

---

Florence LE CAM, Denis RUELLAN, *Émotions de journalistes. Sel et sens du métier*

Fontaine, Presses universitaires de Grenoble, coll. Communication, médias et sociétés, 2017, 240 pages

Bruno Salgues

---



**Édition électronique**

URL : <http://journals.openedition.org/questionsdecommunication/20436>

DOI : [10.4000/questionsdecommunication.20436](https://doi.org/10.4000/questionsdecommunication.20436)

ISSN : 2259-8901

**Éditeur**

Presses universitaires de Lorraine

**Édition imprimée**

Date de publication : 1 octobre 2019

Pagination : 433-435

ISBN : 9782814305540

ISSN : 1633-5961

**Référence électronique**

Bruno Salgues, « Florence LE CAM, Denis RUELLAN, *Émotions de journalistes. Sel et sens du métier* », *Questions de communication* [En ligne], 35 | 2019, mis en ligne le 01 octobre 2019, consulté le 09 avril 2021. URL : <http://journals.openedition.org/questionsdecommunication/20436> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/questionsdecommunication.20436>

---

Questions de communication is licensed under CC BY-NC-ND 4.0 The Creative Commons license icons: CC (Creative Commons), BY (Attribution), NC (Non-Commercial), and ND (No Derivatives).

pratique « réellement signifiante », très répandue sur les dispositifs socionumériques, liée à « l'usage de l'arobase suivie d'un nom de compte d'un utilisateur de Twitter (@xxx) » (pp. 107-108).

En définitive, l'ensemble des contributions est soigneusement articulé, bien que chacune puisse se lire de manière séparée. Chacune est également accompagnée de références bibliographiques pertinentes permettant d'approfondir les notions traitées. Par ailleurs, et même si l'ensemble est rédigé dans un style accessible pour les non-spécialistes du domaine de l'analyse du discours numérique et des SIC, on regrettera l'absence de résumés en français et anglais qui auraient pu contribuer à faciliter l'accès aux contributions. De plus, même si l'ouvrage comporte un succinct « Glossaire des notions clés » (pp. 139-140) et une « Présentation des auteurs » (pp. 141-142), on regrettera également l'absence d'un index des notions abordées, qui aurait pourtant été indispensable pour que l'ouvrage puisse être considéré comme un véritable outil de travail. Enfin, et malgré ces petites lacunes, nous pouvons dire que le volume apporte un éclairage fort intéressant sur les nombreuses possibilités qu'offre l'analyse des hyperliens dans la compréhension des mécanismes inhérents au fonctionnement du discours numérique. Il constitue une précieuse contribution au domaine de l'analyse du discours numérique où des chercheurs de différentes disciplines essaient de construire une méthodologie capable de transcender les mutations d'un domaine en continuelle évolution.

**Abdelkader Sayad**

Université de Mostaganem, Algérie, DZ-27000/  
MoDyCo, université Paris Ouest Nanterre La Défense,  
F-92000  
sayadaek[et]yahoo.fr

## Médias, technologies, information

**Florence Le CAM, Denis RUELLAN, *Émotions de journalistes. Sel et sens du métier***

Fontaine, Presses universitaires de Grenoble, coll. Communication, médias et sociétés, 2017, 240 pages

Florence Le Cam et Denis Ruellan se sont réunis pour traiter des émotions des journalistes. Leur ouvrage se fonde sur une étude des autobiographies des journalistes et sur une enquête de terrain auprès de cette population. Dans l'avant-propos (pp. 5-12), les deux auteurs déclarent s'intéresser à « L'être journaliste » et aux « identités journalistiques » (p. 5). Ils font référence à leurs travaux

précédents qui considèrent que le journalisme est une construction historique et collective fondée sur des permanences et des changements, ou que le journalisme est l'enjeu et le résultat de conflits de concurrence. Si le journaliste est une activité de description de la réalité en train de se faire, il n'est pas seul dans ce cas, mais il est devenu une pratique industrielle, fondée sur une exclusion (les autres n'ont pas la carte de journaliste). Dans le livre, les auteurs veulent concevoir le journalisme comme un espace de travail, fruit d'interactions historiques. Le journaliste est souvent élevé au rang d'icône par des publics qui en ont une vision idéalisée.

L'introduction (pp. 13-44) est consacrée à l'engagement, et l'émotion est traitée d'emblée par un exemple, celui de Louis Delapré (1902-1936), journaliste pendant la guerre d'Espagne. Première conclusion de l'ouvrage : être journaliste de guerre est un tremplin professionnel (p. 17). À ceci s'ajoutent quelques constats : les journaux ont exploité la disparition tragique de leurs journalistes (p. 23) et les journalistes ont utilisé la guerre pour développer d'autres activités dont la rédaction de livres (pp. 23-29). Les auteurs soulignent l'importance du développement de l'autonomie personnelle des journalistes favorisée par la création des agences de presse et de photographie (p. 29). Florence Le Cam et Denis Ruellan en tirent une deuxième conclusion : « Le journaliste ne peut pas être extérieur à l'événement qu'il traite, mais plus encore : ce qu'il est, ce qui l'a construit, ce qu'il ressent au moment même du travail, est partie intégrante de la façon dont il traite l'événement, dont il le couvre » (p. 34). Les auteurs posent la question : « L'émotion peut-elle être un moyen, une raison et un choix du métier de journaliste ? » (p. 35). Ils justifient celle-ci par le fait que « les émotions font l'objet d'une attention particulière depuis les philosophes classiques qui s'interrogeaient déjà sur la nature de ces états que l'on considérait alors incontrôlés par l'individu » (p. 36). Cette longue introduction s'intéresse alors à ce que peut être la raison de l'engagement du journaliste, puis aux méthodologies de repérage des émotions. Les auteurs émettent l'hypothèse selon laquelle l'émotion occupe une fonction qu'il convient d'analyser (pp. 13-44).

Le premier chapitre est consacré à ce que le journaliste produit sur lui-même. Il s'agit d'analyser un corpus de textes principalement autobiographique. Si les journalistes écrivent des livres, ce serait dû à la précarité grandissante de la profession. Les livres sont pour eux une source de revenus. Florence Le Cam et Denis Ruellan prennent du recul par rapport à ces autobiographies en signalant que ces textes peuvent contenir des pièges. Ils constatent que les journalistes de guerre sont prolixes en autobiographies. Ils

rappellent que les règles de ce genre littéraire imposent que l'identité de l'auteur, du narrateur et du personnage soit respectée. Le premier résultat obtenu est le suivant : « Une des caractéristiques communes est de ne porter que, ou très majoritairement sur, la vie professionnelle. Ce trait se traduit par une rareté des informations concernant la famille, l'enfance, l'adolescence, la formation, les premiers emplois » (p. 51). Deuxième résultat : les formes sont différentes selon qu'il s'agit de reporters ou de présentateurs (p. 52). Troisième résultat : les formes canoniques de la biographie ne sont pas respectées, notamment dans la linéarité du récit et celle du traitement des phases (p. 56). Les raisons de l'écrit autobiographique sont multiples : définir l'essence professionnelle (p. 65), montrer que l'on est avec, avec d'autres ou dans la société (p. 71), se définir comme un être engagé (p. 73) et ceci malgré les contraintes (absence de vie familiale, événements traumatisants vécus), contraintes dont les journalistes souffrent (p. 77). Tout ceci se déroule dans l'appréhension que tout s'arrête ; c'est pour cette raison que les journalistes soulignent leur attachement et le désir dans la crainte que tout s'arrête (p. 78). Si la crainte de l'éviction hiérarchique est peu évoquée, les journalistes affichent une forte crainte de l'obscurité ainsi que celle de la destruction psychologique (pp. 80-82). La conclusion de ce chapitre montre le rôle de construction de l'identité du journaliste par soi-même et vis-à-vis des autres (pp. 45-83).

Ensuite, le deuxième chapitre (« Les émotions dans la recomposition de soi », pp. 85-112) est sûrement le moins abouti. Il ne mentionne aucune relation avec le *storytelling* que peuvent utiliser les auteurs. L'émotion serait verbalisée par l'auteur comme analyseur de sa trajectoire, à la fois mouvement perpétuel, dépendance et comblement d'un vide (pp. 85-112). Le chapitre suivant (pp. 113-166) essaie de découvrir les traits émotionnels des journalistes à travers des enquêtes qualitatives de longue durée auprès de 22 journalistes. Bien qu'il aurait pu être intéressant pour des études futures, le questionnaire n'apparaît pas dans l'ouvrage. Enfin, nous ne disposons d'aucune idée sur la manière dont ils ont été réalisés ou comment les journalistes ont été choisis. Cette partie manque également de rigueur quant à l'exposition des résultats même s'ils demeurent très intéressants. Le premier point abordé concerne l'intensité qui est représentée par une sensation « d'hypervie » (p. 111), des vibrations présentées par les journalistes comme de l'adrénaline (p. 121), l'inconscience d'être présent dans certains lieux (p. 129), autrement dit, ressentir des choses que d'autres ne ressentent pas (pp. 120-129). Le second thème est celui de l'incorporation, d'abord dans un

corps parlant (p. 130) mais aussi dans la recherche d'un risque par goût (p. 134). Tout ceci, comme si le journalisme était un instrument révélateur plus qu'un travail (pp. 130-139). L'ouvrage aborde ensuite la variation. Le journaliste fuit la routine (p. 136). Il aime le changement permanent pour varier les ressentis, les trajectoires (pp. 139-146). La mise en parenthèse est un autre résultat de la recherche. Le journaliste met en parenthèse sa vie personnelle, dans un univers de vie différent qui constitue une autre parenthèse. Puis, les auteurs s'intéressent au problème problème de la trace, l'une des rares parties décevantes, car elle ne fait aucune référence aux outils, méthodes et études récentes – pourtant nombreuses – sur le sujet. Les trois résultats peuvent apparaître banals. C'est d'abord l'envahissement par le travail : les journalistes superposent « vie privée et vie professionnelle ». C'est ensuite une notion qui apparaît, celle de tenir : « tenir sur le terrain, tenir par la suite, tenir sa langue, tenir la distance » (p. 159). Enfin, les journalistes sont confondus avec leur chaîne ou leur journal (pp. 155-163). La section suivante contraste avec la précédente par sa qualité. Elle est consacrée à la création d'un concept : l'émotricité. Les journalistes ont des multitudes de ressentis et « les émotions sont compliquées à exprimer, car elles rendent public l'attachement » (p. 163). « Le vécu émotionnel est recherché, et semble un motif de l'élection du journalisme comme métier » (p. 164). Selon les auteurs l'émotricité signifie que « l'émotion pousse à agir » (p. 164) : « L'émotricité met ainsi à l'œuvre des compétences émotionnelles spécifiques non seulement dans la gestion, le contrôle, mais aussi la capacité à utiliser ses compétences émotionnelles pour faire, pour agir » (p. 165). C'est aussi ce qui ancre le journaliste dans son activité (pp. 163-165).

Le quatrième chapitre (pp. 167-212) s'intéresse à la valeur des émotions chez le journaliste. L'une d'elles est d'être un spectateur privilégié des petits et grands événements. Les émotions agissent comme des outils de transformation : « [Elles] sont de l'ordre de l'apprentissage et de l'expérience » (p. 170). Les émotions conduisent à des actions : « un jeu superficiel, où l'on feint des émotions qui ne sont pas ressenties, et le jeu en profondeur où l'on ressent l'émotion exprimée » (p. 170). Refrénér ses émotions est l'origine des souffrances. La valuation est alors le jugement de valeur que l'on porte sur l'action. Cette valuation se construit et « l'individu fait inconsciemment ou sciemment appel à sa culture, à des croyances, à des hiérarchies de valeurs, des principes et des règles » (p. 174). Ce chapitre se poursuit avec une construction autour du « pour » et du « de » : « Le pour est un

ensemble de croyances socialement partagées qui ont formé la personne et l'ont alimentée. Le de est une réalité qui s'impose, non seulement par nécessité économique, mais par nécessité sociale » (p. 177). Dans la rhétorique du « pour » chez les journalistes français, il existe une confusion entre libertés d'expression et d'information : « Le journaliste est un individu qui n'est pas missionné, qui n'est pas enrôlé, qui n'est pas dédié au-delà des actes techniques qu'il accomplit » (p. 180). Demeurent des sentiments d'impuissance directe sur ce qu'il voit ; tous les reporters y sont sensibles. Le « de » consiste à « organiser son activité afin d'en tirer des bénéfiques matériels, relationnels, psychologiques et symboliques » (p. 187). Le journaliste a alors la sensation de maîtriser son travail et d'avoir une autorité et une possibilité de contrôle sur son activité. Cette partie revient sur l'introduction avec le « par ». Les deux auteurs réfèrent à la notion de plaisir qui prendrait chez les journalistes quatre dimensions : changer, rencontrer, vivre et écrire. « Le changement, c'est la possibilité qu'offre le journalisme de ne pas répéter les situations de travail » (p. 196). « La rencontre, c'est finalement vivre la vie des autres, non seulement s'y immiscer et la découvrir pour ce qu'elle a de différent, mais aussi [...] partager une communauté de pratiques et d'attachements » (p. 199). « Vivre le monde, c'est aussi vivre des événements dont la portée historique sera marquante » (p. 201). « L'écriture, enfin, est peut-être la manière de certains d'opérer ce glissement, de passer de l'observation à la valuation » (p. 202). Le « dans » est alors l'élément fondateur de la valuation (pp. 167-211). La conclusion (pp. 213-219) est centrée sur le sel et le sens du journalisme. Sel du métier et sens du journalisme sont les deux facteurs clés. Elle différencie le sel immédiat de la pratique qui semble fonder son sens, du sens des acteurs du journalisme qui est créateur des émotions.

Le livre est intéressant par la méthodologie de l'étude dont il est issu : une analyse de la production des journalistes, puis une enquête auprès d'eux. Un petit regret néanmoins : la population de journalistes des deux phases n'est pas identique. Les résultats sont utiles pour connaître le « fonctionnement » d'une catégorie de journaliste que sont les reporters. En définitive, la portée de ce livre dépasse le champ de la discipline scientifique des auteurs et le cercle des chercheurs ; il peut s'avérer être une saine lecture pour de futurs journalistes.

**Bruno Salgues**

CIS, École des Mines Telecom, F-42000  
bruno.salgues[at]imt.fr

**Sidonie NAULIN, *Des mots à la bouche. Le journalisme gastronomique en France***

Tours/Rennes, Presses universitaires François Rabelais/Presses universitaires de Rennes, coll. Table des Hommes, 2017, 320 pages

Si depuis une bonne dizaine d'années, on assiste à une situation des plus paradoxales (essor croissant des enseignes de restauration rapide synonymes de piètre qualité culinaire et gustative et, en même temps, regain d'intérêt de la population française pour le fait maison, la cuisine, le choix des produits et de circuits courts à haute valeur ajoutée locale), il est aisé de constater que dans notre société française, la gastronomie a depuis longtemps déserté le terrain des cuisines de restaurants pour investir celui, plus exposé et beaucoup plus propice à des logiques de scénarisation, de dramatisation et d'esthétisation : celui des plateaux de télévision. Incontestablement, la cuisine à la télévision fait recette depuis plusieurs années et les raisons en sont multiples : retour en grâce de la cuisine en tant qu'art manuel provoquant émotion et conjuguant technicité et sens esthétique, médiatisation de plus en plus forte de (plus ou moins) jeunes chefs cuisiniers (de Raymond Oliver à Cyril Lignac en passant par Joël Robuchon), évolution notable du goût des consommateurs désireux de manger bon et sain, retour du goût pour la cuisine ménagère et les bonnes recettes de famille, sens anthropologique du partage, de la commensalité en même temps que de la convivialité, etc.

Dans un ouvrage paru en 2017 et coédité par les Presses universitaires de Tours et les Presses universitaires de Rennes (*Des mots à la bouche. Le journalisme gastronomique en France*), Sidonie Naulin – maîtresse de conférences en sociologie à Sciences Po Grenoble s'attache à analyser les ressorts cachés de l'omniprésence de la cuisine et de la gastronomie dans les médias, et tout particulièrement à la télévision. Elle souligne fort à propos que les émissions de télévision, livres, numéros spéciaux de magazines, revues ou sites internet ont fini par devenir incontournables dans l'esprit des consommateurs et/ou des téléspectateurs, jusqu'à orienter ou préfigurer des attitudes de consommation alimentaire mais aussi médiatique.

En montrant aux consommateurs les « bonnes » manières de cuisiner, les « bons » produits à acheter, les « bons » restaurants à fréquenter, les médias gastronomiques se présentent comme un dispositif d'orientation à la fois marchande et culturelle sans que l'on connaisse forcément les ingrédients et les étapes de leur fabrication. L'ouvrage de Sidonie Naulin,