif, permanent, presque invisible et peu hiérarchisé.

Collectif et peu hiérarchisé, le processus l'est dans la mesure où les angles se déterminent à la fois au sein des services et en conférence de rédaction. Ces conférences réunissent les chefs de service sous l'autorité d'un membre de la rédaction en chef. Aussi, les deux arènes de discussion de l'angle mettent en présence des acteurs presque égaux, du point de vue statutaire : journalistes spécialisés et chef de service d'un côté; chefs de service et représentant de la hiérarchie en chef de l'autre. De plus, le rédacteur en chef adjoint que nous avons rencontré valorise un traitement de l'angle au sein des services et relativise l'intervention de la rédaction en chef, à ce niveau : « *normalement, l'angle ça se traite au sein des services, je veux dire. C'est une relation directe. La rédaction en chef, elle n'est pas en première ligne là-dessus.* » C'est un travail d'angulation impliquant la participation de tous, un travail continu et peu hiérarchisé, qui est promu ici. Une opération presque invisible, aussi, dans la mesure où les journalistes prononcent rarement le terme d'angle alors même qu'ils échangent fréquemment sur la meilleure façon de traiter un sujet, les sources à choisir, les éléments à inclure ou à exclure, etc.

Dans cette rédaction, tous les journalistes en présence peuvent s'estimer reconnus comme des « bons » professionnels (cette rédaction se situe en haut de la hiérarchie des rédactions de l'entreprise) et cette reconnaissance est peu souvent remise en cause par des profanes, dans la mesure où ils n'ont que peu de contacts professionnels avec d'autres acteurs. De plus, leur travail est largement collectif et nombre de leurs papiers n'étant pas signés, le procédé angulaire n'a pas pour but ultime d'exprimer la créativité ou le point de vue d'un auteur en particulier. Ici, la définition de l'angle comme convention prend tout son sens : c'est grâce à un angle grossièrement défini que le chef de service essaiera de négocier plus d'espace lors de la seconde conférence de rédaction. C'est aussi au nom de l'angle retenu que deux journalistes planchant sur deux articles portant sur le même sujet vont décider à qui il échoit de développer tel ou tel aspect. D'autres fois, au contraire, un journaliste verra son espace se réduire. Va alors s'engager une réflexion sur le nouvel angle à adopter. Dans ces conditions, le travail d'angulation est avant tout un travail de partage des tâches et l'angle un instrument d'ajustement de la production aux attentes de la rédaction en chef, à l'action des collègues et aux vicissitudes de l'actualité.

L'observation dans cette rédaction eu lieu à un moment où les aéroports de toute l'Europe étaient fermés et le trafic aérien paralysé par un nuage de cendres. Ce jour-là, l'éruption a déjà fait les grands titres du journal de la veille et figure en tête de liste des thèmes de discussions, en conférence de rédaction du matin. C'est la cheffe du service Société qui l'introduit : « *Nous, l'actu est dominée par le nuage. Il y a une montée de la contestation sur : est-ce qu'il fallait tout fermer [les aéroports] ? Ça c'est peut-être un des angles majeurs. [...] Il y a aussi un angle éco sur les pertes.* » Les journalistes engagent une discussion sur la pertinence de cet aspect et concluent qu'ils faut parler de l'aspect économique du problème, mais sans exagérer les pertes. La cheffe de service prend en note « *donc c'est bien de relativiser* ». Elle propose aussi des témoignages de personnes bloquées à l'étranger. La réaction des autres chefs de service ne se fait pas attendre :

« - *Oh, les galères [d'usagers] on en a eu assez !*
- *Moi je donne les angles, là, c'est tout !*
- *Mais vu la place je pense que c'est pas l'angle le plus pertinent* »

Ces débats montrent bien à quel point la conférence de rédaction est le moment où se dessinent les premiers contours des angles qui seront retenus. Pourtant, ils sont à relativiser. Les journalistes, en effet, échangent rarement autant sur un même sujet. En fait, la plupart des chefs de service annoncent un fait et l'espace dont ils estiment avoir besoin. Sans développer d'angle. La récurrence du terme d'angle dans l'échanges cité plus haut est peut-être un peu forcée, d'ailleurs; induite par la présence d'un observateur présenté quelques minutes auparavant comme quelqu'un qui « *travaille sur l'angle.* » Dès lors, les journalistes cités plus haut ont peut-être tendance à verbaliser plus qu'ils ne le font au quotidien. Cependant, ces échanges qui stylisent les usages du procédé angulaire en conférence ne sont pas factices : au quotidien, les journalistes débattent parfois de l'angle, mais pas pour chaque sujet et rarement aussi explicitement.

A quatorze heures se tient une réunion informelle au sein de chaque service. Dans cette rédaction, le rythme de travail est un peu décalé, et c'est seulement dans cette réunion de quatorze heures qu'« *on répartit le boulot. Là, du coup, on a une vision plus précise de ce que nous [au sein du service] on a à fournir, et on attribue à chacun un boulot* ¹⁵⁷ ». A propos du nuage de cendres, les journalistes du service Société décident ce jour-là de traiter trois angles : l'aspect économique, la polémique sur la fermeture des aéroports qui s'éternise et l'évolution de l'éruption. Ces choix sont validés par une seconde réunion des chefs de service, à quatorze heures trente. Ensuite, les journalistes peuvent se mettre au travail. Lorsqu'il a été décidé de produire plusieurs articles sur un même sujet, les journalistes doivent se répartir les informations disponibles. Ils le font en se référant aux angles. Ce jour-là, par exemple, un échange a lieu sur l'opportunité de parler des pertes économiques pour les compagnies aériennes dans le papier qui traite de la polémique dans la mesure ou il y a déjà un article sur les conséquences de l'arrêt du trafic. Ainsi, le procédé angulaire participe une nouvelle fois de la rationalisation du travail dans la rédaction de Chantepie, en permettant aux journalistes de se répartir les différentes tâches.

Au-delà de cette collégialité, le rédacteur en chef adjoint, les chefs de service et les journalistes rencontrés insistent tous sur l'autonomie relative dont

157 Adjoint du chef de service politique et social, lors d'un entretien

disposent chaque journaliste, chaque chef de service, par rapport à ce partage des tâches. La confiance mutuelle et la proximité physique dans laquelle travaillent les journalistes autorise la remise en cause d'un angle adopté plus tôt.

« Ici, les angles se discutent au moment où on décide du sujet. Après, ça peut varier. On peut partir sur un angle en se disant « bah oui, là c'est ça » et puis le collègue qui va se plonger dedans va se rendre compte qu'en fait le problème c'est pas celui-là, c'est autre chose. Donc qu'il faut changer d'angle. [...] Enfin moi, ce que j'aimerais bien faire comprendre, c'est que c'est un truc qui progresse par petites touches, tout au long de la journée.¹⁵⁸ »

Les autres rédactions observées se sont organisées différemment. Alors que le fait de pratiquer un journalisme assis et de multiplier les réunions permet aux journalistes de Chantepie de rediscuter les angles ou de négocier les espaces alloués à chacun à l'aune des angles retenus, ces rédactions envoient chaque jour leurs membres sur le terrain. Elles sont aussi davantage contraintes par le temps, pressées de boucler plus tôt (à France 3 Bretagne, les sujets doivent être montés avant 19h). Enfin, elles emploient également plus de jeunes journalistes et de pigistes, ont plus fréquemment recours au CDD, etc. Dès lors, les rédacteurs en chef font moins confiance à ces *« ajustements permanents qui se font par la force de l'habitude¹⁵⁹ »* et la division du travail est plus stricte.

Jacques Siracusa note qu'à la télévision comme souvent en presse écrite, c'est au cours de la conférence de rédaction que l'équipe définit le sens à donner aux différents événements du jour. La conférence est le moment où sont choisis les sujets retenus, et la manière dont ils seront traités. Ces choix peuvent être débattus mais la voix du rédacteur en chef (ou de ses adjoints) fait autorité, et c'est souvent lui qui, le premier, sélectionne les sujets. Observant les conférences de rédaction dans une télévision locale, le chercheur note :

« un rédacteur en chef adjoint présente les sujets du jour (selon une quantité relativement stable) et justifie brièvement l'intérêt de chacun, l'angle (la perspective) adopté et l'ordre de grandeur du temps qui leur sera accordé.¹⁶⁰ »

158 Adjoint du chef de service économique et social, lors d'un entretien

159 Ibid.

160 Siracusa J., *op.cit.*, p.48.

Ensuite, chaque sujet est attribué à une équipe, c'est-à-dire à un rédacteur et à un JRI qui, parfois, seront accompagnés d'un preneur de son. Le rédacteur dispose de peu de temps pour accéder à ses sources. Il se met immédiatement en recherche d'interlocuteurs dont la parole lui semble crédible, diffusable et de lieux qui offrent la possibilité de « faire des images ». ce qu'il recherche : des sources à la fois accessibles, pertinentes et télévisuelles. Cette phase de préparation est largement organisée par des routines : n'ayant guère le temps d'innover, les journalistes contactent souvent les mêmes acteurs, des personnes occupant toujours un peu les mêmes fonctions, ou encore des locuteurs déjà entendus ailleurs (dans la presse écrite, le plus souvent). Mais le sujet se construit également au regard de l'angle retenu. Aussi, il lui faut trouver des interlocuteurs dont le propos va s'intégrer à cet angle. Une fois les sources trouvées l'équipe part sur le terrain. Dès lors, « *la mise en œuvre de la commande n'est souvent qu'une simple illustration de l'angle défini au bureau*¹⁶¹ ». Les rédacteurs en chef et les présentateurs ont besoin, pour construire le journal, de connaître précisément le contenu des reportages. Or, ceux-ci ne seront parfois montés que quelques minutes avant leur diffusion. C'est pourquoi les équipes sont tenues de respecter l'angle qui a été fixé. Pour Siracusa, l'angle constitue donc un « *fil d'Ariane entre le bureau et le terrain* ». Une ancienne présentatrice du « Midi pile », le journal régional de la mi-journée, explique que la mise en œuvre du procédé angulaire facilite la transmission des sujets. Si la présentatrice ne connaît pas les angles des sujets qu'elle devra annoncer, il devient compliqué pour elle d'écrire ses lancements. Encore faut-il que les journalistes aient défini leurs angles :

*« Là où on voit tout de suite si les journalistes ont un angle ou pas, c'est quand on fait un plateau et qu'ils viennent apporter leur lancement. S'ils se perdent, s'ils donnent toute l'info, c'est qu'ils n'ont pas d'angle »*¹⁶²

Lorsqu'une information sur un sujet en préparation est transmise du rédacteur en chef au rédacteur, ou du rédacteur au présentateur, c'est souvent de l'angle dont on parle. Cette prescription du rôle de rédacteur est un trait commun à bien des rédactions mais n'a pas vraiment été retrouvée à France 3 Bretagne, dans la mesure où le responsable éditorial ne définit que rarement les angles et laisse le

161 Ibid., p.136.

162 Rédactrice à France 3 Bretagne lors d'un entretien.

choix aux journalistes d'en proposer un (qu'il pourra, en théorie, accepter ou refuser, mais en pratique sa réaction dépendra de l'heure à laquelle la proposition lui est faite) ou de partir sur le terrain sans angle défini. Étant donné les contraintes de temps et le faible engagement des journalistes dans une situation où les hiérarchies sont décriées, les réformes craintes et leurs statuts menacés, beaucoup travaillent de manière routinière, sans se référer à un angle défini. Une rédactrice m'explique par exemple pourquoi les manifestations constituent un sujet de manifestation : accessibles, elles ne nécessitent pas de s'éloigner de Rennes et permettent de produire rapidement un sujet avec des images de foule et des « sonores¹⁶³ » :

« On fait toujours les manifs parce qu'on fait quatre plans et on a un sujet. Mais une manif, ça vaut quoi ? Ça vaut un off¹⁶⁴, pas plus. Ou alors ça aurait mérité un vrai sujet anglé, pour expliquer un peu le problème. Mais on n'a pas eu le temps¹⁶⁵. »

Ainsi, le procédé angulaire ne semble pas constituer un instrument majeur de réglage des relations au sein de la rédaction, à France 3 Bretagne. Et ce malgré l'attachement de certains à la valeur pédagogique ou informative supérieure des « vrais sujets anglés. »

Dans la rédaction locale d'Ouest France à Rennes, la situation semble sensiblement identique, avec un procédé angulaire qui reste somme toute peu utilisé. En conférence de rédaction, les angles sont peu évoqués et le rédacteur en chef attribuera plus volontiers à chaque sujet un espace et un genre plutôt qu'un angle. Et si la pratique angulaire reste observable dans les conférences de rédaction rue du Pré Botté, ce n'est peut-être pas le cas dans toutes les rédactions locales. Cégolène Frisque qui, pour écrire sa thèse, a pratiqué des observations dans différentes locales vendéennes remarque que :

« même s'il [le chef de service] impose rarement ses propres choix autoritairement, il peut néanmoins guider ou limiter les orientations du journaliste. Cette influence semble d'ailleurs plus forte à Ouest France, où les angles de traitement sont parfois discutés en conférence de rédaction le matin, tandis qu'à Vendée-Matin, l'équipe se contente de

163 Un « sonore » est un plan inséré dans un reportage et dans lequel on entend les paroles d'une personne qui, généralement, apparaît à l'écran.

164 Un « off » est un sujet sans bande son et dont le commentaire sera lu par le présentateur.

165 La même rédactrice que précédemment.

répartir les sujets, chacun étant ensuite complètement autonome, sous réserve du contrôle ultime du directeur départemental.¹⁶⁶ »

A la rédaction Ouest France de Rennes également, le rédacteur en chef donne parfois des indications sur les angles. Nous avons par exemple pu observer de quelle manière il a fait réécrire un article à un jeune stagiaire allemand. Celui-ci avait proposé de présenter une sorte de chasse au trésor qui se pratique avec un GPS. Un loisir qui se développe partout dans le monde et dont on trouve des organisateurs en Bretagne. Au départ, le reportage reprenait le point de vue de ses sources, puisqu'il les présentait sous leurs pseudonymes, insistait sur l'aspect autogéré et dématérialisé du phénomène qui, bien que proposant de découvrir un territoire, se pense avant tout comme un mouvement coopératif transnational basé sur les nouvelles technologies. Cette approche ne satisfait pas le rédacteur en chef. « *Si tu veux, on n'a pas d'accroche locale, ça pourrait être publié à Paris, à Marseille... Pour mon lecteur, tu vois, il faut vraiment qu'on ait une accroche locale¹⁶⁷ »*. Le journaliste se remet donc au travail avec l'aide d'un journaliste d'ouest France, ce qui lui permet de proposer une nouvelle version de son article qui sera publiée et dont l'angle pourrait être résumé ainsi : les manifestations locales d'un phénomène nouveau¹⁶⁸. Cette réorientation a demandé du travail au journaliste, dans la mesure où il a dû reprendre contact avec ses sources pour obtenir quelques informations supplémentaires. Dans cet exemple, c'est donc bien sur le cadrage choisi par le journaliste que le rédacteur en chef est intervenu (sans prononcer le mot « angle »), parce qu'il jugeait son premier choix trop étranger à la ligne éditoriale du journal. Mais ces réorientations sont marginales, dans la rédaction rennaise.

L'angle est donc le moyen le plus simple de résumer un projet journalistique, puisque un angle donne le fil conducteur du discours ; un fil conducteur qui doit avoir pris en compte les contraintes de production et de diffusion. En cela, il permet de répartir les tâches et d'indiquer ce que chacun aura à faire et ce que la rédaction attend de lui précisément... A condition d'être défini, parce que les journalistes semblent souvent travailler en suivant un angle ébauché de manière

¹⁶⁶ Frisque C, *op.cit.*, p.267.

¹⁶⁷ Rédacteur en chef, rédaction locale de Rennes.

¹⁶⁸ « *A la chasse au trésor, un GPS pour boussole* », article publié dans Ouest France, édition de Rennes, le 23 février 2010 et reproduit en annexe p.134.

intuitive mais jamais clairement énoncé, notamment dans les rédactions locales de la PQR et à France 3 Bretagne.

2. Le réglage des relations avec les collaborateurs extérieurs et les autres professionnels

Les entreprises de presse étant pratiquement toutes entrées dans une période de rigueur financière et de rationalisation des processus de productions, les rédactions font de plus en plus fréquemment appel à des collaborateurs extérieurs : pigistes ou correspondants. Ces travailleurs doivent produire pour le journal mais n'ont que peu de relations avec les rédactions, et ces contacts s'opèrent souvent à distance, par téléphone ou courrier électronique. Le procédé angulaire représente souvent la clé de voute de ces échanges, dans la mesure où l'angle résume en quelques mots la position d'un journal ou d'un rédacteur sur un sujet. En une phrase, un angle donne le sujet de l'article et le point de vue adopté pour le traiter. C'est pourquoi l'angle est également utilisé en télévision pour régler les relations entre le journaliste et les autres professionnels qui participent avec lui à la production d'un sujet.

Il y a deux types de correspondants, en presse quotidienne régionale. Les premiers, nombreux, couvrent les actualités jugées peu importantes sur des zones géographiques restreintes à un canton ou un quartier : ce sont les correspondants locaux de presse. Ils trouvent dans cette activité un complément de revenu mais n'ont pas le statut de journalistes professionnels. Les exigences à leur égard ne sont pas les mêmes que pour les journalistes, notamment en ce qui concerne leur indépendance et leur maîtrise des techniques. C'est là une spécificité de la presse régionale, qui donne parfois plus d'espace aux productions de ces correspondants qu'aux papiers signés par des journalistes professionnels, au sein d'un journal¹⁶⁹. Quoiqu'il en soit, il n'est pas demandé à ces correspondants de faire preuve de créativité, ni même de varier les genres journalistiques. Et leurs livraisons, presque toujours courtes, sont souvent des comptes rendus, des bilans ou des articles annonçant un événement à venir. Dans ces conditions, la pratique angulaire semble jouer un rôle peu important, pour les

169 Cf Ruellan D., « *L'information locale sans journalistes?* », 1999.

correspondants locaux. Tout simplement parce que les papiers qui leur sont commandés ne s'y prêtent pas.

Les correspondants à l'étranger, en revanche, sont tous des journalistes professionnels. Si les rédactions locales n'ont jamais recours à leurs services, les services de la rédaction de Chantepie, par contre, leur passent des commandes. Et dans ce cas, l'angle semble bien être le moyen le plus efficace pour exprimer une attente. Là encore, il existe deux manières de parler de l'angle : l'une est informelle tandis que l'autre est plus précise. Pour certains, l'angulation semble être un processus informel et plutôt informulé : de discussions routinières se dégage, effectivement, ce que l'on pourrait appeler un angle. Au service politique, par exemple :

« Quand on travaille avec nos correspondants, on leur demande d'apporter un peu de valeur ajoutée. Là, effectivement, ça nous arrive de parler d'angle. Tout le temps, d'ailleurs. On ne fait que ça à longueur de journée, en leur demandant d'aller chercher de la matière dans la rue, ou de rencontrer quelqu'un en particulier qui peut nous éclairer sur tel ou tel sujet, telle question.¹⁷⁰ »

Dans ces échanges, les journalistes ne déterminent pas nécessairement la question précise qui orientera toute l'écriture du papier. La rédaction donne à ses collaborateurs des indications, des orientations, mais ne propose pas toujours un angle à proprement parler. C'est pourtant à l'issue de ce contact qu'un angle pourra être choisi.

Une journaliste du service de la fin de journal, au contraire, présente l'angle comme la formulation pointue de ses attentes : à propos du journaliste qui a écrit un portrait de Joakim Noah, elle explique :

« Nous, on lui a demandé un papier légèrement décalé. Pas trop sportif, justement. Essayons de présenter ce gars-là dans sa vie, sa famille, avec ses copains. [...] C'est pas tout à fait ce qu'on attendait, au bout du compte, ce papier-là. [...] On lui a fait pas mal réécrire son papier hier.

170 Chef du service politique, lors d'un entretien. Ce service couvre à la fois l'actualité politique nationale et internationale, c'est donc lui qui a le plus souvent recours à la collaboration de correspondants à l'étranger. Parfois, il commandera également des sujets aux quatre « grands reporters » qui, eux, appartiennent à la rédaction mais travaillent toujours à l'extérieur.

D'abord il était un petit peu trop long. On lui a demandé de réécrire un petit peu. On le trouvait, justement, trop sportif, trop écrit sous l'angle sportif. Nous on aurait aimé plus de choses, encore une fois, sur la personnalité du gars. Il est pas mal, hein [le papier]. Il est pas mal... Mais c'est un petit peu dans ce sens là que nous, on va essayer de pousser les gens : faire un portrait un peu décalé?¹⁷¹ »

Ici, c'est la rédaction qui décide explicitement d'un angle précis et le journaliste qui doit organiser le travail de recueil de l'information comme celui de l'écriture autour de cet axe, sous peine de devoir reprendre son article.

Le cas de collaborations avec des journalistes de rédactions locales qui, exceptionnellement produisent des articles pour les pages « toutes éditions » se rapproche du travail avec les correspondants à l'étranger, puisqu'à ces journalistes, les services de Chantepie demandent des « éclairages », c'est-à-dire des papiers centrés sur une manifestation locale d'un phénomène national. Là encore, c'est autour d'un angle formulé plus ou moins précisément que s'organise la collaboration.

Les rédacteurs de la télévision, eux, doivent régler leurs relations de travail avec d'autres personnels : JRI, monteurs, preneurs de son, documentalistes¹⁷², etc. Le plus simple alors, pour le journaliste qui doit expliquer ce qu'il souhaite faire et s'assurer la collaboration de ces professionnels, est de livrer son angle. Cependant, ces professions ont aussi leurs logiques propres. Des logiques qui, parfois modifient le sens du reportage sans que personne n'ait rediscuté de son angle. Prenons l'exemple de ce reportage sur un parc d'activités. Celui-ci vient d'ouvrir et propose des parcours dans les arbres. Durant le trajet, le journaliste annonce à l'équipe « *alors, l'angle c'est des enfants qui s'amuse et un topo sur les aides pour que ceux qui n'ont pas les moyens puissent venir.* » Il propose deux fils conducteurs clairement énoncés. Sur place, le rédacteur commence par interroger une employée face à la caméra. Ses questions portent sur ces fameuses aides sociales. Ensuite, il laisse son caméraman tourner des images « d'ambiance ». Celui-ci filme beaucoup de choses, parfois sur les conseils du rédacteur : une interview d'enfant, l'avancée d'une petite

171 Lors d'un entretien. Au moment de notre passage, cette journaliste remplaçait le chef du service alors en congés.

172 La rédaction de France 3 mobilise beaucoup plus ce service que les rédactions d' Ouest France, notamment parce que le journal télévisé est grand consommateur d'archives.

filles dans les arbres, un dialogue entre une fille et sa mère, une autre interview d'un autre enfant plus drôle, une jolie maman qui chute, etc... Plus tard encore, avec le monteur, le rédacteur répète qu'il veut des images pour « l'ambiance », mais le JRI a filmé tant de plans qui plaisent aux deux hommes, que le premier angle (les aides financières) passera par pertes et profit. Malgré tout, le sujet – qui a été monté avec soin et en musique – attirera à l'équipe quelques louanges de la part des collègues. La trajectoire de ce sujet avait commencé par la détermination d'un ou plutôt de deux angles par le rédacteur et s'achèvera par l'abandon de l'un de ces angles sans même que l'équipe ne semble s'en apercevoir. Les producteurs de l'information, ici, sont concentrés sur différentes logiques d'actions qui s'entrecroisent (proposer une information nouvelle, tourner de belles images, monter un sujet agréable à regarder, etc.) et dont l'une au moins a été plus puissante que le procédé angulaire.

Autre moment de collaboration avec l'extérieur facilité par la pratique angulaire, à France 3 : l'archivage des reportages. Désormais, les services de documentation ne se contentent plus de conserver en interne les vidéos accompagnées de leurs conducteurs¹⁷³. Grâce au logiciel Mona Lisa, ces conducteurs sont mis à disposition de tous les journalistes du groupe France Télévisions. Pour que ce système de partage soit efficace, il faut que les journalistes renseignent les différents champs du logiciel, au premier rang desquels figure l'angle. Beaucoup de journalistes ne remplissent pas ce champ, probablement parce qu'ils n'ont pas changé leurs habitudes de travail, mais aussi parce qu'ils n'ont pas toujours d'angle en tête.

La situation des pigistes est comparable à celle des correspondants avec qui ils partagent la nécessité de produire des articles pour des rédactions avec qui ils n'ont que de très courts contacts. Comment se négocient les termes de la collaboration, alors ?

Une fois de plus, l'angle représente un point d'achoppement. D'un côté les pigistes cherchent à vendre des sujets qui doivent être les plus attractifs possibles. Pour cela, ils ont besoin de définir l'angle afin de montrer que le point de vue qu'ils

173 Le conducteur est un court document écrit servant à l'archivage des sujets. Il donne succinctement sa durée, son auteur, son thème, ses sources, sa date, etc.

proposent sur tel ou tel événement est original, éclairant ou adapté à la ligne éditoriale du journal. Un exemple étonnant montre bien que l'angle synthétise et concentre ce qui peut faire l'intérêt d'un papier pour une rédaction : une pigiste confie qu'il est parfois dangereux de livrer trop précisément son projet. La rédaction pourrait le reprendre à son compte.

« Quand j'essaie de vendre un sujet, j'essaie – là, oui – de vendre un angle. Et j'essaie surtout d'en dire le moins possible. Parce que je me suis fait couillonner, quand même, hein ! Piquer des idées.[Elle cite un long reportage sur une association qu'elle avait proposé au journal La Vie]En fait je me suis fait piquer le sujet parce que moi j'avais proposé de faire ça sur les Côtes d'Armor parce que j'étais en Bretagne, et en fait ils ont trouvé la même association en région parisienne. Donc c'est pour ça, j'aime pas trop... Faut appâter, mais pas donner toutes ses sources. »

Lorsque le pigiste n'est pas à l'origine du traitement d'un sujet, ce sont les responsables éditoriaux qui commandent des papiers. Mais ils n'indiquent pas systématiquement un angle, à en croire les pigistes¹⁷⁴. Alors, c'est au pigiste de prendre l'initiative de choisir un angle adapté à la ligne éditoriale du journal. Le plus simple, pour lui, reste donc de recueillir le plus d'informations possibles auprès des rédacteurs en chef avant de partir sur le terrain. Quitte à se retrouver, parfois, avec un angle difficile à tenir. Selon ses délais et la confiance que lui accorde la rédaction, il pourra éventuellement changer d'angle. Parfois même, un nouvel angle lui servira à renégocier les termes du contrat et éventuellement obtenir plus d'espace – ce qui est important, pour un journaliste payé à la quantité produite. Mais souvent, les commandes portent sur des papiers courts, ou très descriptifs et ne laissent de toutes manières pas beaucoup de champ à la créativité.

Qu'il y ait formulation préalable de l'angle ou non, les pigistes savent qu'il est important pour eux de savoir mettre en œuvre le procédé. Pas capital, non, *« parce que justement, le temps étant imparti on ne vous demande pas d'être génial »*, mais tout de même important. Parce qu'un angle original permet au journaliste de se faire remarquer, de vendre son sujet. De même, le respect de l'angle

174 Nous n'avons pas interrogé les journalistes d'ouest France au sujet de leur rapports avec les pigistes pour la simple raison que ceux que nous avons rencontré ne font pas appel aux pigistes. Ce sont principalement les deux (petits) services en charge des suppléments et du Dimanche Ouest France qui achètent des piges.

imposé est parfois indispensable, s'ils veulent être recontactés par la rédaction. Bref : les pigistes savent que leur compétence sera jaugée, entre autres, à l'aune de leur pratique angulaire. Et cela compte, pour des journalistes en situation précaire...

3. Quand les qualités professionnelles sont évaluées à l'aune de l'angle

C'est un nouvel usage de la pratique angulaire qui affleure, alors : dans certaines situations, l'angle permet de fixer les attentes de performance et d'évaluer le travail des journalistes. Il est clair que les pigistes, s'ils veulent apparaître comme des professionnels crédibles, ont besoin de manifester leur maîtrise de la pratique angulaire, au moins dans certains cas. « *Il faut angler, évidemment. [cette fois-là] on ne nous l'a pas demandé, mais peut-être que si on ne l'avait pas fait, on nous l'aurait reproché.*¹⁷⁵ » D'ailleurs, plus ils ont besoin de se faire connaître, plus leurs synopsis¹⁷⁶ seront détaillés, et plus ils travailleront les angles :

« Bon, avec les gens qu'on connaît bien, c'est plus vraiment des synopsis. C'est vraiment deux lignes. Après, quand je démarque des nouveaux titres, là je fais des vrais synopsis, quoi : sujet, angle, plusieurs angles possibles, des fois... Des vrais synopsis.¹⁷⁷ »

Il y a là une contrainte de rôle : il faut savoir angler, même s'il n'est pas toujours nécessaire d'angler. Parmi tous les journalistes, les pigistes sont à la fois les plus précaires et ceux qui ont le moins de contacts avec les rédactions. Ils constituent donc d'excellents révélateurs de la manière dont l'angle peut servir à évaluer le travail d'un professionnel. Mais les autres journalistes, se jugent-ils, de même, à l'aune de cette technique ?

La rédaction de Chantepie utilise le procédé angulaire de manière collégiale. L'angle y sert à la fois à expliquer un sujet et à répartir les tâches. Il est décidé de

175 Une pigiste, lors d'un entretien et à propos d'un supplément pour Ouest France qu'elle a cosigné avec une autre pigiste.

176 Un synopsis est le résumé d'un article qui peut être déjà écrit ou encore à l'état de projet. Cette synthèse doit mettre en valeur les qualités de l'article car son but est de le vendre. Il n'y a pas vraiment de règles d'écriture du synopsis, même si le « *Guide de la pige* » fournit une méthode, la pratique semble en général plus informelle et moins structurée que dans le manuel.

177 Une journaliste pigiste, lors d'un entretien.

manière collective et peu conflictuelle. Cette manière de procéder n'est possible que dans une rédaction où les délais de production ne sont pas très courts (ici, les journalistes ont souvent une bonne partie de la matinée pour penser à leurs sujets). De plus, elle repose aussi sur la confiance réciproque dans le professionnalisme des confrères. Les journalistes de Chantepie qui s'estiment mutuellement et sont peu confrontés au regard de profanes ressentent probablement moins le besoin de mettre en scène leur professionnalisme que ceux employés dans d'autres rédactions. Un journaliste du service politique et social résume parfaitement cette idée :

« Le boulot, justement, il est toute la journée, si tu veux. Donc c'est des ajustements permanents. Et puis en gros ici [au siège] les gens sont quand même des bons pros et puis qui ont quand même pas mal de bouteille : ils ont déjà fait un certain nombre de trucs. Donc si tu veux, ça roule, quoi. »

Comme, en plus, ces journalistes envisagent les angles comme de la responsabilité collective de leurs services, ils n'évaluent pas vraiment le travail de leurs pairs à l'aune de leur capacité à maîtriser la technique. D'ailleurs, le retour critique sur le travail de chacun semble très routinier, à en croire cette journaliste du service Société : *« c'est dommage que dans cette maison on ne s'interroge pas plus sur le fond. Dans les conf', on ne fait pas de critiques sur le fond. On dit qu'on est contents d'en avoir parlé, c'est tout. Sans rentrer dans les détails. »* Par contre, lorsqu'il s'agit de juger de la qualité d'une commande passée à l'extérieur, alors le respect de l'angle entre en compte. Sur le portrait de Joakim Noah, par exemple, celle qui l'a demandé juge que :

« C'est pas tout à fait ce qu'on attendait, au bout du compte, ce papier-là. A la réunion, Jean-Bernard Cazalet disait « on n'apprend pas grand chose de plus mais il est sympa ». C'est vrai que le papier est sympa. [...] On lui a demandé de réécrire un petit peu. On le trouvait, justement, trop sportif, trop écrit sous l'angle sportif.[...] Nous on aurait aimé plus de choses, encore une fois, sur la personnalité du gars ».

Mais c'est encore à la télévision que l'angle tient le plus la fonction de critère d'évaluation du travail. L'angle y est un moyen de répartir les tâches entre les journalistes, mais il s'agit aussi d'une technique de contrôle des équipes. Dès lors, savoir respecter un angle fait partie des compétences professionnelles des rédacteurs.

Pour les chefs, un bon journaliste doit savoir respecter un angle, car, comme l'indique Jacques Siracua :

« Du point de vue des responsables, il est en effet beaucoup plus aisé d'évaluer un travail qui demande explicitement au rédacteur une réponse précise à une question précise, définie à priori, que d'évaluer la qualité d'un sujet élaboré à partir des aléas du terrain ou laissé à l'appréciation de l'équipe. La discipline est d'ailleurs une composante du professionnalisme.¹⁷⁸ »

Pour les journalistes de télévision, la capacité à produire un sujet suivant un angle représente donc une puissante prescription de rôle. Une prescription qui, plus que les routines, permet de comprendre pourquoi les rédacteurs produisent si souvent des reportages qui peuvent sembler éloignés de la réalité. Partis avec une commande, les journalistes se sentent parfois obligés d'ignorer les nouveaux aspects d'un problème qui surgissent sur le terrain, à moins que ceux-ci ne soient particulièrement spectaculaires. Gilles Ballastre évoque dans son journal ce problème qui, pour certains, devient un dilemme :

« Nous arrivons dans un grand bureau vide. Deux transitaires s'y trouvent, inoccupés depuis bientôt une semaine. [...] Ils nous parlent de leur inquiétude de l'avenir. Ils se sentent les victimes d'une situation hypocrite. Ils font les frais d'un baroud d'honneur du gouvernement et constatent en plus que cela ne sert à rien, si ce n'est à sacrifier leur emploi. Leur histoire nous intéresse à moitié. Nous écoutons par politesse, mais nous ne sommes pas vraiment là pour prendre en compte leurs problèmes. Nous sommes venus pour filmer le détournement des mesures gouvernementales, c'est-à-dire des arrivées de poisson hors CEE dans la zone de Capécure. Et si nous ne pouvons pas en filmer, notre reportage tombe à l'eau.¹⁷⁹ »

A France 3 Bretagne, les reporters disposent d'un peu plus d'autonomie. Ou plutôt : ils ne sont pas liés par l'angle au même niveau que ne l'était Gilles Ballastre, pour la simple raison que le procédé angulaire se fait discret, dans la rédaction. Il serait même presque inexistant : en conférence de rédaction, les échanges sont expéditifs : le rédacteur en chef ou les rédacteurs proposent des sujets, parfois assortis d'une petite valorisation, mais la discussion s'arrête souvent avant l'angle. Cela est à relier à

178 Ibid., p.137.

179 Ballastre G., « Journal d'un JRI », 1995, p.175.

la faible légitimité du rédacteur en chef. Celui-ci, en effet, n'est entré en poste que trois semaines avant la période d'observation, et certains journalistes ont une attitude frondeuse (cela semble être une constante, dans cette rédaction réputée instable). Aussi, le nouveau responsable semble travailler à imposer son autorité petit à petit, sans y être vraiment parvenu au moment de l'observation¹⁸⁰. Cependant, rien n'indique que ses prédécesseurs n'aient été plus attentifs aux angles. Il s'agirait même d'un défaut structurel, dans les rédactions, à en croire l'ancienne présentatrice citée plus haut :

« Moi j'ai été intégrée à Amiens, avec un des rares red'chefs qui soient vraiment pointilleux, qui avait réfléchi dès le matin à la hiérarchie de son journal, à l'angle des sujets. Mais la plupart du temps, les rédacteurs en chef abdiquent. »

Ils « *abdiquent* » soit parce qu'ils ne prennent pas le temps de définir ce qu'est un angle, soit parce qu'ils ne savent pas ce qu'est un angle, selon cette journaliste. Quand à ses pairs, « *il y en a beaucoup qui ne savent pas faire un sujet anglé* ». Cette charge montre que si les rédacteurs sont jugés sur leur capacité à travailler suivant un angle (y compris par leurs pairs), le professionnalisme des rédacteurs en chef est évalué par certains journalistes autour de la capacité des supérieurs à définir des angles.

Dans les rédactions locales de presse écrite, l'angle ne représente pas non plus une forte contrainte de rôle. Les angles restant peu discutés, ce critère n'est pas prioritaire, dans l'évaluation du travail. Et de manière générale, les localiers se sentent en relative sécurité, où en tous cas moins évalués que d'autres journalistes. Deux jeunes journalistes dont le premier est pourtant en situation précaire (employé avec un CDD de six mois) expliquent :

*« -Angler c'est indispensable. Pour nous pas autant [que pour les pigistes], parce qu'on est salariés.
- Ouais, les pigistes, il faut qu'ils écrivent sexy. Nous c'est pas toujours la peine.¹⁸¹ »*

180 Les temps de convivialité hors des murs de l'entreprise (pauses café ou déjeuner) furent des moments privilégiés pour observer les échanges entre journalistes à propos de leurs conditions de travail. Des journalistes qui se montrent partagés quand au rédacteur en chef : certains lui laissant le bénéfice du doute tandis que d'autres critiquent déjà son action.

181 Deux jeunes journalistes travaillant à la rédaction locale de Rennes lors d'un entretien informel et collectif.

Toutefois, les journalistes et leurs supérieurs ont parfois recours à cette notion pour s'évaluer réciproquement. Le rédacteur en chef, par exemple, valorise parfois à posteriori l'angle d'un article qui lui semblerait intéressant. La conférence commence toujours par la lecture du journal, une lecture pendant laquelle il peut faire allusion aux angles. Par exemple, à un stagiaire : « *Tu aurais pu faire un papier anglé. Je te filerais une charte, là-dessus.* » Réciproquement, le fait que cet homme ne propose que rarement des angles pour insister plutôt sur les genres est dévalorisé par certains de ses subordonnés :

« *-Et l'angle, le plus souvent, tu dirais que ça se trouve sur le terrain ou dans la rédaction ?*
 - *Normalement, tu dois le trouver avant.*
 - *Mais je voulais dire : concrètement, au quotidien.*
 - *Tu vois, ici c'est bizarre parce que tu te demandes comment tu vas traiter le sujet. Pas forcément avec quel angle mais avec quel genre.*¹⁸² »

« *Bizarre* » : la non prise en compte de l'angle par ses chefs semble jeter un petit discrédit sur la qualité de leur action, pour cette jeune journaliste. La charge est limitée, toutefois, car le rédacteur en chef en question est très légitime, auprès de ses subalternes. Ici, l'angle participe donc d'une prescription de rôle assez molle : les journalistes et leurs supérieurs peuvent ne pas ou peu utiliser la technique, mais son utilisation est toujours valorisée par leurs pairs comme un surcroît de professionnalisme tandis que l'absence de pratique angulaire peut concourir à discréditer un professionnel – ce qui est plus rare. Une journaliste de Ouest France, par exemple, lance ironiquement « *ah ! J'aimerais bien savoir ce qu'il a à dire sur l'angle, lui !*¹⁸³ » à propos d'un autre localier que nous venions de nommer. Comme si celui qu'elle semble juger mauvais professionnel ne pouvait avoir d'avis sur la question.

Ainsi, l'angle participe d'une contrainte de rôle pour toutes les spécialités journalistiques rencontrées : puisqu'il permet de répartir les tâches et de débattre du contenu et du positionnement des discours d'information, l'angle sert aussi à juger le travail effectué. Cependant, ce critère d'évaluation est d'une importance très variable selon les rédactions, les spécialités journalistiques et l'état des carrières individuelles.

182 Une jeune localière qui suit une formation en alternance.

183 Localière de la rédaction de Rennes, lors d'un entretien.

Concernant le rôle de l'angle dans le travail quotidien des rédactions, nous souscrivons donc à la définition donnée par Jacques Siracusa et proposons même de l'ouvrir au journalisme de presse quotidienne régionale et au travail de pigiste :

« L'angle est une mise en forme elliptique des besoins de la rédaction. C'est un instrument indigène (non présenté au public) reliant les supérieurs et leurs subordonnés, qui rend possible un échange minimum et rapide à travers la hiérarchie (et la bureaucratie) professionnelle. C'est un intermédiaire relativement stable au cours du temps, nécessaire pour définir des objectifs quotidiens, répartir les missions, le personnel et le matériel et évaluer le travail réalisé.¹⁸⁴ »

Une réserve toutefois : l'angle n'est pas absolument indispensable, dans les rédactions, et les journalistes peuvent travailler sans angle, ce qui est plutôt dévalorisé mais courant. De plus, cet instrument de réglage des relations semble souvent moins important qu'un second outil : la hiérarchie de l'information. Il ne peut donc s'agir du principal critère de réglage des relations de travail : de nombreux travaux ont montré que les journalistes dans leur ensemble tendaient généralement à observer un consensus sur ce qui fait la « valeur » d'une information et son « actualité ». Ce concept, l'actualité, renvoie à une chronologie des faits mais il est aussi un principe de hiérarchisation de ces faits. Imaginons que Johnny Halliday sorte un disque le même jour qu'un groupe de rock alternatif. L'« actu », pour un journaliste, c'est plus souvent la parution du premier album que celle du second. Avoir intériorisé les hiérarchies de l'information est probablement plus important, pour un journaliste professionnel, que de faire preuve d'une grande capacité à maîtriser les techniques. Alors même que les critères de la « newsworthiness » (la valeur d'une information) ne sont ni identifiés par les journalistes ni même dénombrables¹⁸⁵, cette hiérarchie de l'information constitue souvent un fondement du réglage des relations de travail. C'est en fonction d'elle qu'est construit le journal et que les journalistes sélectionnent les faits et l'espace qui leur sera alloué. Parfois, il sera décidé sans aucun débat de traiter d'un sujet quel que soit l'angle retenu. Ainsi certains événements sont jugés incontournables en dehors de toute considération sur le positionnement journalistique à adopter : élections, catastrophes de grande ampleur ou très spectaculaires, etc. D'autres fois, un article déjà prêt est sacrifié parce

184 Siracusa J, *op.cit.*, p138.

185 Cf. Neveu E., *op.cit.*, p.53.

qu'un événement imprévu semble jugé prioritaire par la rédaction. De même, il est important pour les non-journalistes qui doivent coopérer avec des rédactions de maîtriser cette hiérarchie. Les sources par exemple, savent qu'il y a des périodes plus « creuses » que d'autres et qu'un petit festival de poésie rennais n'a presque aucune chance d'être médiatisé s'il tombe en même temps que les Transmusicales ou que le festival Travelling. Et jusqu'au dessinateur de presse¹⁸⁶ et aux documentalistes¹⁸⁷ doivent être au courant de l'« actualité » s'ils veulent être en mesure de répondre rapidement aux demandes des journalistes. Cette prégnance des hiérarchies de l'information est manifeste, dans les rédactions visitées. Les journalistes – entre eux comme avec des non-journalistes – parlent bien plus de la « valeur » d'un fait que de l'angle sous lequel ils vont le traiter.

Toutefois, il faut noter que ce qui fait la « valeur » d'une information et l'angle choisi pour la traiter sont souvent deux dimensions inséparables de l'approche journalistique. Dans la mesure où, pour évaluer l'importance un sujet, les professionnels ont précisément recours à la pratique angulaire. Rares sont les faits jugés intéressants en soi et il faut souvent présenter un sujet sous son jour le plus neuf, le plus proche ou le plus amusant (par exemple) pour qu'il prenne toute sa valeur, aux yeux des journalistes. L'angle constitue donc l'une de ces routines entremêlées qui permettent aux journalistes de faire le tri dans le chaos de l'information.

186 Lors d'un entretien, le dessinateur d'Ouest France indique qu'il a « *la démarche du journaliste* », qu'il « *baigne dans l'actu* » et que cela lui permet de gagner du temps . « *Il faut faciliter la tâche des journalistes, parce que ce sont des gens très pressés.* »

187 Lu dans un rapport de stage au service documentation d' Ouest France : « *Il est dans les missions fondamentales du documentaliste de presse d'être toujours au courant de l'actualité* ». Bailleul C., « *Compte rendu d'expérience en milieu professionnel* », 2008, p.19.

L'angle, on l'a dit, est un idéal paradoxal : à la fois partageables par tous et souvent relativisé; à la fois ambitieux et insuffisant. Le procédé angulaire comme pratique quotidienne possède lui aussi quelque chose d'ambigu. Il permet de rationaliser le travail en organisant le choix des sujets pertinents, la collecte de l'information, l'écriture et surtout en permettant aux différents acteurs de collaborer. L'angle facilite donc le travail de production de l'information à différents niveaux. Savoir angler, et bien angler est aussi une qualité professionnelle. Pourtant, la technique semble faible. Parfois, les journalistes la délaissent totalement. D'autres fois, ils la mettent en œuvre de manière si informelle que l'observateur ne saurait la distinguer précisément, dans l'entrelacs des routines et des techniques. Et analyser les discours d'information ne suffit pas à comprendre ce que représente le procédé angulaire, dans le travail des journalistes. La typologie des angles proposée par Denis Ruellan est intéressante pour comprendre des régularités discursives, mais elle ne restitue rien du travail quotidien de production de l'information.

Bref : le procédé angulaire est fort utile : en tant qu'élément de rationalisation du travail il permet l'enrôlement des collaborateurs potentiels; et c'est souvent autour d'un angle que se négocient les rôles des différents protagonistes. Cette technique constitue donc dans l'interaction un élément puissant de définition du rôle de journaliste, pour lui-même et pour autrui. A travers le procédé angulaire, les sources comme ses supérieurs peuvent lui imposer un rôle, mais c'est également un moyen pour lui de prouver sa compétence, de s'imposer comme professionnel. C'est aussi une technique souple, ce qui implique deux choses. D'abord, ses usages peuvent être extrêmement variés – de sa mise en œuvre consciente et appliquée jusqu'à son absence. Ensuite, la fluidité de ses définitions rend le procédé angulaire difficilement identifiable, dans le travail quotidien des journalistes. Comme, en plus, la technique et son utilisation n'ont jamais été durcies par les discours indigènes (les discours de légitimation comme les échanges de travail), le procédé angulaire constitue un objet évanescent, qui échapperait immédiatement au chercheur qui souhaiterait le définir formellement et définitivement..

Conclusion

Au terme de ce travail, rappelons une fois encore qu'il serait illusoire d'essayer de définir la pratique angulaire autrement que par sa principale caractéristique : sa simplicité. L'angle est un procédé rudimentaire. C'est aussi une technique transmissible et transmise qui, grâce à la fluidité de ses définitions prend des significations extrêmement différentes en fonctions des situations. Bref : le procédé angulaire autorise des usages pratiques, discursifs et biographiques fort différents. La plupart de ces usages ont toutefois en commun de participer d'une prescription de rôle. Ils permettent aux journalistes de manifester, imposer ou éprouver leur professionnalisme dans des situations fort variées. En parlant de la pratique angulaire, ils se positionnent par rapport à une norme professionnelle, une norme englobante qui concerne potentiellement tous les journalistes. Dans l'interaction, la technique est à la fois une contrainte et une ressource qui contribue à faire exister, pour eux-même et pour les autres, le rôle de journaliste professionnel. Pourtant, cette norme ambitieuse, cette technique professionnelle souple sont peu mobilisées, en journalisme local. Les praticiens relativisent sa pertinence, ils l'utilisent peu tandis que leurs sources, elles, peuvent exploiter le procédé angulaire pour servir leurs intérêts. Comme technique professionnelle, le procédé angulaire semble finalement trop faible pour mettre en adéquation les pratiques et l'idéal. A en croire les journalistes locaux, elle serait insuffisante pour leur permettre d'être sur le terrain les professionnels qu'ils rêvaient de devenir, au début de leurs carrières. D'où une large tendance des journalistes à la laisser de côté dans la pratique comme dans leur construction identitaire.

Une technique floue, qui n'est pas définie précisément et encore moins contraignante est-elle efficace ? C'est finalement de cela, dont il est question ici. Pour Denis Ruellan, cette fluidité représente un atout, historiquement. La profession n'aurait pu apparaître ni se développer si ses frontières avaient été infranchissables. De même, des pratiques trop fortement codifiées auraient mis en péril l'unité de ce groupe qui regroupe des acteurs aux savoirs-faire, aux conditions de travail et aux

objectifs bien différents. Qu'en est-il aujourd'hui ? Erik Neveu¹⁸⁸ craint que le mouvement ne puisse s'inverser. La fluidité des normes et des statuts serait en passe de constituer des brèches dans l'identité du groupe professionnel. Des failles dans lesquelles les actionnaires des entreprises de presse d'un côté et les professionnels de la communication de l'autre s'engouffreraient pour exploiter les journalistes. Pour modifier les pratiques professionnelles dans un sens qui leur convienne mieux. C'est le journalisme de communication. Ce sont également ces manières de produire l'information dominées par un objectif de rentabilité. Ce sont encore des dévoiement des idéaux professionnels qui sont permis par la plasticité des normes, des pratiques et des statuts journalistiques.

Le procédé angulaire n'est pas à l'abri de ces processus. Le risque : que la technique ne constitue plus qu'une facette d'un journalisme de mise en forme, intégré dans le continuum des métiers de la communication. Une technique floue est-elle suffisante pour que les journalistes continuent à travailler selon leurs idéaux ? Leur permet-elle de préserver leurs identités professionnelles héritières de l'histoire distinctes de celles des communicants et des patrons de presse ?

Notre enquête montre que la réponse à ces interrogations ne peut être que nuancée. Le procédé angulaire participe de la prescription de rôle; c'est donc à la fois une ressource et une contrainte, pour les journalistes. Dans certaines situations, les sources savent en profiter. Mais il faut rappeler que cette technique, avant d'être mobilisable par les communicants, est également négligée par beaucoup de journalistes locaux. Or, elle possède en elle les ressources qui peuvent permettre aux journalistes de préserver leur singularité, leurs idéaux et leur autonomie. Face à des sources, si bien organisées soient-elles, le déplacement d'angle reste toujours possible. Confrontés aux phénomènes d'autopublication, les journalistes restent plus pertinents s'ils sont capables de produire un discours à la fois cohérent, neuf et adapté à leurs publics et contraintes de production (alors que les amateurs en restent souvent à un discours plutôt subjectif). Encore faut-il que les journalistes aient les moyens d'utiliser le procédé angulaire, qu'ils disposent d'assez de temps, d'espace et de garanties statutaires. Encore une fois : la technique n'est que technique. Elle n'est pas

188 Neveu E., op.cit., p.21.

neutre, puisqu'elle est à la fois chargée symboliquement et productrice d'effets, mais elle n'est pas non plus tyrannique. Seuls ses usages comptent, et force est de constater qu'à Ouest France et à France 3 Bretagne, les usages identitaires et pratiques de la notion sont plutôt timides. La norme a été intériorisée et constitue une prescription de rôle. Mais comme certains la considèrent insuffisante pour garantir l'autonomie du journaliste tandis que d'autres la trouvent trop contraignante (ce sont ceux qui parlent des routines ou de la « *flemme intellectuelle* »), elle est peu mise en œuvre.

Peut-on conclure définitivement, ici ? En d'autres termes : a-t-on fait le tour des usages discursifs, identitaires et pratiques du procédé angulaire et du concept d'angle ? Ce travail en expose une grande diversité. En outre, notre approche présente l'avantage de ne pas figer la définition de la technique ni la liste de ses usages et manifestations. Pourtant, elle ignore totalement la complexité du groupe professionnel et le fait que les identités professionnelles et les méthodes dépendent à la fois de conditions de travail qui peuvent être fort différentes et de dynamiques internes au groupe professionnel.

Pour aller plus loin, il conviendrait donc d'élargir l'étude des usages de la notion à d'autres espaces de la profession. Dans un groupe si complexe que celui des journalistes, il en existe probablement des usages stratégiques, liés à des luttes internes. La dimension conflictuelle des professions est d'ailleurs au cœur des préoccupations de la sociologie interactionniste. Anselm Strauss, par exemple, propose d'analyser les groupes professionnels au prisme des segments qui les composent. Les segments, ce sont

« des groupements qui émergent à l'intérieur d'une profession. [...] Les segments ne sont pas des parties absolument stables, définies pour l'éternité, du corps professionnel. Ils sont soumis plus ou moins continuellement à des changements. Ils prennent forme et se développent, se modifient et disparaissent ¹⁸⁹ ».

Dès lors, le processus de professionnalisation est « *l'agrégation de segments poursuivant des objectifs divers, plus ou moins subtilement maintenus sous une*

189 Bucher R., Strauss A. « *La dynamique des professions* », p.82.

*appellation commune à une période de l'histoire.*¹⁹⁰ » Cette approche propose donc de ne pas considérer ce qui fait une profession de toute éternité, mais plutôt d'analyser les mécanismes qui, à un moment donné, rassemblent des acteurs en une profession. Les auteurs proposent de focaliser l'analyse sur différents critères, comme les méthodologies, les valeurs ou les modes d'organisation. Ces critères ne permettent pas, en soi, de saisir une quelconque essence du professionnalisme. Il désignent les points sur lequel les professionnels vont débattre et, finalement, se rassembler en une profession sur la base d'accords qui n'ont rien de définitif. Sandrine Lévêque¹⁹¹ a montré la fertilité de cette approche dans le cas d'une analyse du groupe professionnel des journalistes. Un groupe dont la complexité n'est plus à démontrer. Tous les journalistes pouvant être considérés comme des spécialistes (du point de vue fonctionnel ou thématique) il devient de plus en plus difficile d'analyser le groupe comme un bloc monolithique. Bien que partant d'une perspective bourdieusienne, Dominique Marchetti¹⁹² en arrive aux mêmes conclusions : il faut étudier les sous-espaces du journalisme individuellement, et penser les relations qu'ils entretiennent entre eux.

A cause de contraintes de temps, la présente étude s'est concentrée sur des journalistes locaux. Elle ne permet donc pas de comprendre en quoi les différents segments de la profession peuvent se rassembler ou, au contraire, se distinguer à propos du procédé angulaire. Son but n'était évidemment pas de bâtir un propos valable pour tout le journalisme. Il s'agissait, pour commencer, de repérer en quoi la technique participait de la définition des identités professionnelles de journalistes locaux confrontés à des conditions de travail relativement différentes. Rien de plus. A l'avenir, il nous semble qu'un travail sur le procédé angulaire devrait étudier ses usages dans différents sous-univers de la profession, afin de les relier à des contraintes, des positions, des stratégies, des luttes internes, des influences réciproques, etc. Dans le but, également, de comprendre comment ces utilisations contradictoires peuvent modifier la signification du procédé angulaire, ou la manière dont il est mis en œuvre. Il s'agit de comprendre si la notion possède la même signification pour l'ensemble des professionnels ou si, au contraire, elle est plus

190 Ibid., p.69.

191 Lévêque S., *art.cit.*, 2004.

192 Marchetti D., « *Les sous champs spécialisés du journalisme* », 2001.

mobilisée par certains segments. Si oui, le font-ils dans le cadre d'une stratégie de distinction ? Quelles sont, par ailleurs, les conditions de possibilité de l'usage de la pratique angulaire ?

Ce travail aura souvent amusé les journalistes et beaucoup le trouvaient saugrenu. « *Vous allez vraiment écrire 50 pages sur l'angle ! Ça ne va pas être facile !*¹⁹³ », nous a dit une pigiste avec un air désolé de ne pouvoir aider plus. Au terme de ce travail, il apparaît au contraire que le sujet était plus ambitieux que ce que nous imaginions et que beaucoup reste à faire pour comprendre d'un point de vue dynamique quel peut être l'apport du procédé angulaire aux identités professionnels des journalistes.

193 Une journaliste pigiste, lors d'un entretien.

Bibliographie

Apports théoriques

- ◆ Becker H., *Les Mondes de l'art*, Flammarion, 2006.
- ◆ Bucher R., Strauss A., « La dynamique des professions » in : Strauss *La trame de la négociation*, L'Harmattan, 2004.
- ◆ Briquet J-L., « Communiquer en actes. Prescriptions et exercice quotidien du métier politique » in : *Politix*, Vol 7, n°28, 1994, pp. 16-26.
- ◆ Dubar C. & Tripier P., *Sociologie des professions*, Armand Colin, coll. « U », 1998.
- ◆ Hughes E., *Le regard sociologique*, Editions de l'Ecole des Hautes Etudes en Sciences Sociales, 1996.
- ◆ Lagroye J., « Etre du métier » in : *Politix*, Vol 7, n°28, 1994, pp. 5-15.
- ◆ Le Breton D., *L'interactionnisme symbolique*, Presses Universitaires de France, 2004.
- ◆ Lévêque S., « Analyser la profession journalistique « par le bas ». La profession journalistique à l'épreuve de la sociologie interactionniste des professions. », in : Legavre (dir.), *La presse écrite : objets délaissés*, L'Harmattan, 2004.
- ◆ Strauss A., *La trame de la négociation*, L'Harmattan, 1992.

Sur le groupe professionnel des journalistes

- ◆ Accardo A. (dir.), *Journalistes précaires*, le Mascaret, 1998.
- ◆ Ballastre G., « Précarité et fabrication de l'information » in Accardo A. (dir.), *Journalistes précaires*, le Mascaret, 1998.
- ◆ Bourdon J., « Une identité professionnelle à éclipses », in : *Politix*, Vol 5, n°19, 1992.
- ◆ Chalaby J., *The invention of journalism*, MacMillan Press LTD, Londres, 1998.
- ◆ Ferenczi T., *L'invention du journalisme en France. Naissance de la presse moderne à la fin du XIXe siècle*, Plon, 1993.
- ◆ Grévisse B., « Légitimité, éthique et déontologie » in : *Hermès* n°35, 2003, pp.223-230.
- ◆ Kovach B. & Rosenstiel T., *The elements of journalism*, New York, Three rivers

press, 2001.

- ◆ Le Bohec J., *Les mythes professionnels des journalistes*, L'Harmattan, 2000.
- ◆ Lemieux C., *Mauvaise presse. Une sociologie compréhensive du travail journalistique et des ses critiques*, Métailié, 2000.
- ◆ Leteinturier C., « L'hétérogénéité des journalistes » in : *Hermès* n°35, 2003, pp. 35-48.
- ◆ Marchetti D., « Les sous-champs spécialisés du journalisme », *Réseaux* n°111, 2002.
- ◆ Mercier A., « Présentation générale. Regard sociologique sur le métier et regard critique sur ses pratiques » in : D.Wolton (dir.) *Les journalistes*, CNRS éditions, 2009.
- ◆ Muhlmann G., *Une histoire politique du journalisme*, Presses Universitaires de France, 2004.
- ◆ Neveu E., *Sociologie du journalisme*, La découverte, coll. « Repères », 2001.
- ◆ Ruellan D., *Le journalisme ou Le professionnalisme du flou*, presses Universitaires de Grenoble, 2007.
- ◆ Ruellan D., *Les « pro » du journalisme. De l'état au statut, la construction d'un espace professionnel*, Presses universitaires de Rennes, 1997.
- ◆ Ruellan D., « L'information locale sans journalistes ? » in C. Delporte (dir.) *Médias et villes*, Publication de l'Université François-Rabelais, Tours, 1999.
- ◆ Ruellan D. & Thierry D., *Journal local et réseaux informatiques. Travail coopéraif, décentralisation et identité des journalistes*, L'Harmattan, 1998.
- ◆ Ruffin F., *Les petits soldats du journalisme*, Les Arènes, 2003.

Sur la travail quotidien des journalistes

- ◆ Agnès Y., *Le grand bazar de l'info. Pour en finir avec le maljournalisme*, éditions Michalon, 2005.
- ◆ Ballastre G., « Journal d'un JRI ou Les Sherpas de l'information » in Accardo A. (dir.), *Journalistes au quotidien*, le Mascaret, 1995.
- ◆ Bigot-Legros G., « Métamorphose d'un fait divers. Ethnographie de la presse locale », in *Réseaux*, 1996, volume 14, n°75.
- ◆ Cabrolié S., « Les journalistes du parisien.fr et le dispositif technique de production de l'information », in : *Réseaux* vol 2-3, 2010.
- ◆ Civard-Racinais A., *Le journaliste, l'avocat et le juge. Les coulisses d'une relation ambiguë*, L'Harmattan, 2003.
- ◆ Frisque C., *L'activité journalistique au quotidien Travail relationnel et rédactionnel des journalistes de Presse Quotidienne Régionale*, thèse pour le

doctorat de Science Politique, 2002, l'Université Paris-X Nanterre (dir. Michel Dobry).

- ◆ Gimbert C. & Rochard Y., « Pratiques et limites des genres en presse de proximité » in Utard & Ringoot (dir.) *Les genres journalistiques*, L'Harmattan, 2009.
- ◆ Lacan J-F., « Journal d'un chien » in Lacan, Palmer, Ruellan : *Les journalistes, stars, scribes et scribouillards*, Syrus, 1994.
- ◆ Le Bohec J., « Les rapports entre élus et localiers. La photographie de presse comme enjeu de pouvoir », in *Politix*, vol 7, n°28, 1994.
- ◆ Michel S., « Introduction : des voix dans le 9.3 » in *Bondy Blog*, Seuil, 2006.
- ◆ Ruellan D., « La routine de l'angle », *Questions de communication*, n°10, Presses Universitaires de Nancy, 2006.
- ◆ Siracusa J., *Le JT, Machine à décrire*, De Boeck, 2001

Sur le journalisme situé par rapport aux activités qui lui sont proches

- ◆ Aubert A., *La société civile et ses médias*, Le Bord de l'eau, 2009.
- ◆ Augey D., « Les journalistes : petits maillons au bout de la chaîne industrielle » in : *Hermès* n° 35, 2003, pp. 73-79.
- ◆ Becker H., « Sociologie visuelle, photographie documentaire et photojournalisme » in : *Communications*, 71, 2001.
- ◆ Cornu G. & Ruellan D., « Technicité intellectuelle et professionnalisme des journalistes », *Réseaux*, Vol. 11, n°62, 1993.
- ◆ Labasse B., « Quand le cadre fait le tableau : référentiels cognitifs et perception de l'actualité » in *Les Cahiers du Journalisme*, printemps 2004.
- ◆ Lavoine Y., « Le journaliste, l'histoire et l'historien. Les avatars d'une identité professionnelle » (1935-1991) » in : *Réseaux*, Volume 10, n°51, 1992.
- ◆ Mathien M., *Les journalistes et le système médiatique*, Hachette, 1992.
- ◆ Muhlmann G., *Le Regard du journaliste en démocratie, thèse pour le doctorat de Science Politique*, 2001 (dir. M. Abensour).
- ◆ Park R., *Le journaliste et le sociologue*, Seuil / Presses de Sciences Po, 2008.
- ◆ Plenel E., « Actualité de Park » in Park R., *Le journaliste et le sociologue*, Seuil / Presses de Sciences Po, 2008.
- ◆ Rieffel R., « Journalistes et intellectuels : une nouvelle configuration culturelle ? » in : *Réseaux*, Volume 10, n°51, 1992.
- ◆ Ringoot R. & Utard J-M., « Le genre : une catégorisation peu catégorique » in

Utard & Ringoot (dir.) *Les genres journalistiques*, L'Harmattan, 2009.

- ◆ Roskis E., « Tant de clichés et si peu d'images » in *Le Monde Diplomatique*, janvier 2003.
- ◆ Ruellan D., « Les frontières d'une vocation » in Lacan, Palmer, Ruellan : *Les journalistes, stars, scribes et scribouillards*, Syrus, 1994.
- ◆ Ruellan D., « Genres, angle et professionnalisme » in Utard & Ringoot (dir.) *Les genres journalistiques*, L'Harmattan, 2009.
- ◆ Siméant J., « Déontologie et crédibilité. Le réglage des relations professionnelles au CFJ », in *Politix* Vol.5, n°19, 1992.
- ◆ Watine T., « Entre réalité, vérité et objectivité : la « perspective » journalistique », in *Les Cahiers du journalisme*, Printemps 2004.

Pédagogie – Manuels

- ◆ *Guide du correspondant local*, éditions du CFPJ, 1993.
- ◆ Agnès Y., *Manuel de journalisme*, La découverte, coll. « Repères », 2002.
- ◆ Bachmann P., *Communiquer avec la presse*, éditions du CFPJ, 1994.
- ◆ Bobin C., *L'angle journalistique*, éditions du CFPJ, 2009.
- ◆ Boucher J-D., *Le reportage écrit*, éditions du CFPJ, 1993.
- ◆ Charon Y., *L'interview à la télévision*, CFPJ éditions, 1991.
- ◆ Da Lage O., *Obtenir sa carte de presse et la conserver*, Guide Légipresse, 2003.
- ◆ De Broucker J., *Pratique de l'information et écritures journalistiques*, CFPJ éditions, 1995.
- ◆ Furet C., *Le titre*, CFPJ éditions, 1995.
- ◆ Grevisse B., *Écritures journalistiques*, De Boeck, 2008.
- ◆ Hoffbeck G., *Ecrire pour un journal*, Dunod, 2001.
- ◆ Martin-Lagardette J-L., *Le guide de l'écriture journalistique*, La découverte, 2009.
- ◆ Montant H., *L'interview écrite et le portrait*, éditions du CFPJ, 1995.
- ◆ Morel P., *La communication d'entreprise*, Unibert, 2009.
- ◆ Mourinquand J., *L'enquête*, éditions du CFPJ, 1994.
- ◆ Nobécourt P. & Cazard X., *Guide de la pige*, Entrecom, 1995.
- ◆ Rouez J., *L'écrit web*, éditions du CFPJ,
- ◆ Sallinen D., *Les clés pour publier en ligne*, Victoires editions, 2007.
- ◆ Vital-Durand B., *La pratique du faits divers*, éditions du CFPJ, 2009.
- ◆ Voirol M., *Guide de la rédaction*, éditions du CFPJ, 1995.

Autres documents

- ◆ Bailleul C., « *Compte Rendu d'expérience en milieu professionnel* », Rennes 2, UFR de Lettres.
- ◆ Gerverau L. (dir.), *Dictionnaire mondial des images*, Nouveau Monde éditions, 2006.
- ◆ Karel W., *Le journal commence à 20 heures*, Paris, Naive éditions, 1999.
- ◆ « Comment accrocher les journaliste », in *Stratégies*, février 2004.

Annexes

Liste des personnes rencontrées

Lors d'entretiens enregistrés

- ◆ Marion Ablain, journaliste, Ouest France.
- ◆ Carole André, journaliste pigiste.
- ◆ Hervé Babonneau, adjoint du responsable du service économique, Ouest France.
- ◆ Clothilde Cheron, journaliste pigiste.
- ◆ Paul Goupil, rédacteur en chef adjoint, Ouest France.
- ◆ Anne-Laure Grosmolard, journaliste pigiste.
- ◆ Nicolas Legendre, journaliste, Le Mensuel de Rennes.
- ◆ Edouard Maret, journaliste, Ouest France.
- ◆ Thierry Richard, chef du service politique, Ouest France.
- ◆ Pascale Vergereau, journaliste, Ouest France.
- ◆ Nolwenn Weiler, journaliste pigiste, Ouest France.

Lors d'entretiens non enregistrés mais au cours desquels des notes ont été prises

- ◆ Isabelle Bordes, journaliste, Ouest France.
- ◆ Emmanuel Chaunu, dessinateur de presse, Ouest France.
- ◆ Colette David, journaliste au service Informations Générales, Ouest France.
- ◆ Catherine Jaunau, rédactrice, France 3 Bretagne.
- ◆ Tanguy Loisel, journaliste, Ouest France.
- ◆ Gilles Raoult, rédacteur, France 3 Bretagne.
- ◆ Isabelle Rettig, rédactrice, France 3 Bretagne.
- ◆ Michel Rouger, retraité d' Ouest France.
- ◆ Claire Thévenoux, cheffe du service Informations générales, Ouest France.
- ◆ Xavier Thierry, journaliste, Ouest France.
- ◆ Stéphane Vernay, rédacteur en chef de la rédaction locale de Rennes, , Ouest France.

Grille d'entretien avec les journalistes pigistes

Parcours

Quelle est votre formation initiale ? Pourquoi le journalisme? Quel a été votre parcours depuis ? Pour quels médias travaillez-vous actuellement ? Quels sont les genres journalistiques que vous mobilisez le plus souvent, dans ces journaux ? Avez-vous eu des cours, des formations, des enseignements à propos de l'angle ? Pour vous, qu'est-ce qu'un angle ? Une technique que l'on peut employer ou non ? Un point de vue, qui est présent dans chaque article, qu'on le veuille ou non ? Durant quelles phases de travail le fait-on intervenir ? Est-il important, pour un journaliste, de bien penser à son angle ? Et pour un pigiste : quelles spécificités ? Le pigiste doit-il développer des qualités singulières, qui ne sont peut-être pas celles des autres journalistes ?

Travail de préparation à l'entrée sur le terrain

Est-ce toujours à vous de proposer des sujets ? Comment les choisissez-vous : cherchez vous à voir l'intérêt d'un thème en soi, ou faut-il directement penser à la manière dont on va le vendre ? Dans quels cas est-ce que vous vous renseignez sur les sujets avant d'aller sur le terrain ? Est-ce qu'il y a des fois où vous partez sans avoir aucune idée de ce que vous allez rapporter ? Comment décide-t-on des sources à rencontrer ? Est-ce que, parfois, il vaut mieux partir sans angle défini ? Pourquoi ? Avant d'aller sur le terrain, diriez-vous que définir un angle, c'est formuler une question – et une seule – ainsi qu'une ébauche de réponse ?

Travail de terrain

Prenez-vous beaucoup de notes ?

Dans quelles situations vos questions sont-elles prévues avant d'arriver sur le terrain ? Vous arrive-t-il d'être perdu parce que le discours de votre interlocuteur est trop compliqué, trop désordonné ? Comment réagit-on, dans cette situation ? A l'inverse, comment réagissez-vous face à un interlocuteur qui semble avoir un discours tout préparé et qui souhaite vous l'imposer ? Arrive-t-il fréquemment que vous ne parveniez pas à obtenir des réponses aux questions que vous vous posez ?

Écriture

Comment apprend-on l'écriture journalistique ? Est-ce que cela peut se transmettre ? Y a-t-il des règles ? Est-ce qu'il y a des « trucs » pour écrire efficacement ? Je pense par exemple aux genres : est-ce que ça aide, est-ce que cela permet de trouver de l'inspiration ? Est-ce qu'utiliser un genre précis implique nécessairement d'angler de telle ou telle manière ? Est-ce que cela dispense d'angler ? Y a-t-il des types d'angles ? A quel moment intervient le synopsis ? Le synopsis vous aide-t-il angler votre papier, à faire simple ou à identifier votre fil directeur ?

« Les bâtiments du futur devront être étanches ».

Les bâtiments du futur devront être étanches

Le test de perméabilité permet de mesurer les fuites d'air. Plus l'édifice est étanche, plus il est performant au niveau énergétique. Un procédé obligatoire en 2013. Exemple dans un chantier près de Rennes.

Reportage



L'épaisse fumée du fumigène permet de détecter les fuites de l'extérieur du bâtiment.

Acigné, mercredi matin. À l'intérieur du bâtiment en chantier, tout le monde s'active pour tenter de boucher les trous. Cellophane sur les bouches d'aération, adhésif sur le haut des portes... L'édifice est confiné. Le test de perméabilité (ou d'étanchéité) à l'air peut commencer.

Deux gros ventilateurs placés dans l'ouverture d'une porte se mettent en marche. Objectif : mettre le bâtiment en surpression pour intensifier les fuites d'air habituelles, les localiser et quantifier les pertes avec précision.

L'installation, reliée à un système informatique, enregistre différentes valeurs. Plus le bâtiment est perméable, plus l'économie d'énergie est importante et plus la durée de vie du bâtiment augmente (réduction des risques de condensations et de moisissures).

Une démarche pédagogique

Commencés en février 2009, les travaux de la nouvelle salle multi-fonctions d'Acigné (commune de 5 931 habitants située à l'est de

Rennes) devaient s'achever début juin. Plus de 1 000 m² pour accueillir spectacles, gais, repas ou autres for-rums.

« Pour la construction de ce bâtiment, nous avons suivi la démarche HQE (Haute qualité environnementale). La cible énergétique était une priorité. Ce test permet d'avoir des données quantitatives quant à nos démarches », explique Thierry Derrien, directeur des services techniques de la commune.

« Nous sommes dans une démarche pédagogique », souligne Didier Clerc, de l'entreprise Evalys qui réalise ces tests. Nous sensibilisons

les entreprises à l'amélioration de la perméabilité. Dans la mise en œuvre, dans l'utilisation de matériaux plus étanches... Le 1^{er} janvier 2013, ces tests seront obligatoires pour tous les bâtiments selon la réglementation thermique 2012. Les entreprises doivent se former dès maintenant. »

Soulagement après les résultats

Après vingt minutes de mise sous pression, le chiffre tombe : le coefficient est de 0,86 m³ par heure et par mètre carré d'enveloppe. Tout le monde est soulagé. Les résultats

sont bons. La fuite est estimée à 3 754 cm³ soit l'équivalent d'une petite fenêtr.

« Cela peut venir de deux fuites ou de dizaines de milliers de petits trous », précise Didier Clerc. Un fumigène se déclenche. Une fumée blanche épaisse comparable à celle des discothèques se disperse. Celle-ci doit permettre de détecter les fuites de l'extérieur. Et pouvoir résouder au mieux les défauts d'étanchéité constatés.

Un double ventilateur est placé dans l'ouverture d'une porte pour mettre le bâtiment en surpression.

Article publié dans l'édition rennaise d' Ouest France datée du 18 février 2010, en page 9 (rubrique « Rennes »).

NB : Cet article était originellement signé. Le nom de l'auteur a été effacé.

« *Vols avec arme : un suspect interpellé lundi* »



Article publié dans l'édition rennaise d' Ouest France datée du 18 février 2010, en page 10 (rubrique « Rennes »).

NB : Cet article était originellement signé. Le nom de l'auteur a été effacé.

« Polyphonies de mars à la maison de la poésie »

Polyphonies de Mars à la Maison de la poésie

Pour la troisième année consécutive, la Maison de la poésie participe à sa façon au Printemps des poètes. Du 9 au 20 mars.

Croisant le rendez-vous national du Printemps des poètes (8-21 mars) et le rendez-vous rennais de la Rue des livres (13-14 mars), la Maison de la poésie organise ses troisièmes Polyphonies de Mars. Ce sera du 9 au 20 mars. En y mettant un peu plus d'ambition encore. « Nous invitons une quinzaine de poètes, indique Jacques Josse, avec quasiment une lecture par jour, du 9 au 20 mars. »

En circulant de la Maison internationale au centre culturel le Triangle en passant par le site Guy-Ropartz à Maurepas (Rue des livres) et le Papier timbré. Avec une troupe peu banale, les Chuchoteurs, qui sont huit et chuchoteront des textes, dont ceux des poètes invités. Le 13 mars à Maurepas, le 20 sur la place de la Mairie. Et des expositions, dont une qui est en fait une rétrospective réalisée sur la poétesse Emily Dickinson (1830-1856), par le photographe rennais Freddy Rapin.

Jacques Jouert invité d'honneur

Parmi les poètes invités, il faut citer Jacques Roubaud, le plus connu, et Jacques Jouert, invité d'honneur. Tous deux sont membres du mouvement Oulipo (Ouvroir de Littérature



Jacques Josse et Gwénola Morizur devant la bibliothèque la Maison de la poésie.

Potentielle), qui fête son cinquantième. Jacques Jouert, connu aussi pour participer à l'émission Des Papous dans la tête, sur France-Culture, rencontrera les classes primées du concours « poètes en herbes », qui avait été lancé sur la Bretagne.

Citons encore deux poètes libanais (Tamirace Fakhoury et Issa

Makhlouf), une poétesse venue d'Argentine pour une résidence (Maria Medrano), les participantes à la soirée « Couleur femme », thème du Printemps des poètes 2010 (Guénane Cade, Nathalie Riou, Gwénaëlle Rébillard et Mérédith Le Dez), Florence Pazzottu, Laurine Rousselet, James Sacré et Antoine Emaz.

« Nous retrouvons nos partenaires », déclare Gwénola Morizur en ajoutant l'université Rennes 2, la soirée libanaise ayant lieu dans le cadre de « Déklamons », et la Péniche Spectacle, où sera proposée une soirée « Femme Plume », avec Hugues Charbonneau et Annabelle François.

Le programme

Mardi 9 mars, 19 h, inauguration et lectures croisées (MIR) ; mercredi 10 mars, 20 h 30, « Femme Plume » (Péniche Spectacle) ; jeudi 11 mars, 19 h, lecture rencontre Jacques Roubaud (Triangle) ; vendredi 12 mars, 19 h 30, poésie libanaise (MIR) ; samedi 13 mars, Rue des livres (Maurepas) ; mercredi 17 mars, 19 h 30, exposition Emily Dickinson (MIR) ; jeudi 18 mars, 19 h 30, « Couleur femme » (MIR) ; vendredi 19 mars, 19 h 30, lectures croisées Florence Pazzottu et Laurine Rousselet (MIR) ; samedi 20 mars, 12 h, lectures dédiées (Papier timbré), 14 h-18 h, Chuchoteurs (place de la Mairie), 19 h 30, lectures croisées, James Sacré et Antoine Emaz. Rens. 02 99 51 33 32.

Article publié dans l'édition rennais d' Ouest France datée du 18 février 2010, en page 15 (rubrique « Sortir »).

NB : Cet article était originellement signé. Le nom de l'auteur a été effacé.

« A la chasse au trésor, un GPS pour boussole ».

A la chasse au trésor, un GPS pour boussole

Le geocaching ? Une sorte de chasse au trésor avec un GPS. Que ce soit chez soi ou dans la nature, il y a aussi des passionnés ici.

Pour Sarsamac ou Bobbybob, la recherche commence sur Internet. C'est là que, sous couvert de leurs pseudos, ils trouvent les énigmes. Ensuite, équipés d'un système de navigation par satellite, ils partent en groupe, ou tout seul, dans les forêts, autour de Rennes, en Bretagne, voire aux États-Unis à l'occasion de vacances...

Ils se laissent guider par les coordonnées de leur petit appareil. La petite flèche noire leur indique la direction à l'écran. Le parcours à énigmes a été conçu et mis en ligne par ceux qui ont caché le trésor.

Sur le terrain, les « geocacheurs » doivent résoudre chaque devinette pour avancer. Suivre des petits chemins, randonner en forêt, compter le nombre des sculptures à la façade d'un immeuble... Et au final, découvrir des trésors cachés dans des petites boîtes.

Elles peuvent être partout : dans le sol, sur un arbre, derrière un mur. Dans le « logbook », ils peuvent laisser un message indiquant leur passage, ou des pièces de monnaies, des figures... Seule la nourriture est interdite, afin de ne pas attirer les animaux.

Apprendre quelque chose

À Rennes et à Cesson-Sévigné, cinq jeunes adeptes de ce rallye du XXI^e siècle partent régulièrement à la chasse de trésors. Comme beaucoup de « geocacheurs », ils préfèrent rester anonymes. Ensemble, ils ont déjà trouvé plus de cent trésors.

Ils préfèrent les chercher dans la nature. « C'est aussi une excellente possibilité de connaître l'entourage de Rennes. » Ils sont d'ailleurs passionnés par les recherches qui permettent d'apprendre l'histoire d'un immeuble, la végétation dans les forêts...

Sur les forums Internet, ils échangent leurs expériences et leurs caches. Mais sans mentionner les détails. « Les caches sont très différentes. Parfois extrêmement intéressantes et difficiles à trouver. D'autres fois trop faciles. »

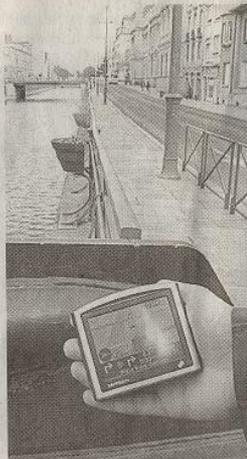
Le jeu est originaire des États-Unis. En 2000, l'Américain Dave Ulmer a caché une première boîte dans une forêt. Il voulait montrer comment on pouvait la retrouver facilement grâce à la technique.

Pister Victor-Hugo

Dix ans plus tard, il existe un réseau mondial et plus de 700 000 trésors sont cachés. En Bretagne, les chercheurs peuvent se consacrer au trésor de Saint-Aubin ou pister Victor-Hugo à Chateaubriand. Il y en a plusieurs centaines. Tous sont indiqués sur Internet. Tout le monde peut participer. Il suffit d'un système de navigation, d'Internet... Et d'un esprit curieux et aventurier.

Même si les « geocacheurs » préfèrent rester discrets, il existe aujourd'hui des rencontres et des associations le proposent aux enfants. Mais pour la plupart, l'esprit du jeu reste d'être tout seul, le petit appareil dans la main... Et les solutions dans la tête.

www.geocaching.bretagne.free.fr
www.geocaching.com



Pour le geocaching, il suffit d'un système de navigation, d'Internet... Et d'un esprit curieux et aventurier.

Article publié dans l'édition rennaise d' Ouest France datée du 23 février 2010, en page 11 (rubrique « Rennes »).

NB : Cet article était originellement signé. Le nom de l'auteur a été effacé.

« Les rois et reines des échecs sacrés à Bréquigny ».

Rennes

Les rois et reines des échecs sacrés à Bréquigny

Parents, enfants et arbitres sont venus nombreux, hier, pour la remise des prix du tournoi jeunes échecs de Bretagne. Au total 52 d'entre eux iront aux championnats de France au mois d'avril.

Des coupes pour les gagnants, des diplômes pour les perdants. Tout le monde a été satisfait. Hier a eu lieu la remise des prix du tournoi régional d'échecs, au lycée Bréquigny. En présence de nombreux parents venus pour applaudir leurs jeunes champions, les trophées ont été décernés à 52 enfants.

La compétition, organisée depuis mardi au lycée Bréquigny a connu un vif succès. Pas moins de 131 enfants ont livré une lutte parfois acharmée autour des jeux d'échecs.

Le temps du tournoi, le lycée est également devenu un internat pour les Bretons venus de contrées lointaines. 70 enfants y ont séjourné, parfois même avec leurs parents. « **131 participants, 700 repas servis, un budget de 8 000 €, on peut dire qu'on a fait un beau tournoi** », s'est réjoui Pascal Aubry, responsable de la Ligue de Bretagne des échecs, devant la centaine de personnes présentes.

Cour des grands

Cela faisait presque un an que les organisateurs préparaient cette semaine d'échecs. C'est la première fois que le tournoi avait lieu dans un lycée public. L'expérience a été concluante et risque même d'être reproduite dans le futur.

Les organisateurs en ont profité pour féliciter tous les acteurs de ce tournoi. Les arbitres « **qui ont fait du très bon boulot** », selon Pascal Aubry, mais également le personnel du lycée qui a accueilli avec le sourire tous les participants du tournoi. Et les joueurs eux-mêmes, qui, des très jeunes poussins aux adolescents minimes, ont fait preuve d'un sens du jeu et d'un fair-play exemplaires. Sans parler des parents qui ont su se montrer discrets quand il le fallait.

Par ailleurs, l'un des points positifs de cet événement c'est l'endroit où il a eu lieu, en Ile-et-Vilaine. « **Ça faisait bien longtemps que la compétition n'avait pas eu lieu ici** », s'est félicité Christian Bleuzen, le président de la Ligue de Bretagne, ravi de revoir la compétition en terre rennaise.

Maintenant place aux choses sérieuses. Maryam, Guillaume, Cécile et leurs dizaines de petits camarades iront à Troyes (Aube), du 11 au 18 avril prochains. La cour des grands attend ces jeunes joueurs d'échecs. Il s'agira de se confronter aux meilleurs jeunes joueurs de la France entière. Même pas peur.



Les lauréats du tournoi d'échecs de Bretagne iront aux championnats de France, du 11 au 18 avril.

Article publié dans l'édition rennaise d' Ouest France datée des 20 et 21 février 2010, en page 12 (rubrique « Rennes »).

NB : Cet article était originellement signé. Le nom de l'auteur a été effacé.

Quatre versions d'une même image

