

# ***Off the record***

## **Nouvelles approches**

Jean-Baptiste Legavre

Institut français de presse-CARISM

Université Panthéon-Assas

Il faut remettre le *off the record* sur le métier des sciences sociales ; et pas seulement parce qu'il est des moments où revenir sur ses premiers écrits est possible, souhaitable ou nécessaire. Ainsi d'une recherche entamée à la fin des années quatre-vingt pour un colloque, publié un peu plus tard et repris autrement dans une thèse, sur cet instrument de coordination des journalistes et de leurs sources [Legavre, 1990 ; 1992 ; 1993]. Le premier mérite de cette ancienne contribution était de combler un vide. Rares étaient alors ceux qui retenaient des « petits » faits de la pratique journalistique pour analyser ce que sont et font les gens de presse. Surtout, les travaux hexagonaux sur les relations entre journalistes et sources étaient quasi inexistant<sup>1</sup>. Il n'y a pourtant aucune raison d'évoquer cet ancien travail sur le mode de la nostalgie et de la promenade narcissique. Plus intéressant est d'indiquer qu'au moment où l'écriture de cet article s'achevait une journaliste politique - une de mes

---

<sup>1</sup> Pour une exception, voir Rieffel, 1984.

informatrices régulières des mœurs journalistiques - avait réduit l'entreprise... en cendres. Ses critiques étaient vives, en particulier la sous-estimation dans cette ancienne contribution des rapports de force qui régulent les relations des journalistes politiques et de leurs sources. Je mettais en effet plutôt l'accent sur la *confiance* tissée entre les uns et les autres qui permet échanges, anticipations, compromis. Sur le coup, il était tentant - et plus aisé - de voir dans cette critique acerbe le reflet d'une idéologie journalistique mobilisée, ici comme ailleurs, pour se grandir. Peu de concessions furent faites. A tort. Il est souhaitable d'y revenir à nouveau frais, d'infléchir l'approche, de repenser les *tensions*, souvent très vives, entre les journalistes et leurs informateurs.

Une autre raison justifie un tel retour plus de vingt ans après : les usages du *off* s'inscrivent en effet dans un « nouveau » processus qui le dépasse largement et structure la fabrication de « l'actualité ». Il oblige à revisiter l'instrument qui en subit les effets. Les journalistes ne font en effet plus tout à fait le même usage du *off* ou, plutôt, l'inscrivent dans des pratiques de recherche de l'information aujourd'hui (plus nettement) publicisées.

Le mode opératoire retenu pour cette présente contribution est pourtant différent de l'époque et d'autant plus que plusieurs journalistes ont depuis 1992 proposé des réflexions sur le *off* - par exemple, et dans des styles différents, Marine [1995] ; Lauras [1999] ; Carton [2003] ; Ridet [2008] ; Domenach, Szafran [2011]. Mais, le matériel empirique est ici subsidiaire, contrairement à l'époque où quantité de citations issues d'entretiens réalisés aussi bien auprès de journalistes que de conseillers avaient été mobilisées. Ce n'est pas tant qu'une nouvelle enquête, de

nouveaux entretiens ou une observation *in situ* ne permettraient pas d'approcher de plus près les pratiques en la matière. Mais, en définitive, si le matériel empirique n'est ici pas central, c'est que l'article de 1992 pêchait d'abord par sa conceptualisation, même si les lecteurs ne semblent pas s'y être arrêtés. L'usage alors central de Mauss [1950] et de son analyse séminale du don (donner, recevoir, rendre) pour comprendre les échanges entre journalistes et sources avait peut-être d'ailleurs pu faire « écran » à la « bonne » explication.

Avant d'aller plus loin, il est sans doute nécessaire de redessiner rapidement les contours du *off the record* – ce « micro fermé » ou « micro éteint », en reformulant cependant un peu plus ou un peu mieux ce qui était déjà présent en 1992. Qu'est ce qu'en effet le *off* sinon d'abord (première caractéristique) un instrument de coordination et d'anticipation qui permet plus ou moins à une source d'imposer une certaine confidentialité à un journaliste ? Le *off* s'oppose au *on*. Il peut être explicite – « c'est *off* » – ou ne pas l'être – c'est alors au journaliste, en fonction de la source, des précédents, du type d'échange, d'en décider et de porter la responsabilité des effets induits. C'est, ensuite (deuxième caractéristique), un instrument qui renvoie à au moins trois situations. Elles peuvent ou non se recouper :

a) La première vise à préparer un journaliste en lui donnant en amont une information. Elle est « mise sous embargo », par exemple un rapport ministériel donné à lire avant la date officielle de sortie ou le discours d'un ministre tenu juste après le bouclage du journal. Plus largement, « c'est *off* » peut en ce sens là vouloir dire : « Je te le dis, fais attention,

tiens toi prêt ». La stratégie sous-jacente consiste à penser qu'un journaliste fera toujours un meilleur « papier » s'il ne l'écrit pas au dernier moment, s'il peut anticiper, se documenter ; bref, qu'une source a plutôt intérêt à susciter un « papier » informé, et que le journaliste lui en sera d'une manière ou d'une autre redevable ;

b) la seconde situation consiste à offrir une information à condition que la source ne soit pas identifiée nominalement (« X précise que... ») ou localisée trop précisément (« à Matignon, un conseiller indique que... »). « Ce que je vais te dire, ce n'est pas moi qui te l'ai dit » indique par là en amont le producteur du *off* ;

c) la troisième situation renvoie à une tentative de reprise de contrôle de l'interaction au cours de laquelle - un déjeuner, une longue conversation... -, une source se relâche sans forcément l'avoir anticipé. Elle souhaite reprendre la maîtrise de la situation - « ce que j'ai dit est *off* », dira-t-elle, d'une manière ou d'une autre.

Mais le *off* est, encore, un instrument dont l'une des caractéristiques (la troisième) est son *élasticité* pour ne pas dire sa plasticité. Sa plus ou moins forte effectivité dépend de plusieurs paramètres dont les effets se mesurent, à chaque fois, plus ou moins au cas d'espèce : a) le *nombre* de journalistes présents (sauf configuration spécifique, il est compliqué d'envisager qu'un *off* verbalisé devant plus de deux personnes est différent d'une simple appel à la prudence ou une façon pour la source d'espérer « se couvrir » en cas de souci ultérieur) ; b) le *lieu* de l'échange (la pièce où les journalistes et l'invité prennent le « pot » après une émission à la télévision ou à la radio ; la voiture dans laquelle le

professionnel de la politique revient d'un déplacement en province et invite le journaliste le temps du trajet, etc.) ; c) le *moment* de l'échange (en général, un *off* ne l'est plus à T+2, de telle sorte qu'il permet d'alimenter chroniques et livres à venir) ; d) surtout, les types de *personnes* rencontrées (lorsque François Mitterrand recevait en tête à tête, tout était *off* et aucun rédacteur n'aurait pensé imaginer « brûler » le *off*) ; e) les *objets* présents, aussi (un journaliste qui prendrait des notes ou enregistrerait l'échange tendanciellement *off* aurait des chances d'indiquer à sa source qu'il change de séquence).

## **Les évolutions d'un instrument de coordination à succès**

En apparence, au moins, l'instrument *off the record* ne paraît guère avoir changé. Et pour cause, ses modalités d'application n'ont, par définition, jamais été fixées « dans le marbre ». Les bricolages linguistiques que les acteurs construisent pour en faire comprendre les usages à des tiers en témoignent. *Demi off*, *hard-off*, *soft-off*, *off-off*, *super off*, sont autant de termes pour préciser le flou. Sa souplesse est d'autant plus grande que le *off* n'a pas forcément besoin d'être verbalisé pour être considéré tel par les acteurs : la source peut y avoir intérêt pour laisser le rédacteur porter la responsabilité de l'usage de l'information ; le rédacteur peut, de son côté, y avoir intérêt pour obtenir une information importante en cours d'échange et, ensuite, exciper qu'aucun *off* n'avait été verbalisé en cas de conflit ultérieur...

Un changement de poids est cependant observable. Il pèse sur les usages du *off*. Il indique un rétrécissement de l'entre soi, de l'entre soi collectif en particulier, qui pouvait être celui des journalistes et des professionnels de la politique et de leurs entourages. Les journalistes doivent désormais compter avec un processus plus net de *publicisation* de leur métier et, corrélativement, de rétraction de l'informel. La publicisation recouvre en fait deux processus : un processus de surveillance croissante et un processus de réflexivité croissante.

### *Le « procès » de surveillance croissante*

Des lieux étaient hier « protégés », comme immunisés, typifiés par les initiés comme neutres, des lieux publics mais dans lesquels les journalistes pouvaient assez aisément se relâcher avec leurs sources. Sans guère de risque. Des lieux où il était possible de produire du « lien » tout en continuant à « fureter ». Chacun restait pourtant au fond de lui-même ce qu'il est - un (des) journaliste(s), une (des) source(s). Chacun pouvait adopter, selon les circonstances, une logique du « comme si », c'est-à-dire que chacun faisait « comme s'il » quittait son rôle sans le quitter tout à fait. Un jeu de rôle en fait. Chacun testait les possibles, la source pour espérer mieux enrôler le journaliste ; le journaliste pour espérer bénéficier d'informations complémentaires. Il était pensable de rire, d'échanger superficiellement et, ce faisant, d'espérer pouvoir comprendre à ce moment ou un peu plus tard, un peu mieux le contexte, la stratégie, les possibles, les caractères, sans que les uns et les autres

s'imaginent trop contraints par des regards de tiers non initiés. Ce n'est plus le cas ou, plutôt, ce n'est plus autant le cas. L'entre soi est désormais limité. Aussi bien pour les journalistes que pour les professionnels de la politique et leurs auxiliaires. La présence réelle ou potentielle de tiers, impose plus nettement qu'auparavant un autocontrôle continu des journalistes impliqués. Ces lieux étaient du même type, des lieux définis par un « entre deux », sorte de *no man's lands*. Aujourd'hui, tout ce qui s'y dit et s'y voit est susceptible d'être publicisable pour autant que des tiers non « tenus » y sont présents aussi, de manière visible ou invisible, immédiate ou médiate. La recherche d'information s'effectue tendanciellement sous surveillance.

Tous les exemples qui suivent - qui pourraient être beaucoup plus nombreux - partent de ce constat, banal pour les acteurs concernés : lorsqu'ils sont dans des interactions non proprement publiques et sans tiers profanes, journalistes, professionnels et auxiliaires de la lutte politique n'échangent pas seulement et pas toujours que des informations portant sur l'objet du reportage, de l'enquête ou de l'article à venir. Pour mieux le dire, dès lors que les acteurs se connaissent un tant soit peu, ils peuvent faire commerce d'informations *a priori* futiles entremêlées à des informations jugées importantes - ils vont plaisanter, parler des enfants, du dernier film à l'affiche ou livre lu, etc., en même temps (ou avant ou après) qu'ils ont des conversations proprement politiques. Là n'est pas la nouveauté. Ce qui change est que ce qui se dit et se voit est susceptible de « sortir ».

Mais ce serait une erreur d'envisager ce processus comme entièrement nouveau et redevable des seules nouvelles technologies. Le Premier ministre et candidat Lionel Jospin en pleine campagne présidentielle de 2002 en fournit un bon aperçu. Dans le fond d'un avion, le 10 mars 2007, et alors qu'il revient d'un déplacement lointain à La Réunion, il commente les dernières prises de position de son principal adversaire, Jacques Chirac. Il se moque en particulier de « l'âge du capitaine » et de sa propension à utiliser un prompteur. Sans se méfier. Il est entouré de journalistes qu'il connaît bien, qui le suivent depuis des semaines de campagne et, pour beaucoup, au moins depuis qu'il est Premier ministre. Les avions de retour de déplacements sont alors considérés comme des lieux « neutres » jusqu'à ce que des journalistes rompent une pratique solidifiée. Ils vont en effet préciser que Lionel Jospin a entre autres qualifié le Président de « fatigué, vieilli, passif, victime de l'usure ». Sollicité de commenter sa « bourde », le Premier ministre livrera très vite à France Info sa version des faits, tout en laissant entendre et que le *off* n'avait pas été verbalisé et que l'avion aurait dû bien être considéré comme un lieu neutre : « Il s'agissait là d'une conversation informelle avec les journalistes en plein ciel. Pour moi, c'était entre nous. Je me suis exprimé dans un contexte dont je ne pensais pas qu'il passerait à l'extérieur. » Le candidat se crut obligé un peu plus tard de réitérer au 20 heures qu'il avait bien fait une telle déclaration, ajoutant... qu'il ne se reconnaissait pas dans ce qu'il avait pu dire.

Deuxième exemple, pendant la campagne présidentielle de 2007, le 1er mars, des journalistes, et en particulier la chef du service politique

d'Europe 1, Hélène Fontenaud, entonnent « Le Chant des partisans » devant son inventeur et devant Nicolas Sarkozy tout sourire transformé en chef de chant. Le candidat venait chercher en province l'approbation du vieux résistant et compagnon gaulliste. La séquence passera le 1<sup>er</sup> mars sur France 3, ensuite sur l'Internet et suscitera un flux de violentes critiques d'internautes.

Troisième exemple, en 2008. Peu avant la prise d'antenne le 12 décembre, la présentatrice Roselyne Febvre, journaliste à France 24, félicite la ministre Rachida Dati pour ses boucles d'oreilles. Les deux femmes échangent alors sur un ton badin comme deux amies le feraient sur leurs parures. La présentatrice rappelle aussi qu'ils s'étaient « bien marrés » lors de la campagne présidentielle avec « David, Franck et Lolo » (soit les prénoms de proches conseillers du futur Président). Elle réalise ensuite en direct un entretien ordinaire avec la ministre. Elle ignore que l'interaction sera diffusée sur internet par le site d'information *Bakchich* trois mois plus tard, le 26 mars. Et donnera l'occasion sur le net à de très nombreuses prises de positions acerbes d'internautes vilipendant journalistes et professionnels de la politique.

Quatrième et dernier exemple, pendant la campagne présidentielle en janvier 2012 mais cette fois-ci avec François Hollande. Celui-ci a convié à déjeuner des journalistes politiques. Contrairement à ses confrères qui n'en font pas état, le journaliste du *Parisien*, chef du service politique, Matthieu Croissandeau explique dans son article du lendemain - le 4 janvier - que le candidat socialiste a traité le Président de... « sale mec ». La révélation n'est pas présentée comme un « scoop », pas plus qu'il n'est

précisé que l'échange était *off*. Il est juste indiqué que le candidat a déjeuné avec quelques journalistes. L'article n'est pas centré sur cette citation qui n'est aucunement présentée comme explosive politiquement. Las... La journaliste de l'AFP présente au déjeuner précise quelques heures plus tard dans une dépêche le contexte dans lequel le qualificatif rapporté par *Le Parisien* « et contesté par des médias » a été délivré. François Hollande se serait livré à un jeu de rôle, imitant le Président, et s'auto-imputant la formule : « Je suis un sale mec ». Et la journaliste, chef du service politique de l'AFP, de donner des citations plus longues et plus complètes que ne l'avait fait *Le Parisien*. Le candidat imitateur aurait voulu annoncer (sur le mode drolatique ?) le positionnement à venir du Président : « Je suis le Président de l'échec, je suis un sale mec, mais dans cette période difficile, je suis le seul capable, j'ai le courage... ». « Il va se présenter comme le capitaine courage recherchant l'impopularité », précise l'AFP. Dans le même mouvement, Thomas Legrand, éditorialiste à France Inter confirme la version de l'AFP dans le journal de 13 heures de la radio, comme Sylvie Pierre-Brossolette, chef du service politique du *Point*, elle aussi présente au déjeuner, dans le journal d'i>TELE.

Ces différentes illustrations ont l'avantage d'indiquer que les ruptures publicisées de routines établies sont autant le produit de concurrences entre médias et journalistes que le reflet d'une difficulté de saisir les contours d'une règle aussi souple qu'incertaine. En cas de publicisation, les journalistes concernés ont des chances de se retrouver, d'une manière ou d'une autre, dans la posture d'accusés ; la dénonciation, plus ou moins explicite, plus ou moins publique, venant de profanes, de la source ou de

confrères. Chaque situation les place dans une position aisément traductible en terme de « connivence » à l'opposée de la distance supposée guider leur quotidien. Comment justifier la transgression d'une règle établie ? Mais aussi, tout autant : comment justifier qu'il faudrait être au plus près de sa source pour produire une « bonne » analyse ?

Le transgresseur n'a que l'apparence de la « bonne » conscience professionnelle. Il peut certes arguer de l'intérêt décisif de l'information pour son public. Mais il risque aussi d'être en difficulté vis-à-vis de sa source ou de ses confrères (qui ont pu ne pas révéler le *off*). Il les place *de facto* dans une position inconfortable. Il peut même se voir donner une « leçon » de déontologie par d'autres journalistes. Ainsi de l'épisode Hollande. Le journaliste du *Parisien* est rappelé à l'ordre de la « bonne » *quote* ou citation ; il est même contraint quelques heures après son premier article d'en publier un second sur le site du *Parisien*. Sans faire d'autocritique et sans faire un écho détaillé à la polémique qui monte dans les médias et d'autant que les soutiens de Nicolas Sarkozy mettent en cause le peu de respect qu'aurait eu le candidat socialiste pour le Président de la République, il va cependant reprendre à son compte la version... des autres journalistes tout en tentant de sauver sa « face ». Entamant son article par « C'est un expression qui fait beaucoup réagir ! », il conclut : « Le candidat socialiste n'a donc pas officiellement traité le chef de l'Etat de "sale mec". Mais le choix du qualificatif pour appuyer son raisonnement en dit long sur l'estime qu'il porte à son adversaire. Raison pour laquelle nous avons décidé, ce matin, de le publier. »

Mais les rédacteurs sont en position encore plus délicate quand l'image les donne à voir dans des relations que les profanes peuvent dénoncer comme contraires aux usages attendus. La difficulté consiste à produire une défense qui « pèse », quand les mythes journalistiques véhiculés entretiennent l'idée que le « bon » journalisme est d'abord fait de distance et de neutralité. Souvent, le premier volet de la défense consiste à dénoncer la naïveté, l'incohérence, voire la manipulation des dénonciateurs. Le contenu divulgué (les « coulisses ») serait sans intérêt. Il n'y aurait là que pratiques connues, établies, partagées. C'est la défense qu'adopte par exemple Roselyne Febvre<sup>2</sup>. Les accusés peuvent aussi distinguer la scène captée et le travail final – si personne n'avait « vendu la mèche », aurait-il été considéré comme de mauvaise qualité ? La même journaliste peut ainsi juger l'interview « irréprochable », soulignant qu'aucun média ne critique l'entretien en tant que tel<sup>3</sup>. Enfin, et ici surtout, les « prévenus » annoncent un changement à venir de pratiques, prenant acte des risques de publicisation. Roselyne Febvre invente ainsi une nouvelle catégorie de *off* censée la protéger : l'existence d'un improbable « *off* antenne », ajoutant : « C'est de la vie privée. » Et de lancer aux accusateurs : « Désormais, je la bouclerai. »<sup>4</sup> La réponse d'Hélène Fontenaud, alors à Europe 1, est plus sophistiquée. Dans un premier temps, elle est contrainte de réagir à l'offensive de ceux qui lui demandent justification. Mais elle va inaugurer sur son blog de campagne – ouvert pour la présidentielle – un échange avec des accusateurs fort

---

<sup>2</sup> *Vingt minutes*, 28 mars 2008.

<sup>3</sup> *Ibid.*

<sup>4</sup> *Ibid.*

nombreux. Après avoir expliqué, ironisé, et rejeté ce qu'elle perçoit comme une manipulation, elle conclut par un : « Désormais, je m'y reprendrai à deux fois. »

### *Un « procès » de réflexivité croissante*

Le processus de surveillance publique croissante se double d'un processus de réflexivité publique croissante. La réflexivité des journalistes n'est pas plus nouvelle que celle de l'ensemble des agents sociaux, la réflexivité étant consubstantielle à l'activité humaine. Mais, comme l'a souligné Antony Giddens, la modernité en a changé les caractéristiques, « la pensée et l'action se réfractent constamment l'une sur l'autre » [1994 : 44]. « La réflexivité de la vie sociale moderne - note le sociologue anglais -, c'est l'examen et la révision constantes des pratiques sociales, à la lumière des informations nouvelles concernant ces pratiques mêmes, ce qui altère ainsi constitutivement leur caractère » [1994 : 45]. De ce point de vue, la pratique des journalistes n'est pas isolée de celle des autres humains. Simplement, la réflexivité journalistique est désormais publicisée dans une proportion jusqu'ici inégalée, à la hauteur d'ailleurs de la publication croissante d'ouvrages écrits par les journalistes. Certes, la professionnalisation du journalisme s'est toujours accompagnée de réflexions publiées qui en ont rythmé les évolutions - par exemple, Jouvenel [1920] ou Billy et Piot [1924]. Les dernières décennies indiquent cependant une évolution : les gens de presse n'hésitent plus à rédiger *en première personne* et plus seulement

à rendre compte de leur propre univers comme ils le feraient d'autres lieux ordinaires à leurs analyses. Ainsi, parmi quelques autres, les ouvrages de Philippe Simonnot [1977] ou de Jean-François Lacan [1994], se retrouvant l'un licencié du *Monde*, l'autre sans emploi après avoir quitté le quotidien ; celui de Laurence Lacour revenant sur la couverture de l'affaire Grégory avec son *Bûcher des innocents* [1993] ; celui de Daniel Schneidermann proposant, à l'aune de ses propres pratiques, une exégèse critique de l'analyse de l'activité journalistique par Pierre Bourdieu [1999] ou ceux d'Edwy Plenel [par exemple, 1994], etc.

Mais plusieurs indicateurs distinguent une inflexion, en fait une accélération de la publicisation Cinq suffiront ici à s'en convaincre. Premier indicateur : des rubriques, plus ou moins régulières, sont désormais repérables dans la presse. Elles se proposent de décrypter les logiques, par exemple, de « La fabrique de l'information », comme l'a fait plusieurs années durant la décennie 2000 *Le Monde* chaque samedi. Ou comme, au cours de la campagne 2007, l'ont proposé aussi bien *Le Monde* que *Libération* à travers des articles en rupture avec les habitudes : « Ma vie avec Sarko », « Ma vie avec Ségo » pour *Le Monde*<sup>5</sup>, etc. Les rubricards concernés proposaient une réflexion, autant qu'une justification de leurs pratiques. Dans une sorte de miroir en abîme, *Libération* avait fait suivre, lors de la même campagne, le rubricard concerné par un grand reporter de la rédaction décrivant les mœurs de la « caravane » pour l'un (Nicolas Sarkozy), du « tour » pour l'autre (Ségolène Royal)<sup>6</sup>. De son côté, l'Agence France-Presse a ouvert un blog

---

<sup>5</sup> *Le Monde*, 21 et 21 février 2007.

<sup>6</sup> *Libération*, 6 avril et, surtout, 2 mai 2007.

ou « plateforme » - « *Making-of* » - visant à dévoiler « les coulisses de l'information » en revenant avec les agenciers sur leur quotidien et façons de couvrir les événements, etc.

Deuxième indicateur : des journalistes indiquent de plus en plus dans leurs articles les tentatives d'emprise des sources, en tout cas les stratégies de séduction ou les dispositifs prévus pour tenter d'enrôler les rédacteurs. Pour n'en donner que deux illustrations, une enquête précédente non publiée [Legavre, 2007] avait pu indiquer que 10 % des articles parus au *Monde* et à *Libération* durant une séquence de la campagne présidentielle de 2007 évoquent, d'une manière ou d'une autre, la communication et ses dispositifs déployés par les candidats. Ils le font de manière explicite (le terme de « communication » va alors être retenu par le rédacteur) ou implicite (le terme de « communication » n'est pas retenu mais par exemple vont être nommés des acteurs ou des objets s'y rattachant, une attachée de presse est signalée comme accompagnant tel candidat ; une conférence de presse est nommée pour indiquer le cadre de l'interaction dans laquelle le candidat a fait une annonce, la salle dans laquelle aura lieu le meeting est photographiée, vidée, pour en saisir les caractéristiques, etc.). Plus largement, des rubriques ne cessent de mettre en scène le travail journalistique. Ainsi les portraits, notamment à *Libération*, ne se contentent pas de portraiturer ou plutôt, pour ce faire, explicitent les logiques de production du genre, en particulier l'interaction au principe de la rencontre - le rédacteur va par exemple mettre en scène le lieu ou moment retenu pour la rencontre, les objets qui tissent l'interaction (une tasse de café, un enregistreur), les

auxiliaires de mise en scène et en forme (l'attachée de presse qui signifie la fin de l'entretien, ou qui appelle ensuite pour tenter d'infléchir l'article, etc.), les réactions du portraituré aux questions posées, etc. Le journaliste ne se présente plus alors comme extérieur à une « réalité » qu'il mettrait seulement en scène. Il se donne plutôt à voir comme coproducteur de la réalité en train de se faire [Legavre, 2000-2001, 2002, 2004].

Troisième indicateur : des dispositifs institutionnels comme celui du médiateur de presse, s'ils ne sont pas encore communs à tous les médias, permettent de publiciser une réflexion sur les règles de la pratique journalistique. Ainsi au *Monde*, les billets hebdomadaires offrent aux lecteurs comme aux autres journalistes une réflexion sur les façons de faire, déviations et autres pré-requis, en fait une analyse des règles du journalisme et les limites de la « bonne » information [Legavre, 2007b].

Quatrième indicateur : des ouvrages de journalistes sont l'occasion de réflexions, directes ou indirectes, sur le *off* ou, plus largement, sur l'informel qui rend possible, autant qu'il piège le journaliste. Ainsi comme le livre de Daniel Carton *Bien entendu c'est off* [2003] ou celui de Philippe Ridet *Le Président et moi* [2008] ou encore celui de Nicolas Domenach et de Maurice Szafran *Off. Ce que Nicolas Sarkozy n'aurait jamais dû nous dire* [2011]. L'ouvrage de Philippe Ridet suffira ici à s'en persuader. Le titre indique « l'angle » choisi : ce rubricard en charge au *Monde* de « suivre » Nicolas Sarkozy revient sur ses dix années passées qui l'ont vu couvrir le futur Président. Son ouvrage se veut aussi une justification de sa pratique, même s'il veut croire le contraire - « il n'y a

rien à justifier, c'est ainsi, un point c'est tout ». C'est qu'il a été, comme il le souligne lui-même, soupçonné d'être « trop proche de [son] sujet, trop connivent. » Quelle est alors cette « bonne distance [qu'il a] cherché[e] » à établir ? Quelle est cette « position médiane » ? Pour Philippe Ridet, le journalisme est en fait cette « science du camouflage » qui obligerait d'aller au plus près : aussi bien à accepter de [se voir] tutoyer [par] sa source, que de se baigner dans une piscine avec le candidat en campagne ou encore de monter dans une pirogue à l'autre bout du monde ou de ne pas descendre d'une charrette dans laquelle le candidat à cheval l'a placé avec quelques confrères en se gaussant. Finalement, le rubricard montre combien il vit avec son sujet, en rêve la nuit même, doit être en capacité à accepter ses humeurs, son fiel comme ses compliments publics qui mettent dans la gêne, échange avec lui sur sa propre vie de père divorcé ou sur sa nouvelle compagne, celui encore qui se sent pris de cafard quand le candidat vit une dépression ou accepte de chanter un vieux succès de Joe Dassin avec lui et quelques autres, etc. Le rédacteur est en fait celui qui reste toujours en alerte, et va là où sa source le demande - « Il y a toujours quelque chose à "gratter" ». Et c'est ce qui lui permettrait de disposer d'informations *off*. Précisément parce qu'il serait alors en situation « d'addiction » - métaphore retenue par Philippe Ridet. Le « bon » rubricard serait ainsi celui qui chaque jour se poserait la même question : « Et moi ? En ai-je fait assez ? », même s'il « en soupe », dit-il. Ces informations sont perçues comme exclusives - le candidat l'appelle le dimanche matin quand il est dans sa cuisine, l'invite avant un grand discours pour lui offrir en amont les thématiques à venir, lui offre ses

états d'âme alors qu'il n'est pas encore rentré d'une croisière sur un yacht après la victoire. Le « bon » journaliste n'est pas ici celui qui est d'abord dans la (et dans la seule) distance - en elle-même, celle-ci ne semble rien permettre - mais celui qui réussit à obtenir, grâce à sa capacité à être en empathie avec « ses » acteurs, des informations que les autres n'ont pas ou dont seuls quelques-uns disposent : les quelques « privilégiés » qui le suivent depuis des mois ou des années. Ici, la seule distance paraît être regardée comme inutile et, surtout, contreproductive. Elle n'aurait, en elle-même, aucune valeur journalistique sans la capacité du rédacteur à jouer de relations plus ou moins officielles. Le « bon » rubricard est celui qui joue de stratagèmes - les siens sans doute mais aussi ceux des sources dont il sait en même temps qu'elles souhaitent l'instrumentaliser. Sa défense consiste finalement à « assumer »<sup>7</sup>, à ne pas être dupe, à déconstruire les stratégies de communication, à comparer les promesses et les actes.

Cinquième et dernier indicateur ici retenu de cette réflexivité croissante : des journalistes sont sollicités par des chercheurs en sciences sociales pour apporter, non pas des propos d'« indigènes » étayant leurs propres démonstrations scientifiques mais pour livrer des contributions auto-analysant leurs propres pratiques. Ainsi des articles comme ceux de Dominique Marine [1995] ou de Didier Lauras [1999] explicitant les logiques du *off* ou encore, dans un autre genre, des entretiens avec des journalistes réalisés pour la revue *Mots* par Erik Neveu [1993].

---

<sup>7</sup> Ridet, 2008, successivement : 27, 16, 16, 16, 192, 222, 222, 222.

Autant dire que « les secrets de fabrication » de l'information n'en sont plus tout à fait. Ou, pour être plus exact, que l'instrument de coordination est décortiqué comme jamais il ne l'avait été auparavant. Selon des modalités variables sans doute. Mais le processus ne peut, d'une manière ou d'une autre, qu'enserrer les pratiques en formalisant la « bonne » façon de faire le métier de journaliste. Dit autrement, ces réflexions ne se contentent pas de rappeler que la « bonne » relation avec une source serait la *seule* distance, comme des manuels continuent de le rappeler ou, plus exactement ne disent pas de quelle manière il doit « en permanence reprendre l'initiative » [Agnès, 2008 : 68]. La « bonne » pratique est présentée dans ces contributions, peu ou prou, comme travaillée par la nécessité d'être en même temps proche et (puis) distant, ou, plutôt, de l'être selon les moments et les nécessités. Proche parce que sans cette proximité tendancielle, un journaliste ne pourrait disposer d'informations sinon exclusives, du moins sensibles – un communiqué de presse ou une conférence de presse ne permettent pas de comprendre les contextes, les concurrences internes à l'organisation, au groupe ou à l'entourage, les hésitations, les stratégies indicibles publiquement, etc. Distant, aussi, parce que la seule proximité ferait revêtir au journaliste les habits de la source dont il n'est pas supposé être le porte-parole. Dans leur ouvrage, Nicolas Domenach et Maurice Szafran retiennent en ce sens de très nombreuses métaphores, comme s'il n'était d'ailleurs possible d'expliquer dans un langage ordinaire ce qui s'y joue : « cambrioleur », « gentleman cambrioleur », « *full contact* », « agent double », « double jeu », « camouflage », « saute-mouton par dessus les frontières perso-pro »

[2011 : 15, 16, 185, 222]. Il faudrait même prendre le risque de « s'exposer à la fascination, à l'attachement ». « Entrer au contact, en harmonie (...), à l'empathie (...) [mais] après l'opération charme vient l'impératif de distanciation critique. L'écriture journalistique (...) ne saurait être simplement reproduction », rappellent-ils. Et de préciser : « Nous savons parfaitement que l'hygiène du détachement s'impose » [2011 : 15 et 16].

Mais ce n'est pas tout, si le *off the record* mérite d'être revisité, ce n'est pas seulement en raison même de ce double « procès » de publicisation qui en change une partie au moins de ses modalités. C'est aussi qu'il faut en dire un peu plus sur ce que recouvre ce mot « magique » qu'actionne ordinairement les acteurs pour faire comprendre à des tiers ce qui se joue dans leurs relations : la confiance.

## **Repenser l'interaction**

Pour les acteurs concernés, seule cette « confiance » permettrait de saisir la relation au principe du *off*. Journalistes et sources s'appuieraient sur des précédents, ayant fonctionné comme autant de tests, pour se projeter dans l'avenir. Chacun pourrait ainsi anticiper les réactions de l'autre. Présentée comme telle, cette théorisation indigène souffre cependant d'au moins un défaut : sa faible conceptualisation. Le terme de *confiance* est bien puisé dans le langage ordinaire que les acteurs retiennent pour présenter à un tiers profane la logique de l'échange. Le reprendre comme tel n'est finalement pas expliciter beaucoup plus que ce que les acteurs

disent de leurs pratiques, que la relation soit ou non replacée ensuite dans le cadre des échanges coutumiers décrits par les anthropologues et théorisée par Marcel Mauss [Legavre, 1992].

La remarque n'appelle pas à exiger, glorifier, encore moins à ânonner, l'antienne de la-rupture-avec-le-sens-commun ou autres prénotions, en ce qu'elle serait LA pierre angulaire de toute entreprise scientifique. Il ne s'agit certes pas de s'opposer à coups de serpe au legs durkheimien. Mais les agents sociaux rencontrés ici sont plus que des informateurs ou de simples producteurs de discours qu'il faudrait, ensuite, dévaloriser pour revêtir les habits du sociologue roi. Le dire suppose de rappeler qu'il n'y pas lieu d'adopter une conception réductrice de la coupure épistémologique. Comme le précise dans une formule Antony Giddens, « le sociologue professionnel [...] ne devance guère les praticiens profanes éclairés » [1994 : 49]. Les « indigènes » offrent souvent à l'analyste plus que l'ébauche de grilles interprétatives. Simplement, le sociologue met de l'ordre dans les explications qui peuvent sembler de prime abord disparates. Il construit des passerelles, met des liens là où l'enquêté ne le ferait pas toujours. Surtout, il invente, reprend, ajuste des concepts que les profanes n'imagineraient pas. En d'autres termes, il n'est pas rare que les sociologues *conceptualisent* les propos ou analyses des acteurs. En mettant des mots différents sur la pratique, ils ne font pas qu'enregistrer ce que font les profanes. Ils ne font pas qu'éclairer un peu mieux. Ils offrent un nouvel éclairage aux pratiques et, du coup, une meilleure intelligence des échanges.

C'est bien pourquoi le vocable de « confiance », comme tout terme issu de la pratique, appelle un minimum de conceptualisation. Elle peut permettre ici de limiter une certaine incompréhension. Incompréhension de journalistes - devant les postures académiques - qui peuvent avoir l'impression que les tensions au principe des relations sources-rédacteurs sont au mieux masquées, au pire passées sous silence tant le terme de « confiance » laisse entendre l'existence d'un monde irénique entre des acteurs n'étant pas supposés pourtant avoir les mêmes intérêts. Incompréhension, aussi, cette fois-ci du monde académique qui peut voir dans la « confiance » entre sources et rédacteurs une autre façon de nommer ce qu'il faudrait dénoncer, soit la « connivence » ; une connivence qui entacherait ce que devrait être le « vrai » journaliste. C'est en effet peu dire que les regards portés par les chercheurs sur les pratiques journalistiques sont (trop) souvent faites au mieux d'incompréhension, au pire de dénonciations. Il est vrai aussi que les gens de presse se trouvent là pris au piège de leurs propres mythes de l'indépendance et de la distance qu'ils voient revenir tels des boomerangs...

Pour résoudre cette difficulté, il faut repenser la dite confiance, non qu'elle n'existe pas, non qu'il y ait lieu de remettre en cause en soi ce qu'en disent les acteurs. Mais en rester là serait omettre que les acteurs disent aussi autre chose en le disant, prisonniers eux-mêmes des mots qu'ils mobilisent. En somme, le mot masque ce qu'il croit désigner. Le vocable de confiance peut avoir, en lui-même, une vertu dormitive.

Trois perspectives, issues de différentes traditions théoriques, peuvent permettre de construire une approche singulière des relations entre journalistes et sources structurées par le *off*. L'approche intégrative proposée vise à mieux mettre en mots scientifiques la pratique verbalisée par les acteurs. Pour y voir plus clair, un type de sources spécifiques, les « communicants » et autres attachés ou chargés de presse, sera retenu. L'univers est ici d'abord celui des journalistes politiques et des conseillers presse des professionnels de la politique.

### *Confiance et risque*

Pour la première perspective, il paraît souhaitable de lier un peu plus qu'il n'est fait ordinairement deux mots de prime abord différents : la confiance et le risque. Il n'y a pourtant pas de confiance sans risque. La conséquence est justement que les acteurs ne stabilisent jamais tout à fait leurs attentes réciproques. Ils ne savent jamais tout à fait et à tout coup s'ils vont se faire « instrumentaliser », s'ils peuvent mettre « du jeu dans le jeu ». Par exemple « brûler » un *off*, « déoffer », considérer que le *off* verbalisé par telle source était un *demi-off*, rien d'autre finalement qu'un signal de prudence à adopter, voire une ruse pour pouvoir divulguer une information et la démentir ensuite en cas de besoin...

Il n'y a pas de confiance sans risque : cette remarque est empruntée au lexique de Thomas Luhmann [2001, 2006]. Le sociologue allemand oppose l'*assurance* et la *confiance* ou ce que certains traducteurs ont nommé la « confiance assurée » et la « confiance décidée ». Les vocables

permettent de distinguer les situations dans laquelle nous vivons sans anxiété démesurée - nos routines sont des évidences : nous acceptons sans guère y penser de prendre le métro le matin pour aller au travail sans imaginer un accident de rame, nous ne pensons pas risquer nous casser une jambe à chaque fois que nous descendons un escalier, nous quittons notre domicile chaque matin sans penser que nous serons agressés, etc. Cette confiance là est nommée « l'assurance » ou « la confiance assurée ». En revanche, il est des situations, qui n'ont rien à voir avec le calcul rationnel, souligne Luhmann - le risque induit peut déboucher sur des dommages supérieures aux avantages escomptés. Ce sont des situations pour lesquelles nous pouvons penser explicitement des alternatives. Nous ne sommes plus passifs vis-à-vis de notre environnement immédiat. Nous nous engageons dans un processus qui peut être marqué par la perte, la déception, la non réalisation de nos projections. Cette confiance-là est nommée « la confiance » ou « la confiance décidée ».

C'est bien de cela qu'il s'agit ici : un journaliste prend ou non un risque s'il livre à ses lecteurs une information *off*, ou s'il source, par exemple, une information qu'un informateur lui a demandé d'anonymiser. Des représailles peuvent être envisagées : ne plus donner l'agenda en amont, ne plus inviter systématiquement, ne plus offrir le discours écrit alors que la conférence de presse se tient juste après le bouclage, ne plus fournir d'explications des contextes et des stratégies, etc. Symétriquement, un conseiller presse peut prendre un risque en offrant à un journaliste l'analyse d'une situation, l'explicitation d'un rapport de force ou l'accès

direct à son « patron » et d'autant plus que pour maintenir la relation – une source est rarement la seule, un journaliste est supposée croiser ses sources, être sur ses gardes, etc. – un chargé de presse n'a pas forcément d'autres ressources que dire un peu plus qu'il n'est censé dire. Ne pas le faire signifierait perdre le lien avec le journaliste qui pourrait le négliger, tenter de ne plus « passer » par lui, etc. Les acteurs ont beau avoir « confiance » les uns dans les autres, ils savent aussi qu'ils n'ont pas les mêmes intérêts, dans tous les sens du terme – l'*illusio* d'un journaliste n'est pas l'*illusio* d'un communicant, sauf à les imaginer courir pour les mêmes enjeux...

#### *Des « associés-rivaux »*

Une deuxième perspective, pour densifier la conceptualisation de la *confiance*, permet de rappeler que les acteurs concernés – des journalistes et des sources activant des informations *off* – sont des « associés-rivaux ». Ils ne sont pas d'abord ou seulement des associés dans une forme de « connivence » comme aimeraient le voir certains et comme le terme de confiance peut le laisser trop aisément entendre. La confiance *décidée* se déploie, pour le présent objet, dans une configuration marquée par la présence d'acteurs ne disposant pas de ressources trop asymétriques ; ce qui leur permet d'engager des rapports de force plus ou moins euphémisés, plus ou moins équilibrés selon les acteurs et les conjonctures. Il en ressort que le *off* est d'abord un instrument de coordination pour *certain*s journalistes et *certain*es sources. Pour le dire

(trop) simplement, un pigiste entrant occasionnellement en relation avec le chargé de presse d'un ministre a moins à « offrir » que le rubricard du *Figaro* couvrant le secteur du dit ministre. Les probabilités que ce pigiste bénéficie d'une information *off* sont faibles.

L'oxymore d'« associés-rivaux » n'est certes pas un concept très solidifié [Legavre, 2007a et 2011]. Ses usages scientifiques sont en général très marginaux, presque toujours sténographiques et oubliés d'un de ses fondateurs décisifs, François Bourricaud [1961]. Ce sociologue offre pourtant des clefs décisives pour penser des relations d'acteurs en lutte, pouvant appartenir à des univers professionnels distincts et, en même temps, tenus par la nécessité de construire des compromis. Partir de ce spécialiste de l'autorité permet certes de voir que toute relation de pouvoir est tendanciellement une relation de concurrence-coopérative ou de coopération-concurrentielle. Mais pas seulement. Y revenir cinquante ans après fait mieux comprendre qu'une relation d'« associés-rivaux » est une relation dans laquelle les acteurs n'ont guère de chance d'espérer construire une relation de domination à leur profit, en particulier parce qu'ils savent qu'ils devront se retrouver demain. « Ne pouvant espérer durablement se débarrasser de l'autre, ils n'ont d'autres choix que de négocier », résume dans une formule Bourricaud [1961 : 336]. L'horizon d'action des « associés-rivaux » est bien la négociation<sup>8</sup>.

Ici, le *off* est un signal verbalisé ou non qui permet dans la négociation de savoir jusqu'où il est tendanciellement possible d'aller pour maintenir demain une relation avec une source *productive*, c'est-à-dire une source

---

<sup>8</sup> On trouvera sur ces questions des développements plus étayés dans Legavre [2007, 2011].

qui n'offre pas seulement des informations « ordinaires » mais explique, contextualise, livre de « bonnes » formules, présente les rapports de force que le discours officiel tend au contraire à masquer. Ici, il peut-être coûteux de « déoffer » (ou de trop « déoffer ») sauf à risquer de perdre, au moins un temps, un précieux informateur. Mais « déoffer » n'est guère un souci avec un acteur typifié comme non central demain.

« Déoffer » un propos anonyme peut aussi poser problème quand un chef de service ou un rédacteur en chef l'exige - ce qui tend à se répandre aujourd'hui, même si le trait n'est pas systématique et que les résistances des rubricards sont fortes. Pour un rédacteur, il est de toute façon compliqué d'imputer des propos à un communicant, sauf si celui-ci dispose de ressources politiques complémentaires qui lui permettent d'être perçu comme étant un peu plus qu'un seul spécialiste de communication dans l'entourage du responsable qu'il sert. En général, citer un communicant impose d'assumer des coûts : être lu par ses pairs avec plus ou moins d'ironie. C'est finalement donner à voir une incapacité à trouver une source plus valorisante. C'est donner l'image de celui qui s'inscrit dans un processus explicite d'instrumentalisation, la communication étant typifiée par les gens de presse comme de la propagande. Ce n'est bien sûr pas dire que les autres sources ne tentent pas, elles aussi, d'instrumentaliser. Les journalistes le savent. Mais elles peuvent être typifiées autrement par chacun (« un conseiller », « un proche de », un « spécialiste ») quand un communicant est explicitement regardé par tous comme ayant pour mission d'offrir un discours ajusté

aux logiques médiatiques tout en empêchant les journalistes d'aller regarder « derrière les rideaux »...

*Un jeu interactionnel « impossible »*

Une troisième perspective théorique permet de rappeler que les relations entre sources et journalistes s'inscrivent dans un jeu interactionnel composé de positions évolutives - l'interaction a une dynamique propre, au demeurant difficile à restituer « loin de la bataille ». Mais ce jeu interactionnel est largement contraint par les rôles occupés. Et les rôles ne sont pas « des coquilles vides ». Ils portent des modèles d'achèvement qui font écho à des standards de pratiques. Lorsqu'un journaliste s'adresse à une source ou une source à un journaliste, chacun s'inscrit dans une partition qui le contraint. Il ne sort *a priori* pas de son rôle, y compris quand il paraît adopter une autre partition et activer des signes qui paraissent éloignés de la *distance* requise par les standards les plus officiels - tutoiement, bises, échanges sur la vie privée. C'est simplement une façon pour chacun de croire mieux maîtriser la situation et escompter mieux connaître ou enrôler, quitte à s'illusionner.

L'école de Palo Alto, et sa célèbre axiomatique de la communication, offre une clef d'entrée supplémentaire pour saisir cette dynamique interactionnelle. Il peut y avoir certes de la provocation, sinon de l'inconscience, à imaginer retenir le concept de rôle en même temps que le paradigme de la « complémentarité » et de la « symétrie » systématisé par Paul Watzlawick, lui qui a tant vilipendé le concept. Mais le risque

vaut d'être tenté. Pour y voir plus clair, il faut simplifier et réduire la relation journaliste-sources à une relation dyadique. Elle ne l'est qu'à un instant T, et encore puisque les concurrents (comme leur propre hiérarchie autant que leurs confrères les plus proches) sont dans les têtes d'*ego* et d'*alter* lorsqu'ils sont en interaction.

Watzlawick, reprenant les premières propositions de Bateson, rappelle que les partenaires de toute interaction sont soit dans une relation *symétrique*, soit dans une relation *complémentaire* [Watzlawick et *alii*, 1972 : 65 et s.]. Dans le premier cas, le sentiment d'égalité régit leurs comportements. Dans le second, la différence structure les échanges. Et l'un et l'autre sont alors soit dans une position dite « basse », soit dans une position dite « haute ». Dans la plupart des relations, les acteurs passent de l'une à l'autre - tantôt une relation symétrique, tantôt une relation complémentaire. Dans une relation symétrique, chacun minimise les différences. Inversement, dans une relation complémentaire, les différences sont maximisées. Comme l'expliquent les auteurs de Palo Alto, l'emballement du système est toujours possible. Il n'est d'ailleurs pas spécifique aux relations symétriques, même si elles y sont fréquentes, chacun étant poussé à vouloir être « un peu plus égal que l'autre ». La recherche de l'égalité pousse ainsi paradoxalement à l'escalade. Il est en effet, dans une relation de type symétrique, très difficile aux partenaires d'accepter de minimiser leurs différences, de confirmer positivement le moi de l'autre. Mais la maximisation de la différence - au principe de la complémentarité - suppose que l'un des partenaires n'imagine pas non plus une autre définition de son moi et ne demande pas explicitement à

l'autre d'en changer les termes, le mettant en contradiction avec ce qu'il imagine.

Tout donne à penser, à la lumière de ce schéma, que l'interaction journalistes-sources est de l'ordre de la relation impossible, en particulier pour certaines catégories de sources, comme les communicants. Chacun a finalement des chances de ne pas se contenter d'une relation complémentaire basse - le journaliste se veut « indépendant » ; le communicant souhaite guider le journaliste, garder l'initiative, défendre l'image de son « patron » - il est rétribué pour faire en sorte que ce dernier dispose d'une meilleure image, etc.

Mais, en même temps, personne ne peut se contenter d'une relation symétrique. Comment en effet imaginer se projeter dans une relation en miroir, propre à ce type d'interaction ? Un journaliste est supposé, en effet, être constamment sur ses gardes - « l'incrédulité » est sans doute le premier principe journalistique. Il n'est pas censé faire le jeu de X plutôt que celui d'Y et être acteur de « l'affaire » qu'il couvre, en tout cas il est supposé *a priori* ne servir ni l'organisation, ni l'acteur dont il rend compte. La source, quand elle est un communicant, doit produire un discours ajusté aux attentes journalistiques, tout en lissant les différences constitutives des logiques organisationnelles - un porte-parole produit de manière classique de l'unité là où il y a par définition de la diversité. Mais pour éviter l'effet « langue de bois » *a priori* répulsif pour un journaliste, un communicant a des chances de devoir s'ajuster et tenter d'offrir une « vraie » information susceptible d'intéresser et, surtout, d'éviter à terme d'être systématiquement contourné ou réduit à un rôle logistique. A tout

le moins, il doit faire en sorte d'intercéder pour que le journaliste puisse entrer en contact avec des acteurs de l'organisation qui peuvent décrypter la situation et lui offrir des analyses de la situation.

De son côté, un journaliste a peu de chances de supporter qu'une source le considère comme un obligé et, ce faisant, le place en position « basse ». Il se doit de se penser comme « autonome », il est supposé disposer de plusieurs sources et mettre à distance le monde de la communication typifié officiellement dans son propre monde professionnel comme rebutant (la propagande, le monde de l'argent et des pouvoirs...). Mais, inversement, une source aura rarement tendance à penser qu'elle ne doit pas être, d'une manière ou d'une autre, rétribuée par ce qu'elle offre au journaliste : par une citation dans l'article en cours, par un entretien à venir de son « patron », par une mise en valeur de son point de vue, par une future tribune, par la non valorisation de la parole ou position du concurrent, etc. N'a-t-elle pas, après tout, offert une information dont elle peut penser qu'elle est importante, qu'elle qu'en soit la réalité effective ? C'est bien dans ce jeu interactionnel que s'inscrit le *off the record*. C'est un instrument aux multiples facettes : d'un côté, il signifie à l'interlocuteur qu'il est digne de partager un secret ; il le valorise. L'instrument verbalise l'importance de chacun : celui qui détient le secret, celui qui se voit confier un secret ; les deux construisant une relation vis-à-vis de tiers absents. En apparence, il fait entrer le journaliste dans un autre monde que le sien - « le off te fait passer de l'autre côté du miroir », confie un journaliste à son confrère de l'AFP, Didier Lauras, proposant une réflexion sur le secret professionnel du

journaliste [1999 : 235]. Simmel le dit avec d'autres mots : « Le secret place la personne dans une situation d'exception, il agit comme un charme » [Simmel, 1991 : 44]. Et le sociologue de souligner que « notre sensibilité est éveillée par la différence » [Simmel, 1991 : 44s].

Le *off* fait donc entrer le journaliste dans un autre monde que le sien. Mais à une certaine place, faut-il ajouter aussitôt. « Tu entres dans les secrets des Dieux », confie aussi ce journaliste au cours d'un entretien [1999 : 235]. Mais sans être tout à fait un Dieu, faudrait-il aussitôt compléter. En fait, il oblige le journaliste à accepter, au moins un temps, de se placer dans une position faussement symétrique, en fait complémentaire basse. Il devient d'une manière ou d'une autre un « obligé », il n'est plus supposé « tout » dire, au moins un temps. Il doit s'auto-contraindre pour pouvoir maintenir la relation à l'avenir et, en particulier, parce qu'il ne peut se séparer durablement de son « associé-rival ». Au regard de ses représentations professionnelles, il est supposé se rappeler qu'il est de son rôle d'arbitrer entre l'intérêt de l'information et la bonne gestion de la relation. Ce n'est évidemment pas simple puisqu'il a besoin, grâce au *off*, de disposer de plus d'informations que ses pairs concurrents en quête de *scoops*, d'analyses ou de citations.

Mais, en même temps, il faut le redire, la plupart des acteurs qui usent et acceptent le *off* ont des chances d'être des acteurs qui « se tiennent », chacun ayant besoin de l'autre. Ils ne sont pas dans une relation de simple domination qui profiterait à l'un plus qu'à l'autre. Du coup, l'escalade potentiellement symétrique est souvent la norme interactionnelle puisque un journaliste est travaillé par son rôle : qu'est

ce qu'un journaliste sinon un acteur qui s'intéresse à des histoires, des histoires de personnes, des histoires de personnes qui subissent des dysfonctionnements et concurrences [Legavre, 1999] ? Il se focalise usuellement sur les *discontinuités* du monde social - les fameux « trains qui n'arrivent pas à l'heure ». Plus largement encore, la quête du « quoi de neuf ? » structure ses anticipations. Et cette façon d'aborder « l'actualité » peut susciter au mieux méfiance, au pire répulsion pour de nombreuses sources. Une source, une source officielle en tout cas, valorise les *continuités* du monde social - elle met en avant des « bons » récits et des « bonnes » images de son environnement immédiat. Si elle crée « un événement », comme on l'appelle en communication, c'est justement pour attirer positivement le regard des médias, à tout le moins d'un public.

Il faut ajouter, comme le note très bien la journaliste Dominique Marine dans son article sur le *off*, que l'information offerte en *off* n'est jamais désintéressée, même si la rédactrice n'oublie pas non plus de souligner avec raison que des informateurs disent parfois beaucoup plus qu'ils ne devraient dire, sans toujours s'en rendre compte. Reste que les sources professionnelles, le plus souvent, savent ce qu'elles font. En tout cas, pensent savoir ce qu'elles font. Sans que, pour sa part, le journaliste le perçoit forcément ou sur le coup même si un journaliste, travaillé par son rôle, ne cesse de se demander « qui a intérêt au crime » et si le fait d'être privilégié par sa source n'est pas le meilleur moyen de se faire manipuler [Marine, 1995].

\*

Ce jeu avec et autour du *off* est bien « un jeu subtil, excitant et épuisant » [Marine, 1995, 258], *a fortiori* avec le processus de publicisation qui le travaille autrement plus qu'il y a vingt ans. Du moins pour les journalistes qui sont encore conscients de ce qu'ils font et réfléchissent à ce qu'ils sont. Il n'est pas certain que les évolutions des logiques de production de l'information et ses restructurations économiques incessantes, réduisant les postes, évaluant les journalistes à leur capacité à produire toujours plus de papiers, toujours plus vite, le permettent bien longtemps...