

Rédactuel/ mars 2006

Métier

Attention au trafic de camions !

Souvenez-vous de ce colloque précurseur sur la journalisme d'entreprise et l'avènement de l'Internet, organisé par l'ABPE en 1993. Nous posions la question de la menace de l'électronique sur le papier. Nous avons conclu : "no danger". Nos gazettes allaient survivre ! Et nous avons raison, et nous avons tort.

Connaissez-vous cette vieille histoire du douanier inspectant un camion? Le chauffeur n'a pas de cargaison. Le douanier le laisse donc franchir la frontière sans se préoccuper mais il voit revenir, durant des années, ce chauffeur qui ne transporte rien. Exaspéré, le douanier en vient à fouiller et même à démonter pièce par pièce le camion. Il n'y trouve rien. A la veille de sa retraite, promettant au chauffeur l'impunité, le douanier le supplie de révéler la fraude. Drogue? Devise? Or? Passager clandestin? "Rien de cela, répondit le conducteur. Trafic de camions". Nous, journaliste d'entreprises, héritier de Gutenberg, avons vu le trafic et peut-être pas le camion...

Désormais, à moins de faire l'autruche, "c'est gros comme un camion", facile référence: le monde de la communication est en rupture et notre métier en mutation. En témoin, une de mes expériences professionnelles : le tout nouveau site Internet de l'université de Namur (www.fundp.ac.be) ; il compte 31000 pages dont 24000 générées automatiquement à partir de bases de données, seulement 7000 étant rédigées manuellement... par 150 rédacteurs. La proportion invite à la modestie: notre travail d'écriture se restreint, tant de choses sont gérées 'par ailleurs'. L'Internet est aujourd'hui tout à la fois contenu, canal de diffusion, centre d'archives mises à jour en continu, lieu de débats... et fournisseur d'informations pour les autres médias, journal d'entreprise compris. En langage d'espionnage, on dira que le journal classique relève de la collecte d'informations (le *Human Intelligence*, des espions au contact d'autres êtres humains) tandis que la rédaction en ligne se nourrit de nouvelles venant de la 'non-presse' (le *Signal Intelligence*, obtenu par interception de communications).

Désormais donc, s'il faut encore parler de 'centre névralgique' de l'information dans l'entreprise, ayons conscience qu'il est en train de se déplacer du bureau de l'attaché de presse vers le bureau 'web' de l'entreprise.

Emballeur, rédacteur ou architecte?

Du journal de Gutenberg ou des nouveaux médias (électroniques), qui va supplanter l'autre, qui est l'appendice de l'autre? Là n'est plus la question. L'interrogation est aujourd'hui celle du sens de notre métier.

Sommes-nous des producteurs de supports, des fabricants de tubes et de boîtes, des industriels du monde de la communication? Sommes-nous des écrivains publics, des rédacteurs, éventuellement formés à "l'écriture sur le Web"? Sommes-nous des architectes de l'information, aptes à penser et gérer les flux de données entre les personnes de nos organisations?

Voilà trois visions de notre métier, trois métiers en soi.

Que demande l'entreprise à ses journalistes ou communicateurs ? Des produits dont le nombre et le luxe fluctuent au gré du budget annuel ? De l'écrit de qualité, dont on pourra se passer, récession obligeant, car finalement chacun est apte à écrire ? De l'architecture et de la gestion des flux d'informations ?

Les deux premiers relèvent de la technique, la troisième seulement relève de l'art du management. Ce ne sont pas tant les dirigeants mais les informaticiens qui se sont arrogés ce métier-là, composant parfois avec le rédacteur maison pour une part congrue s'il en est. Voilà pourtant la brèche où communication et management se rejoignent. Mais comme les résultats de l'enquête européenne de la FEIEA donnent à douter de la symbiose entre la communication interne et la stratégie globale de l'entreprise, sommes-nous condamnés à demeurer ou devenir de simples techniciens, à être relégué sur la voie de garage du paradigme industriel finissant ?

Oui, si nous sommes ce douanier découvrant le trafic de camions à la veille de la pension. Sans doute non si nous repensons le sens de notre métier, dans ce contexte de rupture, et si nous sommes capables de reliance avec le management.

Dominique Annet

Vos réactions: dona@noetique.org

* selon les auteurs du quotidien "Le Monde en ligne" dans leur livre "Une presse sans Gutenberg", J.-F. Fogel et B. Patino, éd. Grasset, 2005

(phrase à encarter dans le texte)

*"Les technologies numériques changent les professionnels de la presse plus qu'elle ne poussent les médias les uns vers les autres"**