

FICHE DOCUMENTAIRE

## Quelle « spécificité culturelle » pour l'information ?

---

Depuis bien des années, la préservation des spécificités culturelles des œuvres de l'esprit est devenue une préoccupation collective majeure. Elle se fonde en effet sur de sérieuses raisons.

*La doctrine de " l'exception culturelle " repose sur le principe que les biens et les services culturels, du fait de leur relation à la culture sont d'une nature particulière qui va au-delà des seuls aspects commerciaux. Ils véhiculent des contenus, des valeurs et des modes de vie qui sont partie prenante de l'identité culturelle d'un pays et reflètent la diversité créatrice des individus. (UNESCO, 2000)*

S'il est vrai que le contenu et la forme des fictions, notamment cinématographiques, exercent sur la société une influence suffisamment importante pour justifier cette préoccupation, on peut penser que le contenu et la forme des médias d'information, dont l'influence sociale est réputée à la fois plus forte et plus directe, pourrait être abordée sous le même angle et avec la même attention (*a fortiori* si l'on se situe dans le contexte de la « société de l'information »). Mais cet angle conduit à s'interroger sur l'existence même d'une spécificité culturelle en la matière. Bien que ce point suscite peu de discours, il s'avère que la quasi-totalité des formes rédactionnelles et des concepts ayant aujourd'hui cours en France – dans la pratique mais aussi dans l'enseignement des écoles professionnelles – sont déjà des objets d'importation, essentiellement Nord-américains. Cette situation est l'aboutissement d'une longue tradition, dont quelques exemples peuvent être mentionnés.

- L'évolution de la presse est d'abord marquée, à la fin du XIXe siècle, par le remplacement progressif du journalisme de plume (d'érudition ou d'engagement) par le journalisme de terrain anglo-saxon, caractérisé par deux formes nouvelles : le **reportage** et l'**interview** (présentée comme une succession de questions et de réponses).
- Vers la même époque émergent aux USA deux formats aujourd'hui omniprésents : le **summary lead** (introduire un article par la réponse aux questions factuelles « qui a fait quoi, quand, où, comment et pourquoi ? ») et la structuration des articles dite **en pyramide inversée**.
- Au milieu du XXe siècle apparaissent les normes « modernes » de **lisibilité** (phrases courtes, mots courts) élaborées notamment par R. Flesch et R. Gunning pour les éditeurs et agences de presse américains.
- En 1964, l'*Express* et le *Nouvel observateur*, pour lesquels on a conservé la désignation originelle de **news-magazines**, s'inspirent des modèles qui avaient fait le succès de *Times* et *Newsweek*. Pour sa part, *Paris-Match*, désigné comme un *picture magazine*, ne cachait pas l'influence de *Life*.
- Dans les années 1970-80 se répand dans les écoles et les rédactions la notion d'« **information service** ». Il s'agit simplement de la francisation du concept « *news you can use* » issu de travaux menés pour l'Association américaine des quotidiens (NAA). La sensibilité au journalisme d'investigation, incarné par les figures mythifiées de B. Woodward et C. Bernstein, s'était développée un peu avant, tandis que le **nouveau journalisme** (*new journalism*) popularisé par Tom Wolfe, séduisait en France des magazines comme *Actuel*.

- La création de la fonction de **médiateur** (en 1995 pour *Le Monde*) fait écho à un mouvement équivalent qui s'est développé aux Etats-Unis à partir des années 70 (dès 1967 au *Courier-Journal* de Louisville).
- Enfin le principe de l'**information continue**, initié par CNN était importé à son tour par la radio (France info) puis la télévision (LCI), tandis que le **civic journalism** commence à être évoqué dans quelques cercles professionnels.

D'autres « apports », discutables ou non selon les cas, pourraient également être relevés, mais au risque d'allonger encore cette liste. On pourrait aussi évoquer les prochaines vagues, déjà formées outre-atlantique<sup>1</sup>. On se contentera de noter quelques points saillants qui prolongent les constats précédents.

a) Ces aspects ne sont pas simplement techniques : les modèles journalistiques que l'on intègre influent directement sur les questions que l'on pose, sur les aspects que l'on traite ou non (distractifs, informatifs, explicatifs...) et sur la façon dont les lecteurs les retiendront et les comprendront.

b) Certaines de ces innovations (mais pas toutes) peuvent effectivement être regardées comme des évolutions professionnelles intéressantes ou utiles. Toutefois, leur importation s'est souvent faite sans adaptation et de façon décontextualisée, les coupant du courant réflexif qui leur avait donné naissance et qui continue à les nuancer et les faire évoluer. La technique du *summary lead*, par exemple est fréquemment prescrite en France d'une façon beaucoup plus dogmatique que dans son pays d'origine, où l'on s'est, depuis, avisé du risque qu'elle comportait de conduire à un désengagement des destinataires<sup>2</sup> et où l'on a développé d'autres formes, plus pertinentes dans certains cas. Il en va de même pour l'*information-service*, en partie remise en cause Outre-Atlantique, ou encore des normes de *lisibilité*, dont la plupart des utilisateurs et enseignants ignorent les fondements cognitifs et, surtout, les limites. L'adoption passive de ces modèles exogènes s'apparente donc souvent à celle d'un technicien tentant de reproduire ce qu'il a cru vu voir faire par un ingénieur, sans vraiment comprendre les raisons de ce dernier ni suivre ses évolutions.

c) Le poids de ces influences, qui se sont exercées dans la durée, n'est que très peu ressenti dans sa globalité par les journalistes et éditeurs. Beaucoup sont assez surpris lorsqu'on leur fait remarquer que la quasi-totalité de leur bagage professionnel est née outre-atlantique. Il n'est pas moins frappant de noter que ce phénomène, alors qu'il touche l'un des constituants majeurs de la culture d'un peuple et de sa vie en société, n'est guère relevé par les responsables politiques ou les figures intellectuelles qui se mobilisent volontiers, et à juste titre, pour d'autres aspects de l'avenir de la vie culturelle et des loisirs. On peut en retirer le sentiment que la méthodologie de l'information n'est pas considérée comme une question cruciale dans la « société de l'information ».

d) Enfin, si tous ces éléments ont rencontré tant d'écho, c'est qu'ils semblaient ouvrir des perspectives (ou apporter des réponses) concrètes et pragmatiques, mais aussi que la production francophone de modèles praxéologiques était défailante. Ainsi, une analyse portant sur un corpus de 50 manuels de rédaction et de journalisme anglophones et francophones n'a permis de relever aucune contribution française formalisée à l'évolution du journalisme, qu'elle soit technique ou conceptuelle. Dans le même temps, l'influence des écoles françaises à l'étranger se trouve sévèrement concurrencée, y compris dans les pays francophones du Sud où la création d'instituts et la formation des enseignants recourre de plus en plus souvent à l'assistance d'établissements anglo-saxons (dont certains ont même traduit leurs manuels en français).

On peut mettre en relation la vulnérabilité de la France en matière de réflexion journalistique avec le fait que notre pays ne dispose pas d'une tradition de recherche professionnelle dans ce domaine ni de structure assurant dans la durée l'entretien d'une véritable dynamique réflexive. Ainsi, si l'on voulait préserver la spécificité culturelle française, il faudrait d'abord la trouver, c'est-à-dire favoriser les conditions de son émergence collective et de son explicitation. ●

<sup>1</sup> Certaines très positives, comme le *precision journalism* ou le *computer assisted reporting*, semblent appelées à peu de succès en raison de l'exigence méthodologique qu'elles impliquent. En revanche, d'autres, beaucoup moins favorables, telles que le *dumbing down* (sursimplification) paraissent plus menaçantes

<sup>2</sup> Dans la mesure où elle peut conduire à répondre à des questions factuelles (qui a fait quoi, etc.) sans se demander si le lecteur se les pose (en d'autres termes, sans veiller à *problématiser* les informations politiques, économiques, culturelles, scientifiques, etc.)