

Université Lumière

Lyon 2

DEA

Sciences de l'Information et de la Communication

option : langages et symboliques de la communication et des médias

MEMOIRE DE DEA

Les journalistes localiers de Lyon

Enquête

Anja Leymann

Jean-François Tétu

juin 1995

Université Lumière

Lyon 2

DEA

Sciences de l'Information et de la Communication

option : langages et symboliques de la communication et des médias

MEMOIRE DE DEA

Les journalistes localiers de Lyon

Enquête

Anja Leymann

Jean-François Tétu

juin 1995

Université Lumière
Lyon 2

Ecole Nationale Supérieure des Sciences
de l'Information et des Bibliothèques

Université Jean-Moulin
Lyon 3

Les journalistes localiers de Lyon. Enquête.

Anja LEYMANN

sous la direction de Jean-François Tétu

Université Lyon 2

Résumé:

Les journalistes sont l'élément-clé du système médiatique. Leurs attitudes, conceptions de rôle et caractéristiques socio-démographiques influent sur l'élaboration des articles. Les journalistes de l'échantillon sont très satisfaits de leur métier et de leur travail fourni. Ils se voient comme médiateur neutre entre les événements et leur public, dont ils ont une image floue. Par ailleurs, l'enquête aborde l'opinion des journalistes sur les dossiers de presse, leurs méthodes de collecte d'informations et leurs groupes de référence.

Descripteurs français: Journalistes; Localiers; Presse Quotidienne Régionale; Rôles du Journaliste.

Abstract:

Journalists are a key element of the media system. Their attitudes, journalistic role conceptions and sociodemographic characteristics influence the writing of articles. The journalists of the sample are very satisfied of their profession and their professional performance. They see themselves as neutral information disseminators. They don't have a very sophisticated idea of their audience. The survey also deals with journalist's opinions about public relations documents, news-gathering methods and the influence of various social groups on journalist's work.

English keywords: Local Journalists, Local Daily Newspapers, Journalistic Role Conceptions.

1. Introduction	1
2. Objet de l'enquête	5
3. Le verdict des chiffres:	10
le milieu socioprofessionnel journalistique	
4. Hypothèses	13
4. 1. Généralités	13
4.2. Enquêtes antérieures	13
4.3. Hypothèses de travail	16
5. Méthode	23
5. 1. Questionnaire	26
5.2. L'échantillon et l'échantillonnage	32
5.3. Déroulement de l'enquête	33
6. Résultats	35
6.1. Composition de l'échantillon	35
6.2. L'ancienneté	35
6.3. L'âge et la situation familiale	36
6.4. Le niveau d'études	36
6.5. La carrière professionnelle et la satisfaction	37
6.6. Les projets professionnels	40
6.7. Les avantages et les inconvénients du métier	41
6.8. Les sources d'informations	42
6.8.1. Les médias	42

6.8.2. Les dossiers et circulaires de presse	45
6.8.3. Les centres de documentation	48
6.8.4. L'enquête auprès des interlocuteurs	48
6.9. Les missions et rôles du journaliste	50
6.10. L'image du lectorat	56
6.11. Les groupes de référence	57
6.12. La professionnalisation	59
7. Résumé: Les hypothèses - vraies ou fausses ?	60
8. Perspectives	62
9. Bibliographie	64

1. Introduction

Qui sont les journalistes ? Comment travaillent-ils ? Et dans quel but ?

Ce sont là des questions qui surgissent périodiquement, et souvent suite à des dérapages de la presse ou de l'audiovisuel: l'affaire Grégory, l'interview truquée entre Patrick Poivre d'Avor et Fidel Castro, tournage en direct d'une prise d'otages sur la demande des criminels et bien d'autres encore. Ces questions révèlent toutes un problème: si on connaît plus ou moins bien les médias sous leur forme lisible, audible ou visible, on ne sait pas grand-chose sur le fonctionnement interne des rédactions. A qui la faute ? On peut l'imputer aux entreprises de médias elles-mêmes. Les diverses institutions n'acceptent que difficilement et exceptionnellement des regards sur l'intérieur 'de la cuisine'. "La chose est connue, le groupe professionnel des journalistes est très peu ouvert à l'observation par la recherche, en particulier quand celle-ci prétend être critique."¹ Wolton abonde dans le même sens: "La presse n'aime pas qu'on la regarde de l'extérieur, ce qui est paradoxal puisque c'est exactement ce qu'elle fait, elle, tous les jours, avec l'ensemble de la société."² Delacour/Wattenberg concèdent que cette pudeur de la part des rédactions commence à s'estomper lentement.³

Les chercheurs, de leur côté, n'insistent-ils pas assez ou est-ce qu'ils boudent ce domaine de recherche ? Impossible de le dire. Toujours est-il que l'exploration du fonctionnement interne des rédactions nécessite souvent des méthodes coûteuses et laborieuses, telles que l'observation non-participante, ce qui peut également expliquer le peu d'études qui ont été menées sur ce sujet. Le journalisme reste par conséquent une profession mythifiée pour ses parfums d'exotisme et d'aventure et popularisée par Tintin, Rouletabille et Albert Londres. Henri Deligny constate que le discours tenu par les journalistes sur leur métier est influencé par cette image mythique que l'on se fait de la presse, car ils se taisent sur les contraintes qui entourent et déterminent la fabrication de l'information.⁴

Après tout, quel intérêt d'enquêter sur les journalistes ?

"En tant que professionnel, le journaliste est la manifestation personnalisée du projet d'informer de l'entreprise médiatique", écrit Michel Mathien.⁵ Il faut donc le considérer comme l'élément-

¹ Ruellan 1993: 10.

² Wolton 1989, cité d'après Ruellan 1993: 10.

³ Delacour/Wattenberg 1983: 98.

⁴ Deligny 1986.

⁵ Mathien 1992: 31.

clé de la structure médiatique. Max Weber, en son temps, a déjà insisté sur la responsabilité du journaliste.⁶ Le journaliste doit assurer l'articulation entre ce qui est de l'ordre du collectif auquel il appartient et ce qui est de l'ordre personnel. Il doit s'intégrer dans un système de production sur lequel il n'a pas entièrement prise: les volumes de la publicité et de l'espace rédactionnel, les lois relatives à son statut de journaliste, la politique éditoriale de son entreprise, la périodicité du médium, l'heure du bouclage etc., lui imposent certaines actions et réduisent considérablement sa marge de manoeuvre et d'autonomie.

Malgré ces diverses contraintes, il dispose néanmoins d'une certaine liberté. Les journalistes ne sont pas entièrement prédéterminés dans leurs actions par le système médiatique auquel ils appartiennent.⁷ Selon Bourdieu, le degré d'autonomie d'un journaliste dépend de cinq paramètres: le degré de concentration de la presse, la position de son journal dans l'espace (c'est-à-dire plus près du pôle intellectuel ou du pôle commercial), sa position dans le journal (titulaire, pigiste...), l'indépendance des travaux alimentaires assurée ou non par le salaire et sa capacité de production autonome de l'information (c'est-à-dire le degré de dépendance des interlocuteurs).⁸ Dans la production de l'information, les journalistes peuvent faire intervenir leurs goûts et valeurs personnels dans la limite, bien entendu, de la liberté que leur accorde le système. Ces variables personnelles déterminent en partie la fabrication des nouvelles, leur choix, leur présentation et mise en page. Quiconque veut comprendre le fonctionnement des médias et ses produits ne peut donc pas faire l'impasse sur la dimension subjective du journalisme, c'est-à-dire le travail des journalistes. Cependant, le journaliste en tant qu'individu "est longtemps resté le grand inconnu des travaux de recherches sociologiques."⁹

Un milieu hétérogène

Les chercheurs qui ont travaillé dans ce domaine ont montré que le journalisme est un milieu très hétérogène et qu'il conviendrait de parler *des journalismes* plutôt que *du journalisme* "en raison de l'extrême diversité des pratiques et des statuts."¹⁰ Rieffel énumère plusieurs facteurs de diversité: l'hétérogénéité des formations, les disparités entre les divers médias et entre les générations de journalistes mais aussi le clivage "entre journalistes de province et journalistes

⁶ Weber 1959: 144.

⁷ cf. Mathien 1992: 225.

⁸ Bourdieu 1994: 4.

⁹ Rieffel 1984: 9.

¹⁰ Rieffel 1992: 71.

parisiens."¹¹ Charon insiste également sur la particularité du journalisme de la locale qui regroupe, selon son enquête, un journaliste sur cinq.¹² Et c'est sur ce cinquième des journalistes que porte mon enquête, plus précisément sur une petite partie de ce cinquième, à savoir les journalistes locaux de la presse de Lyon.

Force est de constater que le journalisme local constitue un terrain qui a été laissé quasi-entièrement vierge par les chercheurs - à tort. L'information locale remplit une fonction de miroir, d'intégration symbolique pour la communauté à laquelle elle s'adresse et de laquelle elle est issue.¹³ Ces informations renforcent implicitement le lien communautaire.¹⁴ Pendant la grève du quotidien régional Sud-Ouest du 19 février au 16 mars 1972, les lecteurs ont eu un sentiment de rupture avec le monde extérieur et d'un relâchement de la conscience de groupe, selon l'enquête de la SOFRES.¹⁵ Cette information locale, dotée d'une forte charge d'émotion de la part des lecteurs,¹⁶ explique le succès relatif de la presse quotidienne régionale.

Situation économique de la presse quotidienne régionale

La presse quotidienne régionale faisait en 1988 70,8% du tirage de l'ensemble des quotidiens. En Rhône-Alpes, les quotidiens régionaux et locaux pénètrent dans 33,65% des foyers,¹⁷ tandis que les quotidiens parisiens ou nationaux ne sont lus régulièrement que dans 6,31% des foyers.¹⁸ Certes, la presse quotidienne régionale doit faire face à de nombreux problèmes: à un lectorat irrégulier,¹⁹ à la déperdition de lecteurs, au temps décroissant consacré à la lecture du journal, à la concurrence de la part des radios et télévisions locales qui ont vu le jour pendant les années 80,²⁰ à une population qui est en migration permanente, au prix de vente devenu dissuasif suite à la crise économique, à la difficulté de connaître le lectorat et ses attentes, à la

¹¹ Rieffel 1992: 71.

¹² cf. Charon 1993: 93 et 95.

¹³ cf. Charon 1994: 177.

¹⁴ cf. Mathien 1989: 73.

¹⁵ SOFRES 1972: L'importance économique et sociale du quotidien régional; cité d'après Mathien 1989: 73.

¹⁶ cf. Fischer 1981.

¹⁷ La région Rhône-Alpes n'occupe que le 17^e rang. En Bretagne, 58,85% des foyers lisent un quotidien régional ou local. (Albert 1990: 96)

¹⁸ cf. Albert 1990: 96.

¹⁹ Même si les quotidiens régionaux ont plus d'abonnés et moins d'invendus que les quotidiens nationaux. (cf. Albert 1990: 66)

²⁰ cf. Serre 1990: 115.

difficulté de trouver de bons correspondants...²¹ Les recettes publicitaires ont globalement baissé, mais la presse quotidienne régionale a été moins touchée que la presse quotidienne nationale: -8,5% pour la presse quotidienne régionale contre -16,9% pour la presse quotidienne nationale en 1991.²² La Comareg estimait le marché publicitaire de la région Rhône-Alpes à 1910.000 KF en 1991 dont la presse quotidienne régionale encaissait environ 19%.²³ Pour sortir de la crise, la presse quotidienne régionale devra certainement faire un effort de marketing et un investissement commercial, mais selon Saint Cricq, Président du syndicat de la presse quotidienne régionale en 1990, il faut en priorité faire porter l'effort sur le plan rédactionnel. Le "vrai fonds de commerce est l'information de proximité et donc l'enracinement dans le local."²⁴ Comme l'affirme Pierre Serre, initiateur de l'hebdomadaire La Gazette de Montpellier, le déclin du centralisme parisien a fait place à l'émergence d'une nouvelle identité des métropoles qui considèrent leur actualité aussi digne d'intérêt que celle de la capitale. La population revendique une information à son niveau, c'est-à-dire "des analyses plus fouillées de la réalité locale, des informations conséquentes sur les loisirs, en quelque sorte une valorisation par l'information de son vécu quotidien."²⁵ Du même coup, les journalistes de la locale auraient perdu leurs complexes et se seraient émancipés. La locale ne serait plus le parent pauvre du journalisme qui traitait des chiens écrasés, de la tournée des commissariats et de la réunion des anciens combattants.²⁶ Est-ce vrai ? Comment ces journalistes de la locale voient-ils leur métier ? Comment travaillent-ils ? Quels sont leurs buts professionnels ? Ce sont là les questions qui guident mon enquête, enquête qui se situe dans le domaine de la recherche sur les communicateurs.

²¹ cf. Saint Cricq 1990: 100.

²² cf. Charon 1993: 210.

²³ cf. Arnould/Delefosse 1991: 35.

²⁴ Saint Cricq 1990: 100 et 103.

²⁵ Serre 1990:115.

²⁶ cf. Serre 1990: 115.

2. Objet de l'enquête

Le but de toute enquête est de rendre compte d'une réalité de la société. Il est évident qu'aucune enquête ne saurait embrasser toute la réalité sociale. Il faut donc définir le champ sur lequel porte l'enquête.

Définition du journaliste

La formulation *journalistes localiers de la presse de Lyon*, d'apparence simple, soulève cependant un certain nombre de problèmes et de questions. Prenons les termes un par un.

Les personnes à rencontrer sont nécessairement des journalistes. Mais comment définir qui est journaliste ? Il n'existe pas en droit français de statut du journaliste au sens de règles juridiques liées entre elles. Ceci est la conséquence de la liberté de presse et plus généralement de la liberté d'expression garantie par la Constitution. La réglementation de l'accès au métier de journaliste reviendrait à une restriction de cette liberté d'expression - tel est l'argument largement mis en avant.²⁷ La définition légale du journaliste repose sur trois critères: l'activité journalistique, l'occupation et les ressources principales du journaliste. Selon l'article L. 761-2 du Code du Travail, "le journaliste est celui qui a pour occupation principale, régulière et rétribuée l'exercice de sa profession dans une ou plusieurs publications quotidiennes ou périodiques ou dans une ou plusieurs agences de presse et qui en tire le principal de ses ressources." Cette définition est quelque part tautologique parce qu'elle se borne à indiquer où la profession s'exerce sans définir en quoi elle consiste.²⁸ La jurisprudence a précisé par la suite que "l'activité journalistique correspond à un travail intellectuel visant à mettre à la portée des lecteurs des informations susceptibles de les intéresser."²⁹ Ceux qui ne fournissent pas de travail personnel et qui n'assurent pas la composition d'une rubrique, la mise en page ou un travail de rédaction ne sont pas des journalistes. Pour illustrer la marge d'interprétation que laisse cette définition, citons trois exemples. Le rédacteur chargé d'établir les tableaux quotidiens des cours de la bourse s'est vu attribuer la qualité de journaliste. On peut se demander en quoi cette activité est plus journalistique que celle d'une personne qui s'entretient sur les ondes avec des auteurs publiant leur premier livre. Le Conseil d'Etat a pourtant refusé la

²⁷ cf. Auvret 1994: 11.

²⁸ cf. Vistel 1993: 9.

²⁹ Auvret 1994: 13.

qualité de journaliste à cette personne.³⁰ Selon la jurisprudence, l'activité journalistique suppose un lien étroit avec l'actualité. Mais il n'y a pas de définition infaillible de la notion d'actualité. Un rédacteur d'almanach s'est fait attribuer la qualité de journaliste parce qu'il rapporte les thèmes de l'almanach et la manière dont il les traite à l'actualité et non à une vision historique.³¹ En indiquant le lieu où la profession s'exerce, la loi suppose que l'employeur a le statut d'entreprise de presse. Ceci n'est pas sans impact sur la définition du journaliste puisque "le rédacteur de la revue interne d'une entreprise, d'une publication vouée essentiellement à la publicité, l'agent contractuel affecté à temps partiel à des tâches rédactionnelles au sein d'une publication municipale, les personnes qui collaborent à la confection d'un guide, ne bénéficient pas de la qualité de journalistes professionnels."³² Cette restriction n'a pas pour autant empêché la Cour d'appel de Paris d'appliquer le statut de journaliste au rédacteur du *Journal de Carrefour* consacré à la présentation des produits vendus par la société Carrefour.³³

La Carte de Journaliste Professionnel

En principe, aucun lien juridique nécessaire n'existe entre la qualité de journaliste au sens du droit du travail et la délivrance de la carte d'identité de journaliste professionnel par la Commission de la Carte d'Identité des Journalistes professionnels. Mais les conditions de la délivrance de ladite carte renvoient à l'article L. 761-2 du Code du travail.³⁴ en outre, les entreprises soumises à la Convention Collective Nationale de Travail des Journalistes ne peuvent employer "pendant plus de trois mois des journalistes professionnels et assimilés qui ne seraient pas titulaires de carte professionnelle de l'année en cours ou pour lesquels cette carte n'aurait pas été demandée."³⁵

Tous ces efforts de définition du journaliste ne sont nécessaires que parce que la qualité de journaliste confère certains avantages socio-fiscaux: la déduction supplémentaire de 30% pour frais professionnels, l'application de la clause de conscience permettant de démissionner tout en bénéficiant d'indemnités, la cotisation aux caisses de retraites des cadres, et la cotisation de l'employeur à la Sécurité sociale selon les taux fixés à 80% du régime général. En même temps, ces efforts traduisent le souci des journalistes de se définir un territoire, condition sine qua non

³⁰ cf. Auvret 1994: 18.

³¹ cf. Auvret 1994: 13.

³² Auvret 1994: 13.

³³ cf. Vistel 1993: 21.

³⁴ cf. Auvret 1994: 14sq.

³⁵ Article 6 de la Convention Collective.

à l'émergence d'une profession et à sa reconnaissance par la société. Le flou existant incitent les journalistes à souligner leur professionnalisme. Ils parlent d'eux comme journalistes professionnels alors qu'on ne dirait jamais professeur professionnel.

Définitions alternatives

Dans le cadre d'une enquête empirique scientifique, on peut très bien adopter une autre définition du journaliste, plus fonctionnelle dans la vision de la recherche. Or, les auteurs des enquêtes importantes françaises n'ont inclus dans leur échantillon que des journalistes ayant la carte. Ce faisant, ils acceptent les critères de la Commission de la Carte expliquées plus haut. Dans d'autres pays, notamment en Allemagne et aux Etats-Unis, les chercheurs ne peuvent avoir recours au critère "détenteur de la carte professionnelle" pour constituer leur échantillon, puisque dans ces deux pays, l'obtention de la carte de presse n'est pas soumise à des critères stricts car elle ne confère aucun avantage social ou fiscal. On s'aperçoit que les chercheurs allemands et américains ont défini le journaliste à peu près de la même manière que la Commission de la Carte française. Wilhoit/Weaver "defined journalists as those who have editorial responsibility for the preparation or transmission of news stories or other information - full-time reporters, writers, correspondants, , newsmen, and editors." Ils insistent sur la notion de responsabilité éditoriale, ce qui les a menés à exclure "full-time photographers, librarians, camera operators and technicians" ainsi que "comic-strip cartoonists." Du côté des entreprises, ils ont choisi "public communications media targeted at general audiences rather than special-interest groups", en l'occurrence "daily and weekly newspapers, news magazines, radio and television stations, and general agencies (...) circulating in the Unites States."³⁶ Mais ils n'expliquent pas pourquoi ils ont exclu la presse et les agences spécialisées, bien que le but de Wilhoit/Weaver soit de dresser le portrait du journaliste américain en général et non pas d'un certain type de journaliste.

Weischenberg et alii ont suivi cette définition, mais ont remplacé la notion "full-time" par "tirer 50% de ses revenus d'une activité journalistique". Ceci leur a permis d'inclure les pigistes dans l'échantillon. Ils ont inclu la presse gratuite et spécialisée et les agences spécialisées dans leur population mère. Par contre, la définition adoptée par ce groupe de chercheurs les a conduits à exclure toute publication émanant d'un service de relations publiques des organismes, institutions et collectivités.

³⁶ Wilhoit/Weaver 1986: 168sq.

Ces deux digressions montrent la difficulté de définir le journaliste. La définition s'appuie d'une part sur le statut et la nature de l'entreprise et ses produits,³⁷ d'autre part sur l'activité professionnelle. Celle-ci est parfois difficile à qualifier de journalistique ou non-journalistique. Certaines études récentes montrent une interférence croissante des fonctions journalistiques et techniques au sein des rédactions, notamment à cause des nouvelles techniques de mise en page.³⁸

Il y a donc toujours une part de subjectivité dans toute définition du journaliste et elle varie en fonction des questions de recherche et des partis pris épistémologiques et paradigmatiques.

Dans le cas de mon enquête, une autre difficulté, située sur un plan subsidiaire, se pose: comment définir le localier ? Il s'agit en fait d'un terme appartenant au jargon professionnel qui ne figure dans aucun dictionnaire général de la langue française. Selon le *Lexique des termes de presse* édité par le CFPJ en 1991, le localier est le journaliste qui est chargé de la rubrique locale.³⁹ En se tenant à cette définition, on exclut les journalistes détachés collaborateurs d'une publication diffusée à l'échelle nationale. En même temps, on inclut les journalistes des rédactions régionales de la presse nationale qui produisent des pages qui ne sont diffusées qu'en région Rhône-Alpes.

Normalement, il faudrait également préciser ce que l'on entend par Lyon: Lyon intra muros ou la COURLY ? On verra en fait que, suite à une série de décisions prise sur un autre plan, cette question ne se pose pas vraiment.

Par contre, la formulation du *Lexique* du CFPJ, *la rubrique locale* au singulier, prête à confusion. La locale ne désigne ici que la provenance et la destination géographique de l'information. A l'intérieur de cette rubrique on trouve une répartition entre informations générales, économie, faits divers, sport, culture/société etc..⁴⁰ Pour l'enquête, on retiendra toutes les rubriques thématiques, à l'exception de la rubrique sport. Ce choix se justifie par le fait que les journalistes de sport ont des conditions de travail spécifiques, étant donné que la plupart des manifestations sportives ont lieu le week-end. L'information sur le sport présente,

³⁷ Il est parfois difficile de trancher. Par exemple: est-ce que le magazine d'un club d'automobilistes distribué gratuitement à ses cinq millions d'adhérents est un magazine spécialisé ou bien un organe de relations publiques ?

³⁸ Weischenberg et alii 1991.

³⁹ CFPJ 1991: 78.

⁴⁰ Ces répartitions varient selon les médias.

en outre, quelques particularités: les genres omniprésents sont le compte rendu et la brève qui communique les résultats pratiquement à l'état pur.

En fin de compte, il faut également réfléchir aux différents types de médias. En principe, l'information locale se trouve autant dans la presse, dans l'audiovisuel et dans les agences. Il est matériellement impossible, dans le cadre d'une étude limitée dans le temps, de traiter de manière représentative tous ces univers forts différents. Deux démarches sont concevables: soit l'enquête vise à faire une espèce de typologie du journalisme local lyonnais en s'attachant à démontrer l'étendue de l'hétérogénéité du milieu; soit on réduit le nombre de facteurs susceptibles d'être discriminants et on fait porter l'enquête sur un groupe précis de journalistes le plus homogène possible que l'on étudie en profondeur. J'ai opté pour la deuxième démarche.

Reste à déterminer le médium à étudier. J'ai procédé par élimination. Il n'y a que deux chaînes de télévision diffusant une information locale sur le réseau hertzien (TLM et France 3), de sorte que le nombre de journalistes interrogeables est réduit. Cela aurait pu créer quelques difficultés en cas de refus de répondre au questionnaire par plusieurs journalistes.

En ce qui concerne la radio, c'est la diversité du statut des stations qui fait obstacle: les conditions de travail ne sont pas les mêmes dans le service public, dans une station de réseau privée, dans une station privée indépendante ou dans une radio associative. A l'intérieur des rédactions, les tâches ne sont pas toujours clairement définies: on trouve des journalistes-présentateurs, voire des discjockeys qui font de temps en temps un reportage sur un événement local. Bref, la radio semble mal se prêter à la homogénéisation visée.

Les agences constituent, quant à elles, un cas particulier. Les produits étant diffusés à plusieurs clients, les journalistes n'ont pas de contact direct avec le public. C'est pourquoi j'ai exclu les agences.

J'ai donc choisi la presse comme médium à étudier. Celle-ci est différenciée en presse quotidienne et périodique, en presse d'information générale et spécialisée. Puisque la presse quotidienne d'information générale concerne le plus vaste public, j'ai opté en sa faveur. En outre, la presse quotidienne a la plus longue tradition en termes d'information locale, tandis que la radio et la télévision n'ont acquis leur dimension locale qu'il y a une décennie environ. La presse quotidienne continue, malgré la montée de l'audiovisuel, à être un modèle culturel dominant, au moins sur le plan régional. Etant donné que tous les titres importants de la presse quotidienne régionale ont leur siège à Lyon, la définition de Lyon s'en trouve quelque peu facilitée.

3. Le verdict des chiffres: le milieu socioprofessionnel journalistique

Afin de pouvoir se faire une idée globale du milieu socioprofessionnel journalistique, il est utile de résumer les résultats de la partie quantitative de l'étude réalisé par l'Institut français de Presse (IFP) qui s'intitule *Les journalistes français en 1990, radiographie d'une profession*. La Commission de la Carte vient de diffuser quelques statistiques pour l'année 1995; les chiffres et calculs sont donc actualisés là où c'était possible.⁴¹ Voilà un aperçu de la taille de la population:

	1990	dont femmes	1995	dont femmes
total	26 614	9 055	28 210	10 392
dont				
-cartes titulaires	16 459	5 141	17 938	6 293
-cartes stagiaires	3 019	1 541	2 298	1 160
-cartes pigistes	2 344	1 075	3 014	1 436
-cartes stagiaires pigistes	869	435	792	393

Les auteurs de l'enquête de l'IFP ont dépouillé les dossiers que les journalistes déposent auprès de la Commission de la Carte d'Identité des Journalistes Professionnels afin d'obtenir ladite carte. La comparaison des chiffres ainsi obtenus avec ceux des années et décennies précédentes fait ressortir cinq tendances lourdes de l'évolution du milieu.

- Première tendance: le nombre croissant de journalistes. En 1990, il y avait 266% de journalistes en plus qu'en 1965.⁴² Entre 1990 et 1995, la population des journalistes a encore augmenté d'environ 6%.
- Deuxième tendance: le métier se rajeunit.⁴³ Plus qu'un tiers des journalistes ont moins de cinq ans d'ancienneté dans la profession.⁴⁴
- Troisième tendance: parmi les jeunes, il y a de plus en plus de femmes ce qui a contribué à la féminisation du métier. En 1980, on ne comptait que 24% de femmes contre 34% en 1990⁴⁵

⁴¹ Les statistiques sont publiées dans La Lettre du Club de la Presse de Lyon, mai 1995, p. 6.

⁴² IFP 1991: 15sq.

⁴³ IFP 1991: 24.

⁴⁴ IFP 1991: 54.

⁴⁵ IFP 1991: 17.

et 37% en 1995. La proportion des femmes est donc un peu plus importante qu'en Allemagne (33% en 1994)⁴⁶ et aussi importante qu'aux Etats-Unis (38,7% en 1981).⁴⁷

- Quatrième tendance due aux nouveaux recrutements: les journalistes sont de plus en plus diplômés. Au total, 68,8% des journalistes ont fait des études supérieures.⁴⁸
- Cinquième tendance: la part des pigistes va croissant: leur nombre a augmenté de 145% entre 1980 et 1990, alors que le nombre total de journalistes a 'seulement' augmenté de 60% durant la même période.⁴⁹ En 1995, 19% des journalistes sont pigistes, dont 49% sont des femmes. Les femmes sont surreprésentées parmi les pigistes.

L'entrée dans le métier se fait de plus en plus par le passage par un stage et/ou des piges.⁵⁰ Il faut peut-être y voir une sixième tendance: celle de la précarité de la situation des aspirant(e)s.

Après ce bref aperçu diachronique du métier, les auteurs se penchent sur la situation actuelle en dépouillant 1559 dossiers tirés au hasard. L'échantillon représente donc presque 6% de la population journalistique totale.

Les statistiques établies de cette façon montrent que la plupart des journalistes exercent à Paris (68,8% y habitent), sont des hommes, et ont une fonction de base de rédaction.⁵¹ Ils sont majoritairement employés dans la presse non-quotidienne (ce secteur regroupe 46,7% des effectifs),⁵² ont moins de cinq ans d'ancienneté,⁵³ sont âgés de moins de 45 ans,⁵⁴ ont fait des études de lettres (20% de la population ayant un diplôme supérieur)⁵⁵ et gagnent en moyenne 15 900 Francs bruts par mois.

Le croisement entre ces différentes variables révèle que le milieu est très hétérogène. Chaque médium emploie un personnel différent concernant l'âge, le sexe le diplôme obtenu etc.. Etant donné que la présente enquête porte sur des journalistes de province, seules les différences

⁴⁶ Weischenberg 1994a: 8.

⁴⁷ Wilhoit/Weaver 1986: 22.

⁴⁸ IFP 1991: 27.

⁴⁹ IFP 1991: 16.

⁵⁰ IFP 1991: 62.

⁵¹ Les auteurs distinguent les fonctions de base des fonctions d'encadrement et font la différence entre les tâches de rédaction, de secrétariat de rédaction/maquette, de photographie et d'image.

⁵² IFP 1991: 45.

⁵³ IFP 1991: 54.

⁵⁴ IFP 1991: 25.

⁵⁵ IFP 1991: 33.

principales entre la presse quotidienne nationale et la presse quotidienne régionale seront mentionnées.⁵⁶

Différences entre la presse quotidienne régionale et la presse quotidienne nationale

La presse quotidienne régionale est dominé par les hommes: 81,9% d'hommes en province contre 65,6% dans l'ensemble. Les journalistes ayant une fonction d'encadrement sont presque exclusivement des hommes mais ces postes sont moins nombreux que dans la presse quotidienne nationale (21,3% contre 25,8%). Les rédacteurs sont proportionnellement plus nombreux en province ainsi que les photographes. En revanche, la presse quotidienne régionale emploie moins de pigistes (seulement 6,2% du personnel en province sont pigistes, contre 13% dans tous les types de médias confondus). Cela paraît étonnant de prime abord mais s'explique par le fait que la presse magazine et la presse spécialisée qui font largement appel aux pigistes sont localisées en région parisienne. Les journalistes de province sont en moyenne plus âgés et ont plus d'ancienneté. Ceci explique le faible taux de petits salaires mais n'explique pas pourquoi il y a également peu de très hauts salaires. Le fait que les journalistes de la presse quotidienne régionale soient moins diplômés n'en est pas une raison parce que le croisement des revenus avec le niveau d'études montre que ce dernier influe très peu sur le salaire.⁵⁷

Les journalistes en Rhône-Alpes

Par ailleurs, on aurait souhaité avoir des statistiques détaillées sur les journalistes de la région Rhône-Alpes. Il est déplorable que la Commission de la Carte n'en établisse pas. Suite à mon demande, le Président de la Commission a donné son accord pour établir de telles statistiques, mais malgré de nombreux rappels, des lettres et des fax, ces statistiques n'ont jamais vu le jour. Selon Michel Deprost, le Club de la Presse de Lyon, dont il est président, a également demandé de statistiques et il lui a fallu insister longtemps pour avoir ces quelques chiffres que voici:

Journalistes résidant dans le département du Rhône

	1992	1993	1994
total	484	504	541
dont -pigistes	97	98	95
-chômeurs	pas disponible	pas disponible	35

⁵⁶ IFP 1991: 76-79.

⁵⁷ IFP 1991: 51.

Ces chiffres montrent que seulement 1,9% des journalistes professionnels français résident dans le département du Rhône. 24% d'entre eux sont dans une situation précaire. Au niveau national, 20% partagent ce sort en 1995, contre 19,5% en 1994 et 17% en 1992.

4. Hypothèses

4. 1. Généralités

Théoriquement, la meilleure démarche serait de formuler les hypothèses dans un premier temps et de constituer le corpus de l'enquête dans un deuxième temps, en fonction des hypothèses. En fait, cette séparation stricte n'est possible qu'à un niveau de réflexion épistémologique. Dans la pratique de la recherche, l'élaboration des hypothèses de travail tient compte du corpus visé. Celui-ci est déterminé par son accessibilité et par le cadre de l'enquête, constitué par le temps, le budget, le personnel et les supports techniques disponibles. Ce cadre exclut parfois d'emblée l'application de certaines méthodes. Dans notre cas, le questionnaire auto-administré a dû être exclu en raison du faible taux de rendement et des coûts élevés pour l'acheminement et le rappel des questionnaires. L'élimination de certaines méthodes n'est pas sans impact sur les hypothèses, étant donné que la vérification de certaines hypothèses nécessite le recours à une certaine méthode.

Les hypothèses découlent des résultats des études antérieures pertinentes, d'une part, et d'une réflexion théorique, d'autre part.

4.2. Enquêtes antérieures

En fait, la tradition de la recherche sur le journalisme dans la perspective, au départ, de l'enseigner dans les écoles professionnelles, remonte au 19^e siècle aux Etats-Unis et au début du 20^e siècle en Allemagne. La recherche française ne commence véritablement qu'après la Seconde Guerre Mondiale avec la fondation du CFPJ en 1946.⁵⁸ A la fin des années 1950, l'histoire sociale s'ouvre sur l'étude des milieux socioprofessionnels et l'histoire des mentalités

⁵⁸ cf. Voyenne 1985: 227sq.

émerge.⁵⁹ Les sociologues commençaient à s'intéresser au journalisme. Marc Martin affirme que "l'histoire et la sociologie de la communication ont longtemps ignoré, dans notre pays, ceux qui écrivent dans les journaux, qui font l'information radiophonique ou télévisée, les journalistes. [...]. Mais, si ce territoire n'est plus complètement déserté, il n'est encore guère fréquenté."⁶⁰

Force est de constater que le journalisme local a été largement laissé de côté par les chercheurs. Néanmoins, mon étude n'est pas une étude exploratoire. Il existe plusieurs études menées sur le journalisme et ses acteurs au niveau national dont on peut tirer au moins quelques hypothèses concernant le journalisme local.

Ma démarche consiste donc à présenter une partie des études existantes et à en développer les hypothèses de travail. Cette démarche explique l'absence d'un chapitre à part consacré à la présentation des résultats des parties qualitatives de la recherche sur les communicateurs.

Je m'appuie principalement sur les cinq études qui suivent:

1. Institut français de presse: *Les journalistes français en 1990, radiographie d'une profession*. La méthodologie et les résultats de la partie quantitative ont été présentés au chapitre 3. Cette partie quantitative a été complétée par une approche qualitative qui s'appuie sur 57 entretiens sémi-directifs avec des journalistes. La taille de l'échantillon laisse à désirer: il ne représente que 0,2% de la population et l'on doit se demander s'il est justifié de parler d'une enquête représentative comme le font ses auteurs.

2. Rémy Rieffel: *L'élite des journalistes. Les hérauts de l'information*. PUF 1984. Le titre de l'étude menée par Rémy Rieffel indique déjà qu'elle est d'un intérêt limité dans mon optique. Rieffel a interviewé 120 journalistes de l'élite⁶¹ résidant exclusivement en région parisienne. Si cette enquête n'apporte donc pas de connaissances sur la presse quotidienne régionale, elle présente néanmoins une précieuse source d'inspiration parce qu'elle a le mérite d'aborder des sujets qu'aucune autre étude n'aborde aussi systématiquement. Il s'agit notamment des sources d'information et du comportement des journalistes vis-à-vis de celles-ci ainsi que de la conception du métier et du rôle du journaliste dans la société.

3. Jean-Marie Charon: *Cartes de presse. Enquête sur les journalistes*. Stock, collection Au vif 1993. Malheureusement, l'auteur ne s'explique guère sur sa méthode. Il a mené des entretiens

⁵⁹ cf. Martin 1991: 13.

⁶⁰ Martin 1991: 11.

⁶¹ Pour la définition de l'élite, voir Rieffel 1984: 12-18.

avec des journalistes de tous bords, y compris des localiers puisqu'il leur consacre un chapitre. L'auteur nourrit son analyse également de son expérience journalistique personnelle. Son objectif est de dresser le portrait du journalisme en faisant ressortir l'hétérogénéité du milieu.

Je me suis également reportée à deux enquêtes non-françaises, principalement à cause de leur grande rigueur méthodologique et de leur approche très détaillée du métier de journaliste. Il s'agit des études suivantes:

4. Wilhoit/Weaver: *The American Journalist. A Portrait of U.S. News People and Their Work*. Bloomington: Indiana University Press 1986. Cette enquête est une reprise améliorée d'une enquête de Johnstone/Slawski/Bowman en 1976. A la différence des études françaises, cette enquête est d'une grande transparence méthodologique car l'annexe explique en détail la méthode appliquée et le questionnaire utilisé y est reproduit également. La méthode d'échantillonnage consiste à tirer par strates 586 entreprises parmi les 19869 entreprises recensées. Parmi elles, 523 ont fourni des listes de leur personnel journalistique. Parmi celui-ci, 1001 journalistes ont été interviewés par téléphone pendant 20 à 40 minutes. A part les statistiques classiques,⁶² l'enquête aborde les thèmes suivants: types de formation continue souhaitée, profil du travail fourni, autonomie, fréquence du contact avec divers groupes de personnes (lecteurs, informateurs, annonceurs, collègues...), satisfaction du métier, image du public, type de sources utilisé, conception du métier, déontologie, et influence des nouvelles technologies sur le métier. Le mérite de cette étude est de développer beaucoup d'indicateurs concrets pour opérationnaliser un concept abstrait. En plus, Wilhoit/Weaver s'attachent à trouver des facteurs discriminants et des corrélations entre les variables.

5. Weischenberg et alii. Le rapport définitif de cette enquête n'a pas encore paru, mais Weischenberg et ses collaborateurs ont publié deux articles sur leurs résultats principaux, d'une part, et ont fait un cours magistral sur leur enquête à l'Université de Münster en hiver 1993/94 d'autre part. Cette enquête parmi 1500 journalistes allemands⁶³ est calquée sur celle de Wilhoit/Weaver, notamment en ce qui concerne l'échantillonnage et les grands thèmes abordés. Weischenberg et alii ont davantage développé les indicateurs concrets pour leurs concepts. En même temps, ils apportent plus de réflexions théoriques que Wilhoit/Weaver.

Ces deux dernières enquêtes ont été avant tout une excellente source d'inspiration quant à la construction de mon propre questionnaire.

⁶² Age, sexe, revenus, situation familiale, niveau d'études...

⁶³ Pour la définition du journaliste, voir p. 7 de ce mémoire..

4.3. Hypothèses de travail

Les journalistes de province interviewés dans la partie qualitative "éprouvent souvent quelque amertume vis-à-vis de la condescendance dont font preuve certains de leur confrères parisiens."⁶⁴ Inversement, les Parisiens envient aux provinciaux leur statut social plus élevé.⁶⁵ Selon Pierre Serre, initiateur de *La Gazette de Montpellier*, ces derniers se seraient émancipés, grâce à une nouvelle identité des villes de province. Ils assumeraient le rôle qu'ils ont et ne considéreraient plus leur travail comme "un sale boulot de pisse-copies."⁶⁶ Il reste donc à vérifier si "le journaliste « monte » (ou rêve de monter, ce qui n'est pas la même chose) de la province à Paris ou, tout au moins, de Vaux-en-Beaujolais (« Clochemerle ») à Villefranche ou à Mâcon, voire à Lyon."⁶⁷ Rieffel constate en effet que la moitié des journalistes de l'élite sont originaires de province, "véritable vivier qui alimente les médias nationaux en jeunes espoirs qui ont débuté dans un journal de province."⁶⁸ Cependant, je pose l'hypothèse suivante:

1. Le journalisme local requiert une immersion totale dans le milieu dont il rend compte et à qui il est censé s'adresser. Le localier a donc besoin d'un carnet d'adresses bien rempli, ce qui nécessite du temps. Une fois son réseau d'informations acquis, le localier ne change plus de région ni ne le souhaite. S'il a changé au cours de sa carrière ou souhaite le faire, il changera d'abord d'entreprise (tout en restant dans la presse quotidienne régionale), ensuite de rubrique et en dernier lieu de médium.

L'enquête de l'IFP a montré que les journalistes de la presse quotidienne régionale ont une plus grande stabilité professionnelle que l'ensemble des journalistes: seulement 19,9% ont changé de filière, 31,5% d'entreprise et 4,1% de médium.⁶⁹

Interrogés sur les inconvénients du métier, les journalistes ont souvent mentionné le stress, les horaires décalés, les journées interminables et la sous-rémunération.⁷⁰ Ils ont également évoqué

⁶⁴ IFP 1991: 107.

⁶⁵ IFP 1991: 107.

⁶⁶ Serre 1990: 115.

⁶⁷ Palmer 1994: 110.

⁶⁸ Rieffel 1984: 42.

⁶⁹ IFP 1990: 67 sq.

⁷⁰ Le salaire a obtenu une des plus mauvaises notes par les journalistes allemands (Weischenberg et al. 1994: 159) Le salaire perçu comme trop bas est le facteur de mécontentement le plus souvent cité par les journalistes américains voulant quitter la profession. (Wilhoit/Weaver 1986: 103).

la mauvaise image de marque du journaliste et la difficulté de concilier vie familiale et vie professionnelle.⁷¹ Aussi ai-je formulé l'hypothèse 2:

2. Le principal grief imputé au métier et aux conditions de travail est le mauvais rapport charge de travail - horaires/salaires. Tout de même, la majorité des journalistes sont satisfaits de leur métier.

Une étude sur la carrière professionnelle des directeurs de la communication a montré que 17,5% d'entre eux ont été journalistes auparavant, et même 24% de ceux qui sont âgés entre 30 et 39 ans.⁷² Parmi les journalistes américains, 11% ont répondu qu'ils envisagent de quitter la profession.⁷³ L'hypothèse suivante est à vérifier:

3. Quelques journalistes envisagent de quitter la profession. Le domaine vers lequel ils se réorientent en premier lieu est celui de la communication.

4. Quant aux rôles et missions revendiqués par les journalistes, ils sont multiples et il y a interférence entre eux. Ainsi, envisager le métier sous l'angle de catégories dichotomisées telles que "être ou critique ou être médiateur neutre" ne semble pas approprié à la réalité.

Cette quatrième hypothèse s'appuie sur les résultats de plusieurs études: ils montrent tous que plusieurs perceptions de rôle se dégagent. Rieffel décrit six modèles de référence:

1. Le médiateur: celui qui reflète la réalité et se charge de transmettre les informations au public, tout en gardant une position neutre, désintéressée.

2. L'ordonnateur: étant donné le flux d'informations, il est inévitable de les trier et de les regrouper. Ce travail est un travail de traduction qui vise à mettre les informations en perspective et à clarifier les problèmes.

3. Le pédagogue: le journaliste conçu en tant que pédagogue cherche à expliquer les énigmes qu'il a décodés lui-même auparavant. Il vulgarise et rend service.

4. Le commentateur: le journaliste ne se borne pas à présenter les événements mais apporte également un point de vue, un jugement.

5. Le fou du roi: il pose les questions que personne d'autre n'ose poser; il relativise l'autorité, critique, porte la plume dans la plaie.

⁷¹ Rieffel 1992: 70.

⁷² Guérin 1990: 78.

⁷³ Wilhoit/Weaver 1986: 103.

6. Le conservateur: héritier du journalisme d'opinion, il se voit comme défenseur d'une tradition et de la légitimité de l'autorité.

S'agit-il des catégories a priori que Rieffel a proposées aux interviewés ou a-t-il, au contraire, regroupé a posteriori les réponses dans ces six catégories? Ceci n'est pas clair du point de vue méthodologique. A part cela, il est étonnant que la fonction divertissante, voire distrayante ne soit même pas évoquée.

Selon l'auteur, les trois premières catégories sont indissociables et mettent chacune l'accent sur une face différente du même modèle global. En fait, le triage de l'information n'est jamais un acte tout à fait neutre puisqu'il élimine certains événements dont le public ne prendra donc jamais connaissance. Par là, l'attention est attirée sur quelques faits qui ont été ordonnés auparavant. En même temps, ce triage facilite la compréhension des événements car il réduit la complexité du monde; il a donc une fonction pédagogique.

Ces trois premiers modèles sont unanimement appréciés par les journalistes.⁷⁴ Par contre, 60% récusent le modèle de commentateur, en pensant qu'il y a une hypertrophie de l'éditorial et du commentaire.⁷⁵

Les modèles 5 et 6 servent peu d'idéal aux journalistes de l'élite. Selon Rieffel, ce refus implique une conformité choisie volontairement: "le « suivisme » est la règle; la critique et la dénonciation sont l'exception. [...] C'est pourquoi les reportages approfondis et critiques, les enquêtes suivies, sont des denrées assez rares dans la presse française."⁷⁶

Quelles que soient les intentions qui font agir les journalistes, à quel point pensent-ils pouvoir exercer une influence sur la société? Ils ont sans aucun doute ce désir d'influence mais partagent un certain scepticisme quant à l'effet obtenu.⁷⁷ Ils ont l'impression de n'obtenir que très difficilement un effet *agenda-setting*: il faut répéter maintes fois la même idée "car le public est doué, disent-ils, d'une grande inertie et d'une grande capacité d'oubli ou d'amnésie."⁷⁸ Par contre, une fois que l'idée circule, les journalistes pensent pouvoir amplifier ce courant et influencer sur la manière de voir les choses. Ils espèrent élargir la réflexion et être présents dans les débats.⁷⁹

⁷⁴ Rieffel 1984: 182.

⁷⁵ Rieffel 1984: 181.

⁷⁶ Rieffel 1984: 182.

⁷⁷ Rieffel 1984: 191.

⁷⁸ Rieffel 1984: 192.

⁷⁹ Rieffel 1984: 192.

Aralynn Abare McMane a interrogé 486 journalistes français sur l'importance qu'ils accordent à certains aspects de leur métier. Les journalistes tiennent avant tout à la liberté de décision et à leur autonomie personnelle. Ils veulent en profiter pour *aider les autres* (3^e rang).⁸⁰ Ils privilégient donc le modèle altruiste du journalisme.

A l'instar de leur confrères français, les journalistes allemands se décrivent eux-mêmes avant tout comme médiateurs neutres qui expliquent des faits complexes et veulent informer leur public avec précision et rapidité. La critique des failles de la société est citée comme mission par 63,2% des journalistes. En revanche, peu de journalistes (26,6%) réclament un journalisme d'opinion qui prend position dans les débats et conflits. Encore moins d'interviewés pensent que le journaliste doit être un contre-pouvoir et influencer sur l'ordre du jour politique.⁸¹ Une autre enquête allemande montre que les journalistes veulent être critiques des failles et médiateurs neutres (98% resp. 82% réclament ces rôles). Ils ne voient pas la contradiction entre ces deux rôles où ne la conçoivent pas comme problématique.⁸²

Le journaliste fait partie du système médiatique qui est très complexe. De nombreux éléments structurent son travail. Ils peuvent être regroupés, selon Weischenberg, dans quatre grandes catégories:

- les acteurs des médias, ayant des caractéristiques sociodémographiques, des attitudes sociales et politiques, une conception de leur rôle, une image du public et qui ont subi des processus de socialisation et de professionnalisation;
- le contenu des médias, qui dépend des sources d'information, des modèles d'écriture, des genres journalistiques, des représentations de la réalité et des effets et rétro-effets;
- les entreprises et institutions de médias, qui sont régis par des impératifs économiques, politiques, organisationnels et technologiques;
- le système médiatique et son environnement, c'est-à-dire le contexte social, les bases historiques et juridiques, la politique en matière de communication et les règles professionnelles et éthiques.⁸³

Ces éléments influencent le travail des journalistes et échappent en partie à leur contrôle. L'articulation entre ce qui est de l'ordre de l'individuel et ce qui est de l'ordre du collectif est parfois difficile à assurer, car les normes de l'institution peuvent venir se superposer aux

⁸⁰ McMane 1992: 9.

⁸¹ Weischenberg et al. 1994: 160 sq.

⁸² Noelle-Neumann/Kepplinger 1978.

⁸³ Weischenberg 1992: 68.

normes personnelles. Cette réflexion sur les contraintes et interdépendances propres au système médiatique engendre l'hypothèse 5:

5. Concernant les missions du journaliste, il y a un écart entre les aspirations des journalistes et ce qu'ils pensent parvenir à faire réellement.

Rieffel a montré que les confrères jouent un rôle important en tant qu'instance de légitimation. Les journalistes de l'élite s'intéressent d'abord aux opinions de leur pairs.⁸⁴ Pourquoi ? Je formule l'hypothèse 6:

6. Le retour de la part des lecteurs est plutôt faible. Les journalistes reçoivent la plupart des commentaires et réactions sur leur travail de la part de l'ensemble des confrères.

Si l'hypothèse 6 se révèle vraie, on devrait penser que les journalistes ont une image plutôt floue de leur public. Au faible retour s'ajoute le fait que les enquêtes sur le lectorat soient plutôt rares.

L'enquête annuelle de Médiaspouvoirs/La Croix montre que le public a plutôt une mauvaise image des journalistes. Est-il justifié de croire que les journalistes ont, à leur tour, une idée pas très positive de leurs lecteurs ? Les journalistes américains ont en effet, une image franchement négative de leur public.⁸⁵ Résumons ces questions sous forme d'hypothèse:

7. Les journalistes n'ont pas d'image claire de leur lectorat. Les journalistes d'un même journal peuvent en avoir une idée très différente..

Suite à certains dérapages des médias, la déontologie journalistique a été à plusieurs reprises sujet de discussion. Il existe, depuis 1918, une Charte des devoirs professionnels des journalistes français, selon laquelle "un journaliste digne de ce nom [...] s'interdit d'invoquer un titre ou une qualité imaginaires pour obtenir une information ou de surprendre la bonne foi de quiconque."⁸⁶ Par ailleurs, la loi impose certaines limites aux procédés d'enquête et à la publication des informations. L'utilisation de moyens clandestins, la déloyauté, l'imposture constituent des fautes condamnables. La loi sanctionne par exemple la violation de domicile,

⁸⁴ Rieffel 1984: 51, 98, 122.

⁸⁵ Wilhoit/Weaver 1986: 87.

⁸⁶ Charte des Devoirs Professionnels des Journalistes Français, reproduite dans Albert 1990: 57.

l'enregistrement des paroles prononcées à titre privé, toute atteinte à la vie privée, la diffamation etc.⁸⁷ La pratique a montré que toutes ces règles et lois (en partie non-écrites) ne sont pas toujours respectées.

Pour celui qui plaide en faveur du journalisme d'investigation, le problème est que l'information n'est pas toujours facilement accessible par des moyens normaux de collecte d'informations. Lors d'une table ronde, Jacques Dérogy a concédé qu'il a dû arriver qu'un informateur ait été payé. James Sarrazin est prêt à payer l'informateur si ses supérieurs l'y autorisent, ou s'il se trouve dans un pays étranger où on n'accède à aucune information sans payer. Tous les participants sont d'accord sur le fait que certaines situations peuvent justifier la dissimulation de la qualité de journaliste.⁸⁸ Mais en règle générale, la profession a dit officiellement non à toute méthode de collecte d'informations discutable. La raison invoquée entre autres est que de tels procédés gâcheraient le climat de confiance entre la rédaction et les informateurs. D'où l'hypothèse 8:

8. L'accès et le maintien dans le réseau d'informations et d'informateurs est vital pour le journaliste. Par conséquent, il évite tout ce qui pourrait mettre en cause sa position dans ce réseau. Les journalistes refusent une attitude agressive vis-à-vis des informateurs et écartent toute méthode de collecte d'informations hors du commun.

Selon la Charte, le journaliste "ne touche pas d'argent dans un service public ou une entreprise privée où sa qualité de journaliste, ses influences, ses relations, seraient susceptibles d'être exploitées." Il "ne signe pas de son nom des articles de pure réclame commerciale ou financière."⁸⁹ Rieffel constate que les journalistes prennent officiellement leurs distances vis-à-vis des métiers de la communication. Cependant, ils ont malgré tout les mêmes activités de temps en temps. Cette confusion entre le journalisme et les relations publiques "prend la forme des multiples 'collaborations extérieures' qui permettent à des journalistes connus sur le plan national ou sur le plan local, d'augmenter dans des proportions parfois fort importantes leur rémunération habituelle grâce à des participations à des opérations de promotion, à des colloques ou à des séminaires au profit d'entreprises privées. Pire encore, certains journalistes

⁸⁷ Auvret 1994: 81-153.

⁸⁸ Esprit 1990: 31-33.

⁸⁹ Charte des Devoirs Professionnels des Journalistes Français, reproduite dans Albert 1990: 57.

n'hésitent pas [...] à faire directement la promotion publicitaire de produits."⁹⁰ Je formule donc l'hypothèse 9 comme suit:

9. Les journalistes investissent d'autres champs professionnels qui ont un rapport avec leur métier.

La distance par rapport aux métiers de la communication pourrait se manifester par un jugement sévère de la qualité des documents que les professionnels de la communication adressent aux journalistes. Est-ce vrai ? Je formule l'hypothèse 10:

10. Les supports d'informations fournis par les professionnels de la communication sont jugés être trop nombreux, quoique de bonne qualité.

Les hypothèses couvrent la majeure partie des sujets abordés dans le questionnaire. Il reste cependant des thèmes sur lesquels on dispose de très peu de connaissances. Cela concerne particulièrement les indicateurs du degré de la professionnalisation du métier que Howard Wilensky (1964) a formulés ainsi:

1. Il faut que le métier puisse s'exercer comme occupation principale.
2. L'accès à la profession nécessite une certaine formation sanctionnée par un diplôme.
3. Ceux qui appartiennent à la profession s'organisent dans une association professionnelle qui assure le lien entre les professionnels, entre autres via la publication des revues spécialisées.
4. Une fois bien déterminé le domaine d'activités occupé par la profession, les tâches moins valorisantes sont déléguées aux métiers voisins.
5. Des conflits de générations surgissent au sein de la profession.
6. Dans le processus de la professionnalisation surgissent des conflits avec les métiers voisins.
7. Afin d'exclure les incompetents et de créer une bonne image de marque, le domaine d'activités et la déontologie professionnelle sont souvent codifiés sous forme de lois ou de chartes.

Sans être une véritable profession à cause de l'absence de réglementation d'exercice du métier par le moyen d'un diplôme obligatoire, le journalisme répond aux critères 1, 4, 6 et 7 de la professionnalisation. Mais quel est le degré de syndicalisation ? Selon *Presse Actualité*, n° 144, mars 1980, la moitié des journalistes était syndiquée.⁹¹ Lisent-ils des revues ou magazines relatives à leur métier ? Y a-t-il des conflits de générations ? Ajoutons donc deux hypothèses:

⁹⁰ Vistel 1993: 52 sq.

⁹¹ Cité d'après Rieffel 1984: 156.

11. *Un journaliste sur deux est syndiqué. Dans l'ensemble, les journalistes ne lisent pas d'ouvrage ni de revue ou magazine sur le journalisme.*

12. *Parmi les journalistes des pages locales de la presse quotidienne, il n'y a pas de conflit de génération important.*

5. Méthode

Le choix de la méthode appliquée doit se faire en fonction de la nature des hypothèses formulées. Une large partie de mes hypothèses portent sur les valeurs et attitudes personnelles des journalistes. Or, l'observation non-participante ne saurait nous renseigner là-dessus: on ne peut observer que les actions concrètes. Celles-ci ne permettent pas de tirer des conclusions quant aux opinions et attitudes puisque de nombreux facteurs interviennent qui causent un écart entre les attitudes et opinions et les actions du sujet. Pour explorer ces dernières, les sciences sociales ont recours à la technique de l'enquête par interview. Cette technique de connaissance du social s'inscrit dans un cadre hypothético-déductif qui contribue à la construction de l'objet de recherche, à la mise en oeuvre de sa description rigoureuse et objective ainsi qu'à l'élaboration des schéma explicatifs qui en rendent compte.⁹²

On distingue plusieurs types d'interviews selon le degré de liberté d'expression accordé à l'enquête (directifs, sémi-directifs ou non-directifs), et selon les modalités du déroulement (questionnaire auto-administré ou en face-à-face). Les interviews sémi-directives sont employées notamment dans le cadre d'une étude exploratoire, c'est-à-dire quand on en sait trop peu sur le champ d'investigation pour pouvoir formuler des questions avec propositions de réponse. Or, dans notre cas, il ne s'agit pas d'une enquête exploratoire stricto sensu. S'il est vrai qu'on sait peu sur les localiers, il n'empêche que les études menées sur les journalistes dans leur totalité (ou sur un groupe précis de journalistes) permettent de formuler des hypothèses de travail. Ensuite, il faut construire des variables qui traduisent les notions et concepts contenus dans les hypothèses. Cette traduction marque en effet le passage (difficile!) d'une définition abstraite à des critères opérationnels de recherche. Le fait de disposer d'hypothèses opérationnalisées sous forme de variables m'amène à opter pour l'interview directive à l'aide

⁹² cf. Javeau 1988: 33.

d'un questionnaire. Cette méthode a pour avantage d'assurer une fidélité de l'instrument dans la mesure où l'influence de l'enquêteur se trouve réduite. Le même instrument pourrait être repris pour élargir l'enquête en termes de l'échantillon.

Le fait de s'appuyer sur des enquêtes parmi les journalistes en général suppose en fait la transposabilité de la grille d'analyse employée dans ces études. Il en découle le risque de passer à côté de l'essentiel, à côté de la spécificité du journalisme local. C'est pourquoi l'interview entièrement directive dans le sens stricte du terme n'est pas utile: un questionnaire entièrement constitué de questions fermées qui comptabilise les opinions serait dysfonctionnel dans notre cas. Il faut inclure un certain nombre de questions ouvertes qui laissent la possibilité aux enquêtés de s'exprimer librement.

La construction du questionnaire, véritable art, doit tenir compte des caractéristiques des enquêtés. J'ai eu affaire à des journalistes qui, selon mon expérience personnelle antérieure, n'apprécient pas qu'on les enferme dans un discours préformulé, donc qu'on les confronte à trop de questions dichotomisées. Ce sont des communicateurs professionnels qui ont en général une capacité supérieure de s'exprimer, ce qui laissait espérer un rendement satisfaisant des questions ouvertes. Cependant, force est de constater que les journalistes ont davantage l'habitude d'être du côté de l'enquêteur et qu'ils ont quelques difficultés à donner des réponses concises. Il faut donc limiter le nombre de questions ouvertes car les développements excessifs sont difficiles à gérer au cours d'une interview de face-à-face. C'est en fait la méthode d'interview pour laquelle j'ai opté. Ce choix s'explique par les raisons suivantes:

- l'expérience montre que le rendement des questionnaires auto-administrés est généralement faible;
- l'envoi des questionnaires cause des frais importants auxquels s'ajoutent les frais de téléphone pour trouver les noms des destinataires et pour leur rappeler le renvoi des questionnaires remplis;
- la situation dans laquelle le questionnaire est rempli n'est pas contrôlable par le chercheur; il n'est pas possible d'exclure que plusieurs personnes remplissent ensemble le questionnaire;
- l'écriture de certains journalistes, rapide en général pour prendre beaucoup de notes, est parfois difficile à déchiffrer ce qui entrave l'exploit des questions ouvertes;
- la manière dont répondent les enquêtés (spontanée, hésitante, lentement...) apporte une information complémentaire au contenu manifeste de leurs réponses: seule l'interview d'en face-à-face permet de la saisir;

- au cas où l'interview se déroule dans les locaux de la rédaction, elle permet en même temps de se faire discrètement une idée sur les conditions de travail (niveau de bruit, éclairage, équipement, espace...).

5. 1. Questionnaire

Trajectoire professionnelle

1. Pourriez-vous me raconter brièvement votre carrière professionnelle, c'est-à-dire depuis quand travaillez-vous en tant que journaliste, quels postes avez-vous successivement occupés, quelle est votre fonction actuelle ?

Aborder en cas de besoin les questions suivantes:

- changement de rubrique ?
- périodes de chômage ?
- les métiers autres que le journalisme exercés auparavant ou intermédiairement
- changement de région ?

Faut-il commencer un questionnaire par une question ouverte ou non ? Les opinions des auteurs des manuels divergent là-dessus. En fait, la trajectoire professionnelle est difficilement abordable sous forme de question fermée. J'ai préféré débiter l'interview par ce sujet parce que cela permet de se faire une idée de l'interviewé.

2. Quelles sont les domaines que vous couvrez dans votre poste actuel ?

Satisfaction

Les questions 3 à 6 concernent la satisfaction, en distinguant les aspects inhérents au métier (questions 4 et 5) des aspects liés au poste occupé actuellement. Ces questions permettent de vérifier l'hypothèse 2.

L'échelle permet de graduer la réponse et d'éviter qu'un oui prononcé du bout des lèvres compte autant qu'un oui fervent. Quant à la notation sur cinq, elle permet à la fois une graduation suffisante et l'adoption de la position neutre.

Dans le souci d'éviter les inconvénients dus à une ventilation toujours identique des items, la méthode du split-ballot a donc été appliquée pour les batteries d'items (hormis la question 9). Un ordre différent a été établi pour chaque questionnaire.

3. En ce qui concerne la satisfaction d'exercer le métier de journaliste, diriez-vous que vous êtes globalement très satisfait, satisfait, peu satisfait, mécontent ou très mécontent ?

très satisfait 5
satisfait 4
peu satisfait 3
mécontent 2
très mécontent 1

4. Quels sont, selon vous, les avantages de votre métier ?

5. Quels en sont les inconvénients ?

6. Vous avez dit que vous étiez globalement.....(reprendre réponse).....de votre métier. Je vais vous lire plusieurs facteurs de satisfaction. Pourriez-vous me dire à l'aide d'une échelle de 1 à 5 si vous êtes satisfait ou non de ce côté-là, 1 représentant très mécontent et 5 très satisfait ?

	très mécontent			très satisfait	
-rapports avec les collègues	1	2	3	4	5
-souplesse de l'emploi du temps	1	2	3	4	5
-utilité de la formation professionnelle	1	2	3	4	5
-ligne éditoriale du journal	1	2	3	4	5

-sécurité de l'emploi	1	2	3	4	5
-temps que vous pouvez consacrer à la recherche d'informations	1	2	3	4	5
-charge de travail	1	2	3	4	5
-possibilité de promotion interne	1	2	3	4	5
-possibilité de suivre une formation continue	1	2	3	4	5
-horaires	1	2	3	4	5

Projets professionnels

Les questions 7 et 8 permettent de vérifier les hypothèses 1 et 3.

7. Où est-ce que vous aimeriez travailler dans 5 ans, dans le journalisme ou dans un autre domaine ?

journalisme >qu. a)
autre domaine >qu. b)

a) Et dans quel type de média ?

journal
magazine
télévision
radio
agence
je ne sais pas

autre.....

b) Et quel est ce domaine ?

.....>qu. c)

c) Quelles sont vos raisons pour ce souhait ?

.....

je ne sais pas

Est-ce que vous souhaitez travailler dans une autre région ou préférez-vous rester dans la région lyonnaise ?

autre région >qu. a)
Lyon

a) Quelle est cette région ?

.....

Groupes de référence

Cette question se rapporte à l'hypothèse 6.

9. Dans votre métier, vous êtes continuellement en contact avec divers représentants de groupes sociaux. Pourriez-vous m dire si vous recevez de leur part des commentaires ou réactions sur votre travail, à l'aide d'une échelle de 1 à 5, 1 si vous ne recevez jamais de commentaires et 5 si vous en recevez souvent ?

(noter 9 en cas de refus)

	jamais				souvent
-les lecteurs	1	2	3	4	5
-les collègues rédacteurs du même niveau hiérarchique	1	2	3	4	5
-les collègues rédacteurs d'un niveau hiérarchique supérieur	1	2	3	4	5
-les confrères des médias concurrents	1	2	3	4	5
-les professionnels de la communication	1	2	3	4	5
-la famille	1	2	3	4	5
-les amis	1	2	3	4	5

-les annonceurs	1	2	3	4	5
-les partis politiques	1	2	3	4	5
-les syndicats	1	2	3	4	5
-les associations diverses	1	2	3	4	5
-les églises	1	2	3	4	5

Sources d'information

10. J'aimerais qu'on parle des professionnels de la communication et des dossiers et circulaires qu'ils publient. Pourriez-vous me dire si vous êtes d'accord ou non avec les affirmations suivantes, à l'aide d'une échelle de 1 à 5, 1 si vous n'êtes absolument pas d'accord et 5 si vous êtes tout à fait d'accord.

Les circulaires et dossiers de presse...

	pas d'accord			d'accord	
-fournissent des informations indispensables	1	2	3	4	5
-m'inspirent des sujets	1	2	3	4	5
-me font gagner du temps	1	2	3	4	5
-sont fiables	1	2	3	4	5
-sont trop nombreux	1	2	3	4	5
-sont bien présentés	1	2	3	4	5
-font perdre la distance critique	1	2	3	4	5
-remplacent les articles écrits par les journalistes	1	2	3	4	5
-sont superflus	1	2	3	4	5

11. Est-ce que vous avez accès, au sein de votre entreprise, à un centre de documentation ?

oui >qu. a)
non

a) Combien de fois est-ce que vous vous en servez ?

plusieurs fois par semaine
une fois par semaine
2 à 3 fois par mois
une fois par mois
moins d'une fois par mois
jamais
je ne sais pas

Les questions 12 à 16 concernent l'auto-alimentation du milieu journalistique sur laquelle aucune hypothèse n'a été formulée.

12. Quels journaux lisez-vous régulièrement, c'est-à-dire tous les numéros ou presque et hormis le vôtre ?

13. De quels magazines lisez-vous tous les numéros ou presque ?

14. Combien de jours par semaine regardez-vous les informations locales sur TLM ?

0 1 2 3 4 5 6 7
je ne sais pas

15. Et combien de jours regardez-vous celles de France 3 ?

0 1 2 3 4 5 6 7
je ne sais pas

16. A part cela, quelles sont les publications, émissions de radio et de télévision que vous lisez, écoutez ou regardez au moins une fois par mois ?

Les questions 17 à 20 abordent l'usage que font les journalistes des autres médias. On postule en fait que tous les médias n'offrent pas le même type d'information, les uns relatant surtout des faits bruts de l'actualité (exemple: France Info), les autres proposant plutôt des analyses et des enquêtes plus fouillées.

17. Dans le cadre de vos loisirs ou pour votre culture personnelle, à quels médias vous adressez-vous ? Donnez au maximum trois titres de la presse écrite ou audiovisuelle!

18. Sur quels titres vous appuyez-vous pour trouver des idées pour des sujets d'articles ?

19. Pourriez-vous nommer les titres dans lesquels vous trouvez des éléments qui vous aident à analyser l'actualité ?

20. A quels médias prêtez-vous attention afin de ne pas passer à côté d'un événement ou d'une tendance importants ?

Les questions 21 et 22 servent à recueillir des données sur le degré de professionnalisation des journalistes, en considérant que la lecture des publications sur son propre métier fait partie de indicateurs de la professionnalisation.

21. Est-ce que vous avez lu pendant les 12 derniers mois, un ouvrage sur le journalisme ?

oui > qu. a)
non

a) Pourriez-vous me dire lequel ?

.....

22. Et les revues et magazines sur le journalisme et les médias, est-ce que vous en lisez ?

oui > qu. a)
non

a) Lesquels ?

.....

Pratiques professionnelles

23. Le journaliste a recours à différentes méthodes de collecte d'informations. Parmi les méthodes suivantes, lesquelles acceptez-vous assez généralement, quelles sont celles qui seraient justifiées dans certaines situations et quelles sont les méthodes que vous refusez quelle que soit la situation ?

	acceptables	situation	refus
-payer la personne afin qu'elle donne une information confidentielle	1	2	3
-utiliser des documents privés tels que lettres ou photos sans demander d'autorisation	1	2	3
-faire pression sur les informateurs	1	2	3
-ne pas respecter la promesse de discrétion	1	2	3
-feindre une opinion afin d'inspirer confiance à quelqu'un	1	2	3
-se taire sur sa qualité de journaliste, se faire passer pour quelqu'un d'autre	1	2	3
-enregistrer l'informateur sans le mettre au courant	1	2	3

Image du public

Les qualificatifs proposés se situent sur plusieurs niveaux. Les items 6, 7, et 12 sont des critères socio-démographiques qui sont habituellement relevés dans les enquêtes diverses. Les items 3, 9, 10 et 11 sont des caractéristiques sur lesquels un journaliste pourrait se faire une idée grâce au

courrier. Les items 1 et 4 s'y rattachent puisque le fait de recevoir fréquemment du courrier au sujet des articles à contenu politique peut amener le rédacteur à penser avoir affaire à un lectorat intéressé par la politique. Les autres items sont difficilement vérifiables par quelque moyen que ce soit, mais relèvent presque nécessairement de l'imaginaire du journaliste. Il n'empêche que penser à un lectorat conservateur, tolérant ou encore ouvert d'esprit est susceptible d'influer sur le choix des sujets et l'angle de vue.

24. J'aimerais qu'on parle maintenant de vos lecteurs tels que vous les voyez. Pourriez-vous me dire à l'aide d'une échelle de 1 à 5 si vous êtes d'accord avec les qualificatifs suivants, 1 représentant que vous n'êtes absolument pas d'accord et 5 que vous êtes tout à fait d'accord ?

Les lecteurs...

	pas d'accord			d'accord	
-s'intéressent à la politique	1	2	3	4	5
-sont conservateurs	1	2	3	4	5
-sont cultivés	1	2	3	4	5
-sont engagés	1	2	3	4	5
-sont tolérants	1	2	3	4	5
-sont riches	1	2	3	4	5
-sont vieux	1	2	3	4	5
-ont de l'influence dans la société	1	2	3	4	5
-sont critiques	1	2	3	4	5
-sont exigeants	1	2	3	4	5
-sont bien informés	1	2	3	4	5
-se situent politiquement parlant à gauche	1	2	3	4	5
-sont ouverts sur le monde	1	2	3	4	5

Missions et rôles du journaliste

Une grille assez différenciée comprenant 13 items est proposée aux journalistes. Ces items recouvrent plusieurs conceptions de rôle qui oscillent entre deux pôles: le journaliste comme médiateur-ordonnateur et le journaliste comme critique engagé exerçant une fonction de contrôle. A mi-chemin entre ces deux pôles se situe le journaliste qui prétend rendre service à son public, et le distrait tout en assurant l'expression de ses idées et de ses besoins dans l'espace public.

Ces trois rôles principaux que traduisent les items constituent en fait la synthèse des six modèles décrits par Rieffel (1984), les quatre fonctions principales selon Weischenberg et alii (1994) (fonctions d'information, de contrôle et de critique, et de médiation), et les trois rôles dominants selon Wilhoit/Weaver (1986) (adversary, interpretive/investigative and information dissemination role).

25. On peut assigner des rôles ou missions différents au journaliste vis-à-vis de son public et de la société plus généralement. Je vous lirai une liste de rôles possibles et vous demanderai de me dire à l'aide de l'échelle de 1 à 5 si vous êtes d'accord ou non, 1 si vous n'êtes pas du tout d'accord et 5 si vous êtes tout à fait d'accord.

Le but de la question suivante est de savoir si les missions avec lesquelles journalistes peuvent s'identifier sont réalisables dans l'exercice quotidien de leur métier. Les missions que les journalistes assignent à leur métier ne sont pas nécessairement identiques avec les missions réellement entreprises, pour des raisons diverses (ligne éditoriale, budget de temps pour la recherche, espace rédactionnel...)

Question à poser après avoir noté le degré d'accord avec les items:

(pour les items qui ont recueilli 4 ou 5 sur l'échelle)

26. Reprenons les affirmations avec lesquelles vous êtes d'accord. Pourriez-vous me dire si vous pensez parvenir personnellement à accomplir cette mission très bien, bien plutôt bien, plutôt mal, mal ou très mal ?

Le journaliste se doit de ...

	pas d'accord				d'accord	
	1	2	3	4	5	
-refléter la réalité, d'en rendre une image objective	TB	B	pB	pM	M	TM
-expliquer les événements au public	1	2	3	4	5	
-attirer l'attention sur les problèmes actuels de la société	TB	B	pB	pM	M	TM
-prendre position dans un débat, un conflit	1	2	3	4	5	
-distraindre le public	TB	B	pB	pM	M	TM
-défendre les droits des minorités, être l'avocat des marginaux	1	2	3	4	5	
-dévoiler des secrets, des affaires	TB	B	pB	pM	M	TM
-rendre service au public, lui donner des informations pratiques	1	2	3	4	5	
-critiquer les failles de la société	TB	B	pB	pM	M	TM
-donner la possibilité aux gens moyens de s'exprimer	1	2	3	4	5	
-montrer de nouvelles tendances et communiquer de nouvelles idées	TB	B	pB	pM	M	TM
-être un contre-pouvoir dans le domaine politique, économique ou autre	1	2	3	4	5	
-influer sur l'agenda politique	TB	B	pB	pM	M	TM

27. A part cela, voyez-vous d'autres rôles ou missions que vous jugez importants ?

non
oui >qu. a)

a) Pourriez-vous préciser ?

Activités annexes

28. De nombreux journalistes sont sollicités pour des activités qui sont plus ou moins en rapport avec leur métier, telles que l'animation d'un débat. En ce qui vous concerne, avez-vous déjà...

-participé en tant qu'intervenant à un débat ou une conférence	oui	non
-animé une conférence ou un débat	oui	non
-réalisé une plaquette de théâtre, d'une association ou d'un autre organisme	oui	non
-donné des cours dans un établissement d'enseignement supérieur	oui	non
-réalisé un publi-reportage	oui	non
-conseillé une entreprise concernant sa communication externe	oui	non

Pour terminer, j'aurai à vous poser quelques questions à des fins statistiques.

29. Quel est votre niveau d'études ?

.....

29a) si bac+2 ou plus:

De quelle filière s'agit-il ?

.....

30. Depuis combien d'années travaillez-vous dans l'entreprise ?

.....

31. Avez-vous la carte de journaliste professionnel ?

oui >qu. a)

non

a) Depuis combien de temps ?.....

32. Quel est votre âge ?

.....ans

33. Quelle est votre situation familiale ?

célibataire

vivant maritalement

marié

divorcé ou séparé

veuf/veuve

34. Combien d'enfants avez-vous ?

.....

35. Quel est l'arrondissement ou la commune que vous habitez ?

.....

36. Est-ce que votre logement vous appartient ou l'avez-vous loué ?

propriétaire

locataire

37. Concernant votre position politique, où vous situez-vous sur une échelle de 1, extrême gauche, à 5, extrême droite ?

	extrême gauche			extrême droite	
	1	2	3	4	5

38. Est-ce que vous êtes membre d'une organisation syndicale de journalistes ?

oui >qu. a)

non

a) De laquelle ?

.....

5.2. L'échantillon et l'échantillonnage

Afin de construire le corpus de l'enquête de façon représentative, il aurait fallu relever le nombre de journalistes travaillant dans la presse quotidienne régionale ainsi que leurs caractéristiques socio-démographiques. Par la suite, on aurait pu stratifier la population et tirer ensuite par hasard ou par quotas un nombre représentatif de journalistes par strates. Cette méthode, certes la plus scientifique possible, se heurte à deux problèmes: le temps restreint et l'inaccessibilité de

telles statistiques. En fait, la Commission de la Carte n'a pas pu (ou n'a pas voulu) les donner et le fichier du Club de la Presse présente l'inconvénient que tous les journalistes ne sont pas adhérents du Club.

Finalement, seule la méthode boule de neige a décidé de l'échantillon. J'ai demandé au standard des rédactions de parler aux responsables des pages locales, où, à défaut, au responsable d'un service. Après les avoir interviewés, je leur ai demandé de m'indiquer les noms de leur collègues ou confrères.

L'inconvénient majeur de ce système est le risque de rester à l'intérieur d'un cercle de journalistes ayant certaines affinités, tant professionnelles que privées.

La théorie des probabilités connaît deux cas de figure pour le calcul de la taille de l'échantillon: soit la population mère est finie et connue dans sa totalité, soit la taille de la population mère est inconnue. Dans ce dernier cas, qui est le nôtre, l'échantillon doit comprendre au moins 30 cas pour que les résultats des calculs statistiques soient significatifs statistiquement parlant. Il m'a été matériellement impossible de rencontrer plus de 30 journalistes, et, quoi qu'il en soit, un échantillon représentatif a été impossible à établir pour des raisons antérieurement évoquées.

L'échantillon comprend 10 personnes. En raison de la faible envergure de l'échantillon, les analyses statistiques complexes n'ont pas pu être effectuées. Par contre, j'ai essayé de tenir compte au maximum des remarques et réflexions faites par les journalistes, en adoptant la thèse de la théorie du discours selon laquelle la manière dont quelqu'un parle apporte une information complémentaire au contenu manifeste du discours. Ce faisant, l'enquête se situe en effet à mi-chemin entre une approche quantitative et une approche qualitative.

5.3. Déroulement de l'enquête

J'ai été agréablement surprise par le fait qu'aucun journaliste sollicité n'a refusé de participer à l'enquête. Par contre, il a fallu appeler jusqu'à cinq fois avant de pouvoir joindre le journaliste. Dans la plupart des cas, le rendez-vous avait lieu deux à trois jours plus tard. Deux journalistes ont dû reporter le rendez-vous, ce qui constitue une faible proportion.

Il n'y avait pas d'heure type à laquelle les journalistes pouvaient se libérer le plus facilement. Les interviews se sont déroulées entre le 13 avril et le 17 mai, donc en pleine période électorale. Aucune n'a duré plus de 40 minutes et aucun des participants ne l'a trouvée trop longue. A l'exception d'un cas, tous les entretiens ont eu lieu dans les locaux des différentes rédactions. Ceci a permis de se faire une idée des conditions de travail. Aucune des rédactions ne dispose

d'une salle de réception et comme les journalistes partagent souvent le bureau avec deux ou trois collègues au minimum, une tierce personne était souvent présente, ce qui a peut-être influencé les interviewés. Cinq interviews ont été brièvement interrompues par un coup de téléphone, dont quatre venaient apparemment de l'intérieur.

Concernant les conditions de travail, j'ai été frappé par le calme qui régnait dans la plupart des cas. Le manque de place est également frappant. Les bureaux se plient littéralement sous le poids des documents et papiers qui s'entassent. Les étagères sont surchargées et beaucoup de papiers s'empilent par terre. Interrogé sur les inconvénients du métier, un journaliste a spécialement évoqué les conditions de travail en désignant de la main les amoncellements chaotiques répandus à l'entour.

Un seul journaliste a refusé l'enregistrement de l'interview; dans un autre cas, le bruit de fond rendait l'enregistrement impossible. Je leur ai indiqué que l'enregistrement permettait d'aller plus vite en prenant moins de notes et permettait de tenir compte des réflexions et remarques provoquées par telle ou telle question.

Quant aux réactions des journalistes face au questionnaire, la plupart ont développé certains items. Deux journalistes ont fait très peu de commentaires et dans un cas extrême, un journaliste a commenté pratiquement toutes les questions et propositions de réponse dont il critiquait la formulation. Ce problème est inhérent au type de questionnaire. Tout le monde ne peut pas y trouver systématiquement son compte.

5. Résultats

5.1. Composition de l'échantillon

total	10
dont femmes	3
dont	
-salariés	8
-pigistes titulaires de la carte professionnelle	1
-pigistes non titulaires de la carte professionnelle	1
dont	
-Le Progrès	5
-Lyon-Figaro	3
-Le Monde Rhône-Alpes	2
dont service	
-politique	3
-économie	2
-culture	1
-petite locale, vie des quartiers	1
-autres (urbanisme, sciences, santé/médecine, religion, éducation)	3

Le faible nombre de pigistes n'est pas un hasard. Les journalistes du Progrès et du Figaro ont dit que leurs journaux ne faisaient pas appel aux pigistes, à l'exception "d'un survivant d'une situation antérieure".

6.2. L'ancienneté

Il faut distinguer l'ancienneté dans la profession de l'ancienneté dans l'entreprise. L'année de l'obtention de la carte professionnelle a été choisie comme index pour l'ancienneté dans la profession, et, à défaut, la date de l'entrée dans l'entreprise.

Les journalistes ont entre 6 et 20 ans d'ancienneté dans la profession, la moyenne étant de 10,1 ans. Hormis 2 journalistes arrivés il y a environ deux ans dans leurs entreprises respectives, la date de l'obtention de la carte coïncide grosso modo avec la date d'entrée dans l'entreprise.

6.3. L'âge et la situation familiale

30 à 33 ans	6
41 à 44 ans	3
45 ans et plus	1
célibataires, sans enfants	5
vie maritale, sans ou avec un enfant	2
marié, 1 ou 2 enfants	3

La moitié des journalistes interrogés sont donc célibataires, tous appartiennent à la première catégorie d'âge.

L'âge n'est pas forcément lié à l'ancienneté dans la profession: on peut avoir 33 ans et 12 ans de carrière derrière soi comme on peut avoir 42 ans et 9 ans d'ancienneté. Tout dépend du niveau d'études et des métiers exercés avant d'intégrer une rédaction.

6.4. Le niveau d'études

L'évaluation des réponses n'est pas facile car 5 personnes présentent des cas particuliers: deux ont fait deux diplômes qui se situent au même niveau après bac, et trois journalistes ont interrompu les études pour cause d'embauche. En comptant un niveau entamé comme acquis, on arrive aux résultats suivants:

Niveau d'études

bac + 2	2
bac + 3	1
bac + 4	4
bac + 5	3
moyenne:	bac + 3,8

Filières

droit	2
sciences politique	2
lettres	2
philosophie	1
histoire	2
école de journalisme	3
école de communication/de relations publiques	2
autres (information-communication, stylisme, musicologie)	3

Cinq journalistes sont passés par une école qui prépare aux métiers de la communication, on peut donc supposer qu'ils sont dans la profession par vocation et non pas par hasard. Ceci, bien sûr, n'exclut pas que les autres n'ayant pas cette formation spécifique n'y sont pas par vocation. Deux des interrogés sont devenus journalistes après avoir exercé un autre métier.

5.5. La carrière professionnelle et la satisfaction

L'entrée dans le métier n'a été directe que pour trois des interviewés. Tous les autres sont passés par des stages et/ou par une période de pigiste. En plus de cela, trois journalistes ont été correspondant de quartier ou collaborateur occasionnel avant de faire un stage ou des piges.

On sait de sept interviewés avec certitude qu'ils ont changé de rubrique. Quatre ont débuté dans la petite locale dont trois ont occupé ou occupent des postes où ils écrivent peu, se consacrant soit à la mise en page, soit à la coordination des correspondants locaux. Il n'y a pas de parcours type. On peut passer par la locale, la politique et les informations générales avant de faire de l'économie, on peut également changer à l'intérieur du vaste domaine du social en faisant successivement de l'enseignement, des loisirs, de la santé/médecine, de la religion et de l'urbanisme. Bref, tout semble être possible. Un seul des interviewés n'a jamais changé de rubrique. Dans leur poste actuel, tous les journalistes couvrent un domaine spécifique qui peut être, selon les cas, assez vaste.

Le secteur géographique couvert dépend des journaux: comme le Monde et Lyon-Figaro sont des éditions régionales d'un quotidien national, les rédacteurs ne couvrent pas les événements d'intérêt national, sauf s'ils se passent à Lyon. Au Progrès, en revanche, les rédacteurs des service politique et économique s'occupent de l'ensemble des événements; il n'y a pas de répartition entre le national et le régional à l'intérieur des rédactions.

Tous sont satisfaits de ce qu'ils font:

Satisfaction

(1= très mécontent; 5=très satisfait):

moyenne de la satisfaction globale	4,7
souplesse de l'emploi de temps	4,31
rappports avec les collègues	4,3
ligne éditoriale du journal	3,8
possibilité de promotion interne	3,78
charge de travail	2,75
temps pouvant être consacré à la recherche d'informations	3,7
horaires	3,6
utilité de la formation professionnelle	3,29
possibilité de suivre une formation continue	3,2
sécurité de l'emploi	3,06
salaire	2,9

Les journalistes ont fait des remarques intéressantes sur plusieurs items.

La souplesse de l'emploi de temps et les horaires ont suscité plusieurs réactions, ce qui était prévisible.

Les journalistes ne connaissent pas d'horaires. Les seules contraintes sont l'heure de bouclage et, au Monde, une conférence à 8h30 à laquelle il faut assister. Mais s'ils n'ont pas de rendez-vous, ils sont libres de venir à 10 heures ou même plus tard. Ce sont les événements qui dictent les horaires. Les journalistes sont au service de l'actualité et non pas l'inverse. Quelque chose d'imprévu peut toujours arriver: "Si Noir se faisait assassiner la nuit, il faudrait y aller." L'emploi du temps est donc "à la fois souple et rigide." Est-ce un avantage ou un inconvénient ? Difficile de trancher. "Ca joue dans les deux sens", confirme un journaliste du Progrès. Pour les plus âgés des journalistes, c'est plutôt un désavantage. D'autres disent que même si, "exceptionnellement, on reste travailler tard, jusqu'à minuit", l'absence d'horaires ne les dérangent pas. Les journalistes finissent quand même tard en général. A la question de savoir s'ils regardent les informations régionales sur TLM ou France 3, 8 journalistes ont répondu spontanément que les informations passaient trop tôt, qu'ils n'étaient pas encore rentrés chez eux à cette heure-là. En contrepartie de leur longue journée de travail, une bonne ambiance semble régner entre collègues.

Les horaires et la souplesse de l'emploi du temps sont liés, au moins indirectement, à la charge de travail. Deux journalistes ont répondu qu'elle était très variable et dépendait des moments. Pour illustrer ce propos, une journaliste a expliqué qu'elle avait eu cinq conférences de presse la

veille mais deux jours avant, elle n'avait fait qu'une brève dans la journée. A part ces deux journalistes qui ont préféré ne pas répondre à cette question, quatre interrogés ont dit que la charge de travail était "un peu beaucoup" et se sont déclarés mécontents ou très mécontents (1,2 sur l'échelle). Par conséquent, la note moyenne bascule vers le mécontentement. Le temps qu'ils peuvent consacrer à la recherche d'informations ne souffre apparemment pas sous cette charge de travail. Ceci m'a beaucoup étonnée, vu que les journalistes allemands et américains sont constamment à court de temps. Les commentaires de la part des journalistes français en disent plus long: le budget de temps pour la recherche, a fait remarquer une journaliste, dépend du type de support. S'ils n'ont jamais le temps de "chercher une information jusqu'au bout", c'est parce qu'ils travaillent dans la presse quotidienne. Le temps dépend aussi du sujet: s'il s'agit d'un événement d'actualité brûlante et qu'il faut le sortir le lendemain, "c'est difficile". Les journalistes du Monde et ceux du Progrès se disent plus satisfaits de ce côté-là que leurs confrères du Figaro. Leurs réponses faisaient comprendre qu'ils pouvaient prendre un jour de plus s'ils n'avaient pas fini une enquête.

Le salaire n'est pas jugé beaucoup plus favorablement que la charge de travail, mais là encore, les opinions divergent entre 1 et 5 sur l'échelle, entre "il est satisfaisant" et "il est misérable", et ceci à l'intérieur d'un même journal.

Les journalistes n'augmentent pas leur revenu par des activités annexes. Aucun journaliste n'a dit avoir conseillé une entreprise concernant sa communication externe ni avoir fait un publi-reportage ni avoir réalisé une plaquette de théâtre ou d'un autre organisme.

Notons quand même que seuls trois journalistes sont propriétaires de leur logement, mais les raisons peuvent être autres que le salaire.

Quant à la promotion interne, la plupart croit que la possibilité existe. Un journaliste en a eu une, mais n'aimant pas sa nouvelle fonction, il y a renoncé après coup. Mais la précarité paraît également menacer une partie des interviewés; toutefois les réponses varient entre "il n'y a pas de sécurité du tout" et "la sécurité est tout à fait satisfaisante". Dans l'ensemble, les journalistes du Progrès estiment leur emploi plus sûr que leurs confrères. Il faut se rappeler qu'il y a eu de profonds changements dans le paysage de la presse quotidienne régionale lyonnaise au début des années 1990. Lyon-Figaro employait jusqu'en 1990 60 journalistes qui remplissaient 80 pages. Suite à une baisse du nombre des pages publicitaires de 60%, l'équipe rédactionnelle a été réduite à 12 journalistes qui ne produisent plus qu'une trentaine de pages. L'année 1992 était

'année noire: Libération-Lyon a disparu et Lyon-Matin et Le Progrès ont fusionné. Seul, Le Monde Rhône-Alpes était "serein dans la tempête", selon Bernard Ellie.⁹³

Les aspects *utilité de la formation professionnelle et possibilité de suivre une formation continue* méritent un court commentaire. Ceux qui n'ont pas répondu ou ont hésité face au premier item, ont dit ne pas avoir eu de formation professionnelle, car ils n'ont pas fait une école de journalisme. Quant à la formation continue, plusieurs ne s'en sont pas occupés, soit parce qu'ils ne peuvent pas se libérer, soit parce qu'ils ne croient que "moyennement" à l'utilité d'une formation continue.

Les journalistes éprouvaient quelque difficulté à juger de la ligne éditoriale de leur journal. Cela concerne avant tout les journalistes du Progrès. Trois d'entre eux ont fait remarquer qu'il n'y a pratiquement pas d'éditorial au Progrès, que *ligne éditoriale* était donc "un bien gros mot pour notre journal". Un journaliste a ajouté qu'il trouvait bien de laisser le lecteur se faire son propre avis.

Interrogés sur leur attitude politique, deux des interrogés se sont situés légèrement à gauche, deux autres (du Figaro) modérément à droite et tous les autres ont préféré choisir le juste milieu, en ajoutant "mettez-moi bien au milieu, comme ça, il n'y aura pas de problèmes."⁹⁴ Si ces réponses correspondent à la réalité, il est compréhensible qu'aucun journaliste n'a de problèmes avec la ligne éditoriale.

Tout compte fait, une grande satisfaction globale du métier se traduit aussi dans une assez forte satisfaction dans les détails.

6.6. Les projets professionnels

Vu le haut niveau de satisfaction du métier, il n'est pas étonnant qu'un seul journaliste envisage de quitter la profession et de s'orienter vers la communication. Un deuxième journaliste n'exclut pas de faire autre chose dans cinq ans.

La télévision, la radio et les agences - ces médias ne tentent personne parmi les interrogés. Aucun parmi eux n'a déjà travaillé dans ces médias, hormis dans le cadre de brefs stages. Une personne n'exclut pas la possibilité d'intégrer la presse magazine si l'occasion se présentait.

⁹³ Lettre du Club de la Presse no 12, 1992, p. 4.

⁹⁴ Un quart des journalistes allemands a réagi d'une façon comparable: ils ne voulaient pas se déclarer proches d'un parti quelconque. (Weischenberg 1994a: 9). Environ 60% de leurs collègues américains ont choisi le juste milieu politique. (Wilhoit/Weaver 1986: 26).

Concernant la question du lieu du travail, trois souhaitent rester dans la région lyonnaise. A eux-ci s'ajoutent trois journalistes n'ayant aucun projet précis dans l'immédiat, mais qui sont prêts à partir si l'occasion se présente. Trois journalistes ont envie de changer définitivement: deux n'ont pas de préférence géographique et un voudrait aller soit à Paris, soit sur la côte atlantique. Le dixième se dit prêt à partir, si c'est pour Paris, parce que "si vous voulez faire du bon journalisme, il n'y a pas trente-six mille solutions."

5.7. Les avantages et les inconvénients du métier

Pour un des journalistes, son métier est "le plus beau du monde". Pour un autre, il comporte tant d'avantages qu' "il faudrait presque écrire un bouquin" là-dessus. Je n'irai pas jusque là, loin s'en faut, puisque les avantages énumérés se résument à quelques items.

L'avantage le plus fréquemment cité est ce qu'on pourrait appeler l'absence de monotonie. Les sujets changent en permanence ainsi que les très nombreux interlocuteurs. "On ne fait jamais la même chose deux jours de suite." La moitié des interviewés ont parlé de leur rôle d'observateur, ils se voient "au coeur de la vie" et, cherchant l'information et la traitant au quotidien, ils touchent un peu à tout. Trois journalistes ont fait allusion à la liberté d'action et de gestion du temps. "C'est nous qui nous mettons au travail, on ne reçoit jamais d'ordres." A cela s'ajoute, pour trois journalistes, le plaisir de l'écriture. Un autre trouve intéressant de pouvoir remettre en cause son travail, dont il est content de voir le fruit concret tous les soirs. Le fait de travailler pour un quotidien lui permet de "changer en permanence de direction si jamais on estime qu'on a mal fait ou qu'on n'a pas tout à fait bien assuré."

Seuls deux journalistes ont mentionné des valeurs plutôt altruistes: un journaliste reconnaît avoir "une certaine responsabilité quelque part", un autre est spécialement content d'exercer son métier dans un quotidien qui "de par sa tradition essaie d'être un journal du citoyen" et il trouve bien "de participer à sa modeste place à cette citoyenneté-là, de faire en sorte de donner aux lecteurs la possibilité de se faire son avis sur la France." Le journaliste est vu comme l'oeil des autres plus qu'un voyeur à son propre compte. Sa position d'observateur serait justifiée par les prétendues besoins d'un public.⁹⁵ Cela rejoint les discours sur le professionnalisme qui mettent en avant le principe selon lequel la société délègue la prise en charge d'une valeur fondamentale à un métier, lequel métier est exercé dans un souci altruiste.

⁹⁵ cf. Ruellan 1993: 24.

Inconvénients

On retrouve quelques-uns des avantages du côté des inconvénients.

Le rôle d'observateur fait qu'un journaliste a l'impression d' "être sur le fil du rasoir": côté positif, les lecteurs attendent et lisent tous les jours, de l'autre côté, "on peut aussi se tromper dans ce qu'on transmet au lecteur." L'avis d'un autre va dans le même sens quand il dit que l'inconvénient majeur, c'est qu'on travaille sur l'éphémère", d'où "la possibilité de se tromper."

La multiplicité des sujets n'est pas qu'un avantage pour l'un des interrogés. Un autre exprime sa difficulté à suivre l'information jusqu'au bout et son mécontentement résultant d'une information manquée.

L'absence d'horaires, le fait de travailler tard et les impondérables de l'actualité qui dictent l'emploi du temps sont évoqués comme inconvénient par quatre journalistes, mais deux ont ajouté qu'il n'y faut pas non plus ne voir que le revers de la médaille.

Trois journalistes ont donné une réponse particulièrement courte: ils ne voyaient que peu ou pas beaucoup, voire aucun inconvénient à être journaliste.

5.8. Les sources d'informations

Comment les journalistes trouvent-ils les informations dont ils ont besoin pour remplir leurs pages ?

J'ai interrogé mes interlocuteurs sur quatre types de sources:

- les médias
- les circulaires et dossiers de presse
- les interlocuteurs divers
- les centres de documentation propres aux journaux.

5.8.1. Les médias

Presse

Tous les journalistes interrogés sont des lecteurs des grands titres généralistes de la presse française:

Nombre de journalistes lisant les titres suivants:

Le Monde	8
Libération	7
Le Figaro	4
Le Progrès	5
L'Express	7
Le Nouvel Observateur	7
Le Point	4
Evénement du Jeudi	3
La Tribune	2
Les Echos	2

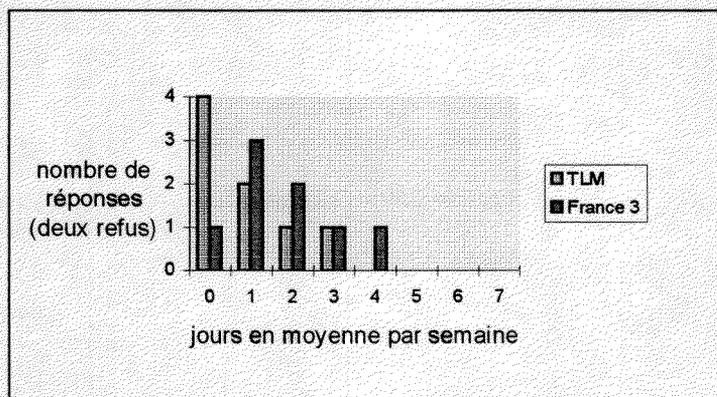
Il faut cependant noter que cette lecture n'est pas régulière (définie par lecture de tous les numéros ou presque) selon la plupart des interrogés. Le degré d'attention qu'ils portent à ces titres est également très variable. Quatre journalistes ont dit qu'ils feuilletent et tournent les pages plutôt qu'ils ne lisent. Ils lisent quand même régulièrement les quotidiens et les magazines, ils ne lisent pas toujours les mêmes.

A part les titres généralistes, plusieurs titres spécialisés sont lus par les rédacteurs des services concernés: La Tribune, Les Echos, Alternatives économiques, Le Moniteur, Urbanisme, Expansion, Le tout Lyon, Investir, Le Journal des Finances, Les Entreprises Rhône-Alpes et d'autres encore.

Signalons qu'un seul rédacteur lit de façon régulière Lyon Capitale.

Télévision

Quant aux informations locales télévisées, elle ne sont guère regardées:



Le M6 6 minutes lyonnaises a été évoqué dans la rubrique *émission regardée au moins une fois par mois* par deux journalistes, un troisième le regarde tous les jours et les enregistre le cas échéant.

La raison pour la faible audience n'est pas un manque d'intérêt mais un problème d'horaires: la moitié des journalistes ont dit que les informations passaient trop tôt, à une heure où ils étaient encore en train de travailler; le rédacteur qui regarde France 3 tous les jours le fait effectivement au bureau, car il a du temps à cette heure-là, étant donné qu'il vient d'envoyer les papiers à la presse. Un seul journaliste a été amusé par la question de savoir s'il regardait TLM: il a répondu "zéro fois" sans hésiter et en riant. Il regrettait, en revanche, de ne pas pouvoir regarder de façon plus régulière France 3 (à cause des horaires).

Étant interrogés sur les émissions de télévision qu'ils regardent au moins une fois par mois, quatre d'entre eux ont parlé des journaux télévisés nationaux.

Quoi qu'il en soit, les journalistes interrogés ne sont pas très téléphiles dans l'ensemble: trois ont dit qu'ils ne regardaient pas souvent la télévision, ou bien uniquement pour les bons films. Parmi les émissions évoquées par plus d'une personne: *Envoyé spécial* et *Les Guignols de l'info* avec quatre et trois nominations respectives.

Radio

En ce qui concerne la radio, quatre interviewés sont des fidèles de France Inter et, dans un moindre degré, de France Info, surtout le matin entre 7 et 9 heures. Europe 1, Europe 2 et RTL ont également trois interrogés parmi leurs auditeurs.

Pour résumer, les journalistes ont une grande variété de médias à leur disposition ("on reçoit un tas de trucs"; "on a un tas de doc") mais en font un usage plutôt irrégulier. Ils feuilletent ou tapent et s'arrêtent s'ils trouvent quelque chose d'intéressant. Ce résultat est confirmé par le très faible rendement des questions 17 à 20 (type d'usage selon les médias): la réponse unanime a été qu'ils parcouraient les médias et y faisaient des trouvailles par hasard plutôt que de se plonger dans un média précis afin de trouver tel ou tel élément d'information spécifique.

Le commentaire suivant résume peut-être bien la situation: "Je me suis trompé au départ. Le journaliste, je le considérais comme papivore parce que j'adorais lire les journaux; mais le journaliste n'a jamais trop le temps de lire les journaux, donc j'essaie de lire attentivement le Monde [son propre journal], autrement je feuillette Libération, Le Progrès et puis c'est tout!".

8.2. Les dossiers et circulaires de presse

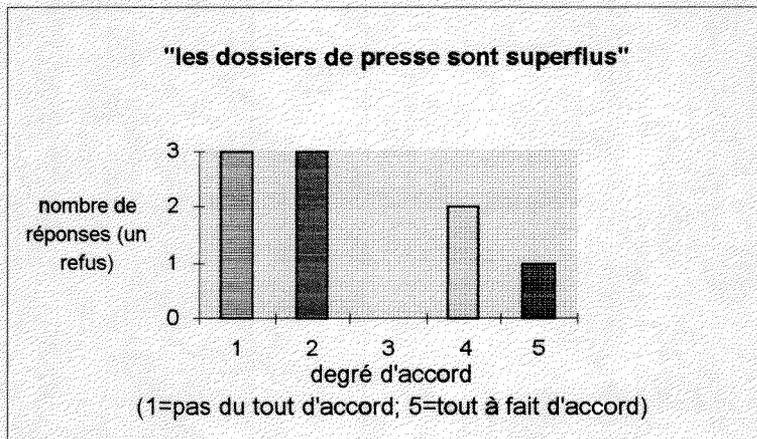
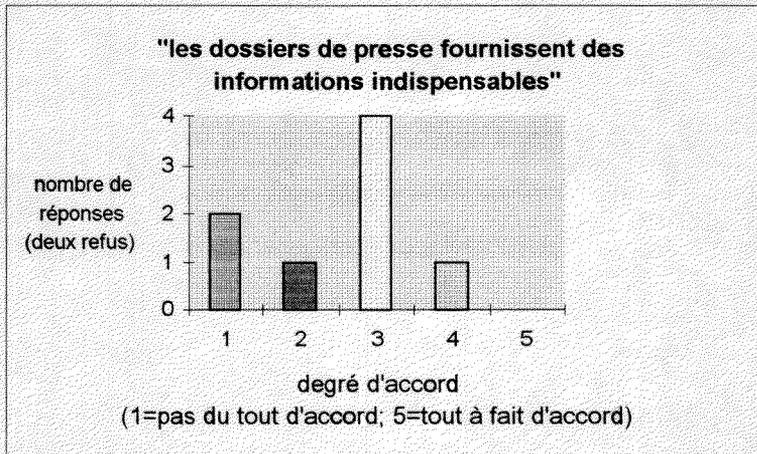
Pendant les 10 à 15 dernières années, les entreprises et institutions diverses se sont dotées d'un service de communication, dans le souci de se faire connaître et de se forger une bonne image de marque. Fidèle à l'adage selon lequel l'événement qui n'est pas dans le journal n'existe pas, ces services de communication s'attachent à créer des pseudo-événements (présentation d'un produit, inauguration d'un bâtiment etc.) auxquels les journalistes sont invités. Ils reçoivent un bon nombre d'invitations de ce genre, accompagnées en règle générale d'un dossier d'information. Est-ce que ceux-ci sont une source précieuse pour les journalistes ?

Les interviewés prétendent tous que ces dossiers ne remplacent en aucun cas des papiers écrits par des journalistes. Ces réponses sont-elles fiables? Peut-être y a-t-il là ce que j'appelle une question de légitimité. Qui avouerait sans problème que son travail serait facilement remplaçable par des produits émanant de l'extérieur du journal ? Deux journalistes avancent que "certains confrères se permettent effectivement de recopier ces dossiers" mais ces confrères, on ne le trouve assurément pas parmi les collègues du journal. Comme quoi les brebis galeuses ne seraient que chez les autres... Faut-il y voir ce que Ruellan appelle "une levée de boucliers" collective provoquée "invariablement" par "la critique des méthodes de travail, des missions, des processus de légitimation" ?⁹⁶

Un journaliste a répondu qu'il essayait toujours de ne pas reprendre les dossiers, tout en s'en inspirant.⁹⁷ Ce qui est étonnant dans ce contexte, c'est que les journalistes n'étaient plutôt pas d'accord avec l'affirmation *les dossiers m'inspirent des sujets*. Les réponses varient entre 2 et 3 sur l'échelle de 1 (pas du tout d'accord) à 5 (tout à fait d'accord). Mais les informations contenues dans ces dossiers ne sont ni indispensables (2,5 en moyenne), ni totalement superflues (2,4 en moyenne). Mais ces moyennes cachent la divergence des opinions. C'est pourquoi je juge utile de montrer dans le graphique suivant, la répartition des opinions par affirmation proposée.

⁹⁶ Ruellan 1993: 11.

⁹⁷ Il serait intéressant de faire une analyse des entrées et des sorties: prendre les dossiers de presse et aller voir ce qu'on en retrouve dans les journaux.



Les journalistes déclarent qu'en moyenne ces dossiers ne sont pas fiables. Faut-il y voir un jugement qui valorise leur travail ? Si ces documents ne sont pas fiables, le journaliste a par conséquent besoin de recouper l'information, de la vérifier: le travail qu'il fournit n'est donc pas superflu. Mais les journalistes prennent-ils vraiment le temps de vérifier ? Un parmi eux a dit que les dossiers étaient "fiables dans la mesure où on ne vérifie jamais la teneur des informations"!

Les dossiers font gagner du temps, "s'ils sont bien faits"; tous semblent s'accorder sur ce point. Qu'est-ce qu'un dossier bien fait aux yeux des destinataires que sont les journalistes ?

Les réflexions faites par trois journalistes permettent de dire, avec réserve à cause du nombre restreint de ces réflexions, qu'un dossier bien fait s'apparente à une fiche signalétique où figurent, sur au maximum deux pages et en style télégraphique, les principales informations et chiffres. Les journalistes ne demandent pas quelque chose de rédigé, de "sur mesure".

Les précédentes réflexions permettent également de mieux comprendre la fréquence élevée de la position neutre ainsi que l'abondance du commentaire "ça dépend" concernant l'appréciation des dossiers. Dans la mesure où les journalistes trouvent les renseignements pratiques qu'ils cherchent, les dossiers fournissent des informations indispensables, ils ne sont donc pas

superflus. Mais les dossiers mal faits sont apparemment trop nombreux et ils font baisser l'appréciation globale. Cette conclusion s'appuie sur des commentaires du type "il y en a trop qui ne servent à rien", "ils sont souvent superflus", "ils ne sont souvent pas complets", "il y en a qui neendent de la soupe", "c'est du gâchis de papier, que des arbres coupés pour des conneries".

Le pourcentage de dossiers bien faits est situé à 20% par un des interrogés, un autre pense qu'il n'y a qu'un tiers qui est bien, un tiers qui est lisible et un tiers qui va directement à la poubelle.

Quant à la présentation de ces dossiers, la qualité paraît variable: les journalistes ont souvent choisi la position neutre, et quatre ont ajouté que c'était "pour être gentil".

Un journaliste a été particulièrement sévère avec les directeurs de la communication: "Ils les [les dossiers] font toujours très gros parce qu'ils prennent le journaliste pour un imbécile, donc ils écrivent toujours très gros, très peu de mots par page pour bien dire que c'est important."

Le sort commun des dossiers est de finir assez rapidement par un classement vertical. Deux journalistes ont déclaré en garder certains pendant quinze jours avant de les mettre à la poubelle.

Dans l'ensemble, les journalistes ont plutôt une attitude négative vis-à-vis des dossiers de presse.⁹⁸ Peut-être ont-ils besoin de tracer une frontière avec les métiers de la communication.

Dans l'étude consacrée aux cadres, Luc Boltanski met en relief l'importance de l'effet de la frontière institutionnalisée dans l'action politique d'un groupe. Ces frontières entre groupes constitués autour d'un pôle d'attraction ne sont pas naturelles. Les journalistes sont peut-être particulièrement sensibles à la zone d'incertitude où l'attraction d'autres pôles se fait sentir.⁹⁹

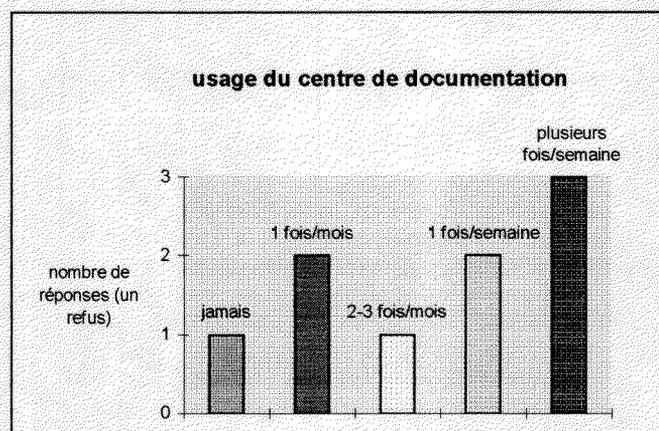
Les critiques de la presse mettent parfois en garde contre les activités des services de communication qui, selon eux, risquent d'abuser les journalistes. Cependant, la moitié des journalistes interrogés ne pensent absolument pas que les dossiers de presse font perdre la distance critique vis-à-vis du sujet. L'autre moitié est tout à fait consciente de ce risque. Peut-être ceux qui voient ce risque sont-ils plus vigilants et tombent moins vite dans le piège. Selon un des interviewés, les journalistes qui ne savent pas mettre une distance suffisante par rapport aux dossiers "ont un problème avec leur profession". Ce même personne pense que le journaliste ne doit pas se contenter de l'information qui lui est apportée. Son rôle est d'aller chercher une information supplémentaire. Le même avis a été expressément formulé par deux autres journalistes.

⁹⁸ Les journalistes allemands, en revanche, ont une opinion plutôt positive de ces dossiers. Mais ils pensent également qu'ils sont trop nombreux. (Weischenberg 1994b: 38).

⁹⁹ cf. Boltanski 1982.

5.8.3. Les centres de documentation

Les trois quotidiens de l'échantillon disposent d'un centre de documentation. Quant à la fréquence de l'usage que les journalistes en font, elle varie entre *jamais* et *plusieurs fois par semaine*. Le graphique montre la répartition des fréquences:



Le fait de travailler pour un certain journal n'est pas un indice de la fréquentation du centre de documentation. Il faudrait enquêter plus en profondeur pour en savoir plus sur les stratégies de documentation: Que contient le centre de documentation? Est-il bien organisé et facilement accessible? Quel type d'information les journalistes y cherchent-ils? Il n'a pas été prévu dans le cadre de ce mémoire de chercher des réponses à ces questions certes intéressantes, compte tenu de la complexité de la problématique.

5.8.4. L'enquête auprès des interlocuteurs

L'interview, l'entretien avec des interlocuteurs divers est une des techniques fondamentales de la collecte d'informations dont personne ne contestera ni l'utilité ni la légitimité. Mais ces personnes ressources se refusent parfois à délivrer l'information recherchée. Il faut apprendre "les ficelles pour vider un homme en cinq minutes."¹⁰⁰ Jusqu'où les journalistes sont-ils prêts à aller?

Tous les interviewés de cet échantillon refusent de payer une personne afin qu'elle délivre une information confidentielle, quelle que soit la situation. *Faire pression sur un informateur* et le non-respect d'un *off-the-records* sont pareillement refusés. Deux autres techniques sont jugées comme une faute déontologique moins grave: dans certaines situations, quatre journalistes

¹⁰⁰ Maupassant 1885: Bel-Ami; p. 62.

seraient prêts à feindre une opinion afin d'inspirer confiance à quelqu'un, et quatre pensent que le fait de se taire sur sa qualité de journaliste pourrait être justifié dans certaines situations. Un journaliste enregistrerait éventuellement l'interlocuteur sans le mettre au courant.¹⁰¹

Rappelons la Charte des Devoirs du Journaliste de 1938 selon laquelle le journaliste n'invoque pas un titre ou une qualité imaginaires pour obtenir une information.¹⁰² Prise au pied de la lettre, la Charte n'interdit pas de se taire sur sa profession. "Ils n'ont rien demandé et moi, je n'ai rien dit", raconte un journaliste qui a assisté à un débat auquel les journalistes n'étaient pas invités et sur lequel il a publié un article par la suite.

L'item *utiliser des documents privés tels que lettres ou photos sans demander d'autorisation* a provoqué deux commentaires du type "nous ne sommes pas un journal à scandales". Un autre journaliste a fait une réflexion intéressante qui porte sur la définition des termes *privé* et *utiliser*. Qu'est-ce qu'un document privé ? Une entreprise a-t-elle une vie privée ?, s'interroge-t-il. Il confesse qu'il regarde parfois discrètement ce qui lui passe sous le nez... "et après qu'on a vu, est-ce qu'on s'en sert ?" On peut s'en servir sans publier le document en question, "pour mettre une information en perspective", ajoute-t-il.

Néanmoins, l'ensemble des interviewés semblent avoir une conduite déontologique irréprochable. Trois journalistes ont expressément fait allusion aux interdictions de la Charte. La moitié des réponses était accompagnée d'un "ça ne m'est jamais arrivé, la question ne s'est jamais posée". Un journaliste a particulièrement insisté sur le besoin d'une relation de confiance entre le journaliste et son informateur, une relation où être malhonnête serait déplacé. Deux journalistes ont dit qu'ils n'étaient pas des "flics" ni "la Gestapo". Au fond, c'est peut-être beaucoup plus simple: "Nous arrivons assez bien à avoir les informations dont nous avons besoin sans avoir recours à ces méthodes douteuses." Philippe Simmonotne serait certainement pas d'accord avec cette affirmation. Selon lui, le journaliste n'a pas de choix: une information "qui n'est pas au

¹⁰¹ Cette technique concerne plutôt les journalistes de radio qui pourraient reproduire un son original. Le refus de leur part n'aurait rien de surprenant. En revanche, personne ne peut empêcher un journaliste de la presse écrite de citer son interlocuteur de mémoire. L'enregistrement clandestin n'y change pas grand-chose et le refus catégorique est un peu surprenant.

Les journalistes allemands sont plus nombreux à considérer ces méthodes comme justifiées dans certaines situations. Seule la moitié refuse catégoriquement de payer une personne pour une information, de se faire passer pour quelqu'un d'autre, de feindre une opinion ou d'utiliser des microphones cachés. (Scholl 1994: 22). Les Américains ont encore moins de scrupules: environ 50% ont dit qu'il pourrait être justifié de faire pression sur les informateurs et d'utiliser des documents confidentiels. (Wilhoit/Weaver 1986: 128).

¹⁰² cf. Albert 1990: 57.

service du pouvoir est une information que le pouvoir ne veut pas donner, c'est une information volée."¹⁰³

Et si tout dépendait du type de journalisme que les journalistes veulent faire ?

5.9. Les missions et rôles du journaliste

Le nombre de commentaires, de refus de répondre et d'hésitations montre qu'il s'agit d'un domaine sensible.

Les journalistes acceptent le plus volontiers le modèle du journaliste qui explique les événements, attire l'attention sur les problèmes de la société et rend service au lecteur tout en lui communiquant de nouvelles idées. C'est sur cette acceptation du journaliste que leurs opinions divergent le moins. Les items respectifs n'ont posé aucun problème quant à leur formulation et tous les interrogés y ont répondu.

Degré d'accord avec les rôles suivants

(1= pas du tout d'accord; 5=tout à fait d'accord):

expliquer les événements	4,9
attirer l'attention sur les problèmes de la société	4,8
rendre service au public, lui donner des informations pratiques	4,7
communiquer de nouvelles idées	4,67

Quant à *donner la possibilité aux gens moyens de s'exprimer*, donc le rôle de tribune, les journalistes y voient un peu moins leur mission, mais l'accord est tout de même assez fort: 4,2 en moyenne.

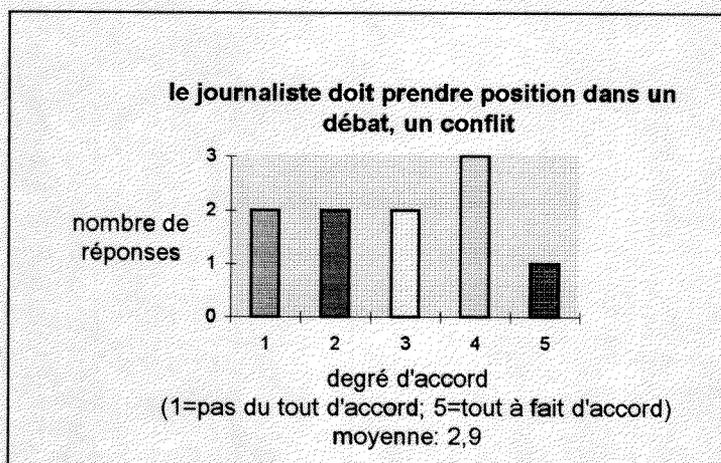
En revanche, ils refusent plutôt de voir dans la distraction du public un de leurs rôles. Si quatre des interviewés ont dit qu'il fallait faire des articles amusants de temps en temps, deux autres ont dit qu'il y avait les comédiens et les clowns qui s'en chargeaient.

Il s'agissait là d'items peu problématiques. Tous les autres ont suscité de vives réactions, qui ont porté soit sur la formulation, soit sur le fond des items.

Par exemple la question de savoir si le journaliste se doit de refléter la réalité, d'en rendre une image objective. Le terme d'objectivité occupe depuis longtemps les esprits¹⁰⁴ et la définition

¹⁰³ Simmonot 1977: 78.

qu'on en donne varie selon les pays. En ce qui concerne les interrogés, soit ils ont été tout à fait d'accord (5 sur l'échelle), soit ils ont préféré ne pas répondre. Dans le premier cas, un des interviewés s'est étonné qu'on puisse concevoir le journalisme autrement que comme miroir fidèle de la réalité. Trois ont émis une réserve en disant que l'objectivité ne peut jamais être parfaite car la perception du monde est subjective en soi et que deux journalistes couvrant le même événement peuvent aboutir à deux articles très différents. Mais tous les trois pensent qu'il faut tendre vers l'objectivité, qu'il faut "essayer d'être subjectivement le plus objectif possible". Trois des interrogés n'ont pas répondu. Un d'eux a dit que l'objectivité n'existait pas, les deux autres exigeant qu'on définisse d'abord l'objectivité ce qui, selon eux, serait peine perdue. La volonté d'être le plus objectif possible empêche quatre des journalistes de prendre position dans un débat tandis que d'autres n'y voient pas de problème. La critique des failles de la société obtient même un degré d'accord plus élevé:



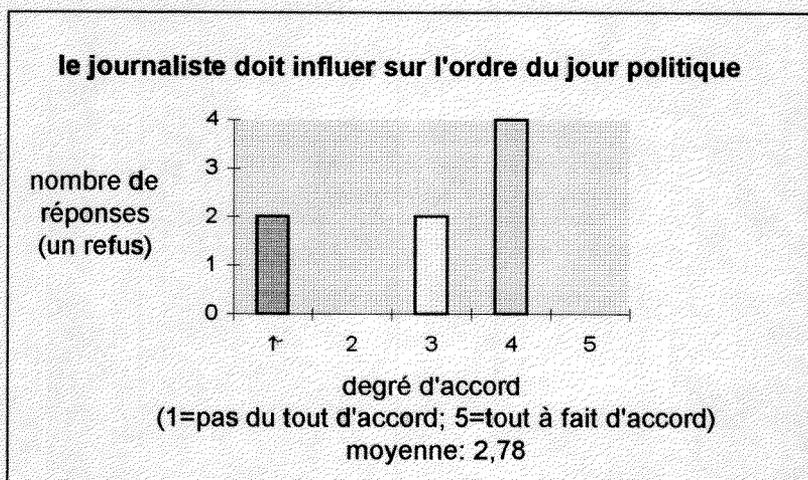
⁰⁴ Le discours sur l'objectivité a pleinement émergé au cours des années 50-60.

Les journalistes interrogés affichent également le dévoilement de secrets et d'affaires comme une mission du journaliste:



Les deux journalistes qui n'ont pas répondu l'ont fait pour des raisons très différentes. L'un ne voulait pas mettre *secrets* et *affaires* dans le même panier: il n'est pas d'accord pour dévoiler des secrets tandis qu'il pense devoir parler des affaires. L'autre tient à tenir compte des potentielles conséquences des révélations: si elles sont plus négatives que positives, il pense qu'il vaut mieux ne rien dire.

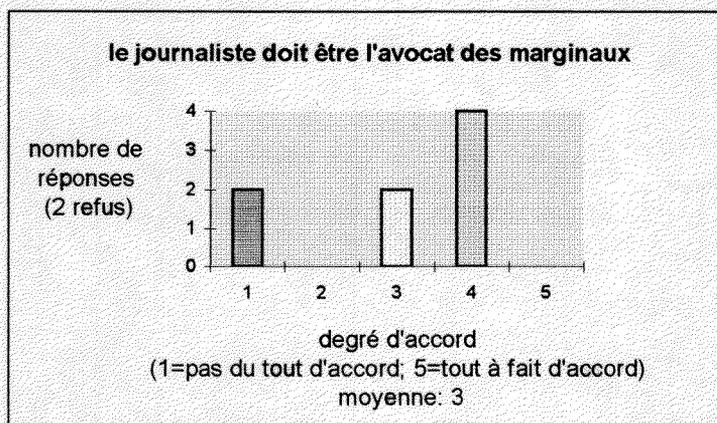
Les conséquences de la publication d'un article peuvent parfois aller du débat à la poursuite judiciaire. Dans quelle mesure un journaliste doit-il être militant, influencer sur les discussions dans l'espace public? Les journalistes sont assez partagés. Ils sont moins d'accord pour *influencer sur l'ordre du jour politique* que pour *être un contre-pouvoir*:





Quant aux conséquences et aux effets obtenus par leurs publications, ils sont assez sceptiques comme le révèlent leurs réactions: "Ce n'est pas forcément ce qui se passe dans la réalité", "ça aurait bien si c'était vrai", "je ne vois pas comment on peut influencer sur l'agenda", "on doit susciter un débat politique, forcément, mais je pense qu'on ne le fait pas assez", "il ne faut pas se faire d'illusions". D'autres prennent l'influence comme donnée: "on influence de toutes les façons", ont commenté deux journalistes. Même constat d'un autre journaliste à propos du journaliste comme contre-pouvoir: "on l'est de fait", sans que cela soit spécialement son but. En effet, les dernières recherches allemandes sur l'impact des quotidiens locaux sur les lecteurs concernant l'importance qu'ils attribuent à certains sujets locaux tendent à prouver un effet agenda-setting à court terme.¹⁰⁵

Est-ce que les journalistes se font un devoir d'être l'avocat des marginaux? Là encore, les opinions divergent:



¹⁰⁵ Eichhorn (1993); cf. également MacKuen, Michael Bruce (1981): Social communication and the Mass Policy Agenda; in: MacKuen/Coombes, Steven Lane (1981): More than News. Media Power in Public Affairs. Beverly Hills: Sage; 19-146.

En fait, les trois commentaires sur cet item révèlent que le journaliste doit attirer l'attention sur les problèmes et les dysfonctionnements, il doit "s'occuper des trains qui n'arrivent pas à l'heure", sans avoir comme but particulier de se faire l'avocat de qui que ce soit. Dans un sens, cela rejoint les items *prendre position* et *expliquer les événements*: expliquer - oui, mettre une opinion en avant - non. Ces deux attitudes me semblent difficilement conciliables. Comment éviter de se trouver sur le fil du rasoir ? Le lapsus suivant d'un journaliste me semble être révélateur: "Dans votre cas, on ne prend pas position, mais on donne notre...ça revient au même." Comment ne pas prendre position tout en critiquant les failles de la société ? Comment les mettre en évidence sans se faire l'avocat des marginaux ? Autre réflexion qui illustre bien ce problème: Le journaliste "doit raconter le parcours d'un mec qui a le RMI mais il ne doit pas faire l'avocat, mais à partir du moment où il parle d'eux, de fait...[Le journaliste] n'est ni avocat ni critique (...), s'il a repéré une situation scandaleuse faite à une famille (...), son devoir, c'est de raconter ça et ensuite, à la société de réagir, la vraie fonction du journaliste, c'est celle du médiateur."

Le même modèle est préconisé par deux autres journalistes: ils concèdent qu'ils ont toujours un avis mais il faut éviter de le mettre en avant. Il faut présenter les faits et puis il revient au lecteur de se faire un avis. Cette conception est basée sur la croyance dans la véracité des faits accessible au journaliste. Elle revendique, à l'instar du journalisme anglo-saxon, une importante distance par rapport à l'objet observé.

La liste des rôles et missions proposée a paru exhaustive à huit journalistes. Seuls deux ont ajouté quelque chose: le journaliste devrait aussi essayer de susciter l'intérêt pour la culture (ce n'est pas le propos du rédacteur du service culture!) et il doit témoigner du présent pour une génération future, participer en quelque sort à l'écriture de l'histoire.

Évaluation du travail fourni

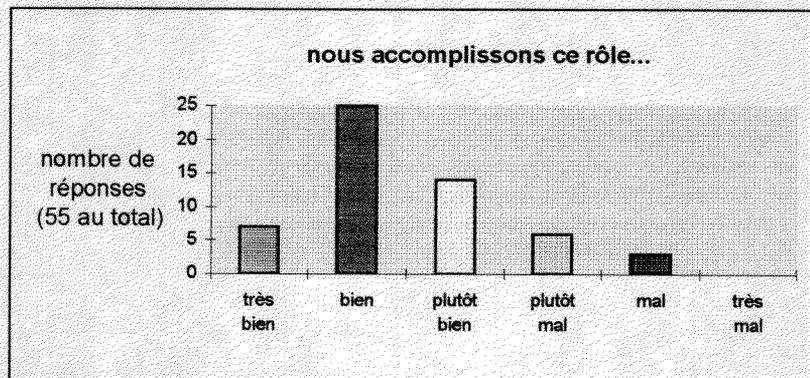
Après avoir relevé les rôles avec lesquels les journalistes sont d'accord, je leur ai demandé dans quelle mesure ils pensent accomplir ces rôles. Cela revenait en fait à une petite auto-critique. On peut discerner trois stratégies de réponse: soit ils sont refusé de répondre pour différentes raisons, soit ils ont fait la comparaison entre le journaliste en général et leur cas personnel en concluant de ne pas être concerné personnellement, soit ils ont accepté d'évaluer leur travail.

Dans plusieurs cas, il est tout à fait compréhensible qu'un interrogé ne se considère pas concerné: par exemple, comment quelqu'un qui écrit peu et qui ne fait pas d'enquêtes peut-il dévoiler des affaires ? D'autres ont dit que leur journal n'avait pas cette mission avec laquelle,

Par ailleurs, ils sont d'accord. Par conséquent, ils ne sont pas en mesure d'accomplir ce rôle. Il y a trois réponses de ce type.

Tous ceux qui ont répondu ont eu le réflexe de juger de l'ensemble du journal, malgré l'aspect personnel souligné dans la question.

Les journalistes ne sont pas seulement contents de leur métier mais aussi du travail qu'ils fournissent ensemble avec leurs collègues:



Il faut noter qu'un journaliste comptabilise à lui seul quatre critiques négatives sur huit.

Les rôles dont deux journalistes ont dit qu'ils étaient importants mais plutôt mal accomplis sont les suivants: attirer l'attention sur les problèmes de la société, influencer sur l'ordre du jour politique et communiquer de nouvelles idées. Les autres rôles dont un journaliste pense qu'il n'étaient pas accomplis à sa satisfaction sont: être l'avocat des marginaux, critiquer les failles de la société, donner la possibilité aux gens moyens de s'exprimer.

En résumé, on est tenté de dire que ceux qui voient le journaliste comme un défenseur d'idées et d'opinions pensent que les journaux ne jouent pas assez cette carte-là. Mais, en même temps, aucun de ceux qui voient comme rôle assigné au journaliste le dévoilement des secrets et des affaires et l'exercice du contre-pouvoir n'a dit que les journaux ne le faisaient pas au minimum plutôt bien.

La seule tendance lourde est donc le degré élevé de satisfaction parmi les journalistes.

Quelles sont les motivations de ceux qui se sont refusés à cette auto-critique ?

Deux journalistes n'ont pas voulu rentrer dans les détails. Ils ont déclaré faire leur métier le mieux possible. L'un d'eux a ajouté qu'il vaudrait mieux interroger les lecteurs parce que ce serait à eux de juger de la qualité des papiers. "On ne peut pas juger son travail, on ne se note pas", parce que ces notes seraient totalement subjectives.

t quel est ce lecteur qui jugerait des papiers ? A qui pensent s'adresser les journalistes ?

.10. L'image du lectorat

C'est la question qui, dans l'ensemble, a posé le plus de problèmes et a provoqué un maximum de haussements d'épaule. Le lecteur demeure le grand inconnu. La seule façon sûre qu'il a de se manifester est l'acte d'achat.

Une cinquième des questions est restée sans réponse. Petite parenthèse: le journaliste qui pense que c'est au lecteur de juger ses papiers, est en même temps celui qui a répondu le plus souvent "je ne sais pas". Il ne sait pas si ses lecteurs sont critiques ni s'ils sont vieux, bien informés, intéressés par la politique ou ouverts sur le monde: "j'en sais rien, je ne les connais pas assez." Hélas, il n'est pas seul dans cette situation. Cependant, si on regarde qui fait le plus souvent connaître leur avis sur le travail des journalistes, on s'aperçoit que les lecteurs arrivent en première position. L'image du lectorat que les journalistes dégagent de ces contacts est la suivante:

L'image du lectorat: degré d'accord avec les qualificatifs suivants

(1= pas du tout d'accord; 5= tout à fait d'accord):

critiques	4,75
exigeants	4,1
bien informés	3,89
s'intéressent à la politique	3,89
vieux	3,75
conservateurs	3,56
cultivés	3,5

Pour chacun des ces items, une personne au maximum n'a pas répondu.

La base de données est trop faible pour dire si l'image des lecteurs varie selon les journaux. Par contre, je constate que les rédacteurs du Progrès ont pour certains qualificatifs une image peu homogène de leurs lecteurs qu'ils cependant en commun. Si le rédacteur du service politique ne pense pas que le lectorat s'intéresse à la politique (valeur 2 sur l'échelle), contrairement à tous ses collègues interrogés (valeur 4), il dit en même temps avoir assez souvent des réactions de la part des lecteurs (valeur 4). Comment concilier ces deux réponses quelque peu contradictoires ? Même si les réactions portaient toutes sur la forme (coquilles...), elle seraient néanmoins une preuve de lecture.

Un journaliste pense que ses lecteurs sont mal informés, ce qui est étonnant puisque - comme l'a remarqué un autre interviewé - c'est son journal qui les informe.

Quant à savoir si le lectorat est engagé et influent, les rédacteurs du Progrès n'y croient pas, contrairement à leurs collègues du Figaro. Aucun journaliste ne pense avoir affaire à des lecteurs plutôt riches, mais quatre ajoutent que "ce ne sont pas les plus pauvres non plus", compte tenu du prix du journal.

Les lecteurs sont considérés légèrement à droite par les rédacteurs du Progrès (qui ont souligné qu' "il y a de tout", parce que Le Progrès ne serait pas un journal d'opinion), à droite par ceux du Figaro et légèrement à gauche par ceux du Monde.

Je leur ai parlé des enquêtes effectuées parmi le lectorat. A mon grand étonnement, l'existence même de telles enquêtes demeure l'objet d'un doute. Un rédacteur du Progrès a dit qu'il en avait une en cours, tandis que son collègue a affirmé que le Progrès ne faisait pas d'enquêtes. Deux journalistes de deux journaux différents ont exprimé leur déception vis-à-vis des enquêtes parce qu'elles ont montré que les lecteurs s'intéressent avant tout au carnet du jour - "c'est un résultat désastreux pour le journaliste". L'un des deux pense que les enquêtes ne sont pas fiables.

À part les lecteurs, quelles sont les personnes qui font connaître leur avis aux journalistes ?

5.11. Les groupes de référence

Les journalistes ont été amenés à noter entre 1 (jamais) et 5 (souvent) la fréquence des commentaires et réactions qu'ils reçoivent de la part de différents groupes sociaux. Il s'agit ici du retour sur des papiers déjà publiés.

Sur la liste proposée figurent huit groupes sociaux auxquels tous les journalistes devraient avoir affaire et quatre autres qui ne concernent pas forcément tous les services dans la même mesure, à savoir les partis, les syndicats, les associations et les églises, qui sont à traiter à part.

Voici le classement:

Fréquence des réactions et commentaires de la part des groupes suivants

(1= jamais; 5= souvent):

lecteurs	3,3
famille	3
rédacteurs du même niveau hiérarchique et d'un niveau hiérarchique supérieurs	2,9
confrères	2,5
amis	3,3
professionnels de la communication	3
annonceurs	1

es lecteurs arrivent donc en tête de liste. Mais la fréquence varie entre 2 et 5 selon les rédacteurs. Les appréciations allaient de "ils appellent tous les jours" (service politique) jusqu'à "on a très peu de courrier" (service économie). Le nombre de réactions dépend, selon plusieurs journalistes, des sujets. Un rédacteur du Monde a une façon intéressante d'évaluer le courrier des lecteurs: "On dit qu'un lecteur écrit pour 100. S'il y a un qui écrit, il y a 100 autres qui en ont envie mais ne l'ont pas fait. Si vous recevez donc cinq lettres, ça commence à faire du monde." Selon ce même journaliste, le retour des lecteurs est le seul important, ils sont les meilleurs juges d'un journal. Il concède en même temps que "la seule chose qu'on puisse savoir, c'est s'ils sont toujours aussi nombreux à lire ce journal-là."

es discussions à l'intérieur du journal ont lieu dans le cadre des réunions quotidiennes où on discute surtout du contenu du jour, mais à part ces renseignements pratiques "chacun s'occupe de ses propres oignons". Les supérieurs semblent intervenir "quand ça ne va pas". En ce qui concerne les discussions entre confrères, seul le rédacteur du service culture a dit qu'elles étaient fréquentes.

es autres groupes extérieurs au journal paraissent intervenir dans la mesure où ils sont concernés par les papiers: "si vous faites un papier sur les marchands de croissants, vous allez avoir une réaction des marchands de croissants (...), ça fonctionne toujours en tant que corps constitué." Effectivement, selon les groupes sociaux proposés, la réponse des journalistes était souvent soit "jamais - je ne travaille pas avec eux", soit "souvent, j'ai souvent affaire à eux." Les syndicats font-ils exception ? Les deux rédacteurs du service économie disent ne jamais avoir de réactions de leur part.

En revanche, les professionnels de la communication sont très actifs. Si quatre rédacteurs ont néanmoins dit ne pas avoir de réactions, c'est qu'ils ne prennent pas ces réactions au sérieux. Ils ont expliqué que les professionnels de la communication appelaient toujours pour remercier les journalistes d'un papier, mais il s'agirait d'une activité intéressée qui faisait partie intégrante de leur métier. "Tous les corps constitués qui, depuis la montée en flèche de la pseudo-

ommunication, font pression sur le travail du journaliste, ça, on s'en bat l'oeil, ça, il faut le dire, dans l'ensemble, on s'en tape."

es annonceurs paraissent ne pas intervenir. En tout cas, ils s'abstiennent, selon les journalistes, de faire des commentaires. Par contre, "ils appellent effectivement pour demander si on peut leur faire un papier, c'est assez courant. De toute façon, nous, on refuse d'en faire", a expliqué le rédacteur de la petite locale. En effet, aucun journaliste interrogé n'a dit avoir fait un publi-reportage.

12. La professionnalisation

ous les journalistes que j'ai rencontrés au cours de l'enquête m'ont donné l'impression d'être engagés dans leur métier qui se déroule en partie dans l'espace public et d'avoir réfléchi sur les enjeux qui en découlent. Est-ce que cela se manifeste également à travers l'adhésion à un syndicat ou bien la lecture d'ouvrages et de revues sur le journalisme ?

trois des dix journalistes interrogés sont membre d'un syndicat, dont deux du SNJ. Ce syndicat, issu du Syndicat des journalistes fondé en 1918, est le plus représentatif bien qu'il ne regroupe que 2000 journalistes sur les 26000 recensés par la Commission de la Carte. Suite à des entretiens avec 20 reporters, Ruellan explique ce faible taux de syndicalisation par le fait que les journalistes chercheraient le calme et la relative répétitivité dans leur temps libre plutôt qu'un militantisme social, politique ou syndical.¹⁰⁶

On sait de façon sûre de huit journalistes qu'ils sont membre du Club de la Presse de Lyon. Ce club est, par statut, une association qui a pour but "d'être, à Lyon, un point de rencontre et de dialogue libre de toute attache politique, philosophique ou religieuse."¹⁰⁷

trois journalistes ont lu un ouvrage sur le journalisme pendant les douze derniers mois. Il s'agit des sujets classiques: les Prix Albert Londres; Albert du Roy: *Le serment de Théophraste*; et un livre sur l'influence des nazis sur la presse française.

Quatre rédacteurs du Progrès ont dit qu'ils lisaient irrégulièrement quelques articles extraits de revues sur le journalisme ou les médias, quand il y a des photocopies qui circulent. Il s'agit donc d'une lecture épisodique, comme tous l'ont souligné.

Quant au motif de cette abstention, un journaliste a expliqué que "ça tourne un peu en rond, on a tendance à se regarder un petit peu du nombril, donc moi, j'évite."

¹⁰⁶ Ruellan 1993: 212.

¹⁰⁷ Annuaire du Club de 1994: 238.

7. Résumé: Les hypothèses - vraies ou fausses ?

Les journalistes interrogés sont satisfaits - de leur médium, de leur métier, de leur travail et d'être à Lyon. Aucun n'a pour projet concret de monter à Paris. Beaucoup d'entre eux ont changé de rubrique, personne n'a travaillé dans un autre médium ni souhaite le faire dans l'avenir.

L'hypothèse 1 s'avère donc en majeure partie vraie.

L'hypothèse 2 est également vraie. La charge de travail et le salaire ont récolté les plus mauvaises notes. Cela ne change rien au fait que tous sont contents de leur métier.

L'hypothèse 3 nécessiterait un échantillon plus important afin d'être vérifiée. Parmi les journalistes interrogés, il y a en effet un qui pense s'orienter vers le domaine de la communication. Il est impossible de dire si c'est une rare exception ou non.

L'hypothèse 4 se révèle vraie. En effet, les journalistes réclament plusieurs rôles qui, a priori, semblent se contredire. Ils veulent être médiateur neutre sans pour autant renoncer à la critique et à la mise en évidence des problèmes de la société. On assiste à la conciliation de deux modèles historiques du journalisme: en amont, l'enquête et la collecte d'informations ce qui était le modèle triomphant à la fin du 19^e siècle, en aval, l'analyse critique qui était dans le temps la tâche réservée aux chroniqueurs. Contrairement au reportage à l'américaine, le reportage français contemporain n'est pas qu'une collection de faits. Il est aussi une oeuvre de création originale et critique marquée par la présence de l'auteur.¹⁰⁹ Ce caractère bicephale est dû à la double origine du journalisme français: il a, d'un côté, un lien avec la politique, et de l'autre côté, un lien avec la littérature.

Dans l'ensemble, les journalistes tendent tout de même vers le modèle du journalisme d'information plutôt que vers le journalisme militant d'opinion.¹¹⁰ Deux motifs pour ce choix se dégagent. D'un côté, les effets d'un journalisme engagé sont jugés décourageants, voire impossibles à obtenir.¹¹¹ De l'autre côté, les journalistes préfèrent que le lecteur se fasse son avis. Le rôle du journaliste est de fournir les informations nécessaires derrière lesquelles sa personnalité doit s'éclipser. Peut-être le journalisme d'information est-il la solution d'un problème que Max Weber a déjà évoqué en son temps: Il n'est pas évident d'apporter sur-le-champ des vues sur toutes sortes de sujets sans tomber dans la platitude.¹¹²

¹⁰⁹ cf. Ruellan 1992: 11.

¹¹⁰ Sur ce point, les journalistes français ressemblent à leurs collègues allemands et américains. (Löffelholz 1994: 15; Wilhoit/Weaver 1986: 114).

¹¹¹ Les journalistes allemands partagent ce doute: un sur deux a dit qu'il pensait ne pas parvenir à influencer sur le système politique ni à le contrôler. (Löffelholz 1994: 17).

¹¹² Weber 1959: 148.

En revanche, l'hypothèse 5 est plutôt fausse. En ce qui concerne les journalistes interrogés, il n'y a pas d'ambiguïté entre les normes et buts du groupe professionnel auquel ils appartiennent et le fait d'être au service d'une organisation qui a ses exigences à elle. Rares sont les domaines où ils disent qu'ils pourraient mieux faire. Il faudrait enquêter plus en profondeur afin de savoir si la stratégie des journalistes consiste à adapter leurs aspirations à ce qui est réalisable dans la pratique afin d'éviter une dissonance cognitive. Peut-être les interviewés font-ils preuve de la même conformité que l'élite des journalistes, conformité "qui se ramène à l'acceptation et au respect des règles du jeu en vigueur".¹¹³

L'hypothèse 6 est à mon étonnement également fausse. Les contacts entre confrères sont certainement fréquents. "On est suffisamment assez peu nombreux, on se voit trois à quatre fois par jour, on va pas s'ignorer", a répondu un journaliste à Szabo.¹¹⁴ Mais ces contacts et ceux avec les collègues ne semblent pas porter sur la qualité du travail de chacun.

L'infirmité de l'hypothèse 7 ne s'ensuit pas, au contraire. Les journalistes ont effectivement une image floue de leur lectorat dont ils soulignent pourtant l'importance comme instance de légitimation. Peut-être n'est-ce qu'un inconvénient. Un rédacteur interviewé par Rieffel voit dans cette faible connaissance un gage d'indépendance: "Il est plutôt bon de ne pas le [le lectorat] connaître car on chercherait à lui plaire."¹¹⁵

L'hypothèse 8 est également vraie. Les interlocuteurs des journalistes interrogés ne risquent pas d'être piégés. Leur nom ne figurera pas dans un papier s'ils ne le souhaitent pas. Aucun journaliste ne fera pression pour obtenir une information mais aucun interlocuteur ne peut espérer gagner de l'argent en délivrant une information confidentielle. A la limite, les interlocuteurs ne sauront pas la vraie opinion des journalistes. Le reporter qui transgresse les règles déontologiques afin de bien accomplir sa tâche semble donc appartenir au monde des mythes tel qu'il est véhiculé par des films comme *Under fire*, *Shooter*, *Le dernier reportage*, *War zone* et bien d'autres encore.

Les journalistes interrogés sont suffisamment pris par leur métier et n'investissent qu'exceptionnellement d'autres champs professionnels. Ils ne touchent pas d'argent pour des activités de promotion quelconques. Il faudrait voir, avant d'infirmer l'hypothèse 9, si les pigistes sont plus actifs dans ce domaine.

¹¹³ Rieffel 1984: 157.

¹¹⁴ Szabo 1994: 34.

¹¹⁵ Rieffel 1984: 100.

Quant aux dossiers émanant du domaine de la communication, il y en a trop selon la plupart des journalistes. Leur qualité est loin de toujours satisfaire leurs destinataires. L'hypothèse 10 est donc à moitié vraie.

Les hypothèses 11 et 12 nécessitent une plus grand échantillon pour être définitivement confirmées. Ceci concerne particulièrement l'hypothèse 12. La moyenne d'âge de l'échantillon est très basse. Je me demande s'il faut y voir un hasard. Quand on regarde les photos d'identité des journalistes membres du Club de la Presse, il y a une forte majorité de personnes n'ayant certainement pas la quarantaine. Le questionnaire envoyé récemment par le Club de la Presse apportera certainement des informations sur les domaines touchés par les deux dernières hypothèses.

8. Perspectives

Après l'enquête, quatre aspects du milieu et du travail journalistiques me paraissent dignes d'être davantage analysés:

1. La situation des personnes qui contribuent au contenu des médias sans être rédacteur salarié: pigistes permanents et occasionnels, correspondants locaux, personnes qui travaillent dans la zone grise entre la communication et le journalisme. Comment se fait l'entrée dans le journalisme et que deviennent ceux qui en sortent ?
2. L'influence de la communications sur le journalisme. Dans quelle mesure les journalistes se servent-ils des dossiers de presse ? Malgré ce que les interviewés ont dit, je continue à croire que les circulaires de presse sont à l'origine de la plupart des articles, ne serait-ce que parce que ce sont des événements prévisibles qui facilitent la gestion de l'emploi du temps. A en juger de la lecture de la presse, le journalisme dit d'agenda, sévèrement critiqué outre-Rhin,¹¹⁶ est également abondamment pratiqué à Lyon.¹¹⁷ Dans les réponses affirmant le contraire, on voit plutôt une méfiance à l'égard des discours critiques qui se traduit par un contre-discours préventif. Il faudrait aussi analyser l'importance des dépêches d'agence.
3. Comment fonctionne le réseau d'informations ? Comment se fait le choix des sujets et des interlocuteurs ? Quel usage font les journalistes des centres de documentation ? Y a-t-il une

¹¹⁶ cf. Baerns 1985.

¹¹⁷ Concernant les médias des Etats-Unis, Bertrand (1987) estime qu'un tiers du contenu rédactionnel n'est que copie d'attaché de presse, propagande ou publicité déguisée.

concurrence entre les confrères des différents médias et comment se manifeste-t-elle ? Est-il vrai que les journalistes échangent des informations et se préviennent mutuellement d'un événement important et inattendu afin de s'éviter les "plantages" ? Ruellan fait état de telles pratiques¹¹⁸ tandis qu'un journaliste lyonnais a confié à Szabo qu'ils essayaient toujours de "griller l'autre sur une information".¹¹⁹

4. Une fois l'information recueillie, comment fonctionne le processus de fabrication de l'information ? Il y a très peu de travaux de recherche là-dessus. Les journalistes auto-décrivant ce processus n'aiment pas entrer dans les détails ou bien déproblématisent ce processus, constatent Wolton et Szabo.¹²⁰ Il serait intéressant de s'interroger sur l'élaboration concrète des messages qui passent par différents stades de filtration avant d'être publiés. Leur portée et leur genre peuvent s'en trouver modifiées.

Le domaine du journalisme est donc loin d'être suffisamment analysé. Il conviendrait de faire d'autres recherches afin de démythifier la profession. Les journalistes ont intérêt à y participer car des connaissances approfondies sur le système médiatique les mettraient en garde contre des attaques injustifiées et des attentes démesurées auxquelles ils ne pourront jamais répondre.

¹¹⁸ Ruellan 1993: 199.

¹¹⁹ Szabo 1994: 33.

¹²⁰ Wolton 1989, Szabo 1994.

9. Bibliographie

- Albert, Pierre** (1990): La presse française. La Documentation française.
- Arnould, Valérie/Delefosse, Martine** (1991): Avenir optimiste pour la région Rhône-Alpes; in: *L'écho de la presse*, supplément mensuel novembre 1991; 35.
- Auvret, Patrick** (1994): Les journalistes. Statut - Responsabilités. Delmas Belfond.
- Axiomédia**. Guide des médias de Rhône-Alpes (1994). Lyon: Intermédia.
- Baerns, Barbara** (1985): Öffentlichkeitsarbeit oder Journalismus ? Zum Einfluß im Mediensystem. Köln.
- Bertrand, Claude-Jean** (1987): Les médias aux Etats-Unis. PUF.
- Blanchet, Alain/Ghiglione, Rodolphe/Massonnat, Jean/Trognon, Alain** (1987): Les techniques d'enquête en sciences sociales. Dunod.
- Boltanski, Luc** (1982): Les cadres. La formation d'un groupe social. Les Editions de Minuit.
- Bourdieu, Pierre** (1994): L'emprise du journalisme; in: *Actes de la recherche en sciences sociales*, mars 1994, 3-9.
- Carr, M.** (1993): Archives and the journalist; in: *Archifacts*, 4/1993; 27-31.
- CFPJ** (1991): Lexique des termes de presse. Paris.
- Charon, Jean-Marie** (1990): Les médias du local; in: *Médiaspouvoirs* 18, 1990; 108-112.
- Charon, Jean-Marie** (1991): La presse en France de 1945 à nos jours. Editions du Seuil.
- Charon, Jean-Marie** (1992): Les Français et leurs médias. Doute toujours; in: *Médiaspouvoirs* 25, 1992; 24-35.
- Charon, Jean-Marie** (1993): Cartes de presse. Enquête sur les journalistes. Stock.
- Charon, Jean-Marie** (1994): Journalisme: une profession en mutation; in: *Communication et langages* 100, 1994; 175-183.
- Delacour, M.-O./Wattenberg, Y.** (1983): Dix petits tableaux de moeurs journalistiques. Mégreilis.
- Deligny, Henri** (1986): Le discours des journalistes sur leur formation professionnelle: L'idéologie du métier démasquée. Doctorat, Paris 4.
- Dubar, Claude** (1991): La socialisation. Construction des identités sociales et professionnelles. Armand Colin.
- Eichhorn, Wolfgang** (1993): An Experimental Test of the Agenda-Setting Functions of the Press. Paper submitted to the Mass Communication and Society Division of the Association for Education in Journalism and Mass Communication for the annual convention in Kansas city, August 1993.
- Elie, Bernard** (1992): Serein dans la tempête; in: *La Lettre du Club de la presse de Lyon* 48, déc. 1992/jan. 1993; 4.
- Esprit 1990**= Table ronde sur "Quel journalisme d'investigation ?", avec Jacques Derogy, Gilles Gaetner, Edwy Plenel et James Sarrazin; in: *Esprit* 12/1990, 18-34.
- Ferenczi, Thomas** (1993): L'invention du journalisme en France. Plon.
- Fischer, Gustave N.** (1992): Psychologie sociale de l'environnement. Toulouse: Privat.
- Goode, William J.** (1972): Professionen und die Gesellschaft. Die Struktur ihrer Beziehungen; in: Luckmann/Sprondel (éd.) (1972): Berufssoziologie. Köln.
- Guérin, Serge** (1990): Directeurs de la communication. Etat des lieux; in: *Médiaspouvoirs* 18, 1990; 73-80.
- Guéry, Louis** (1992): La presse régional et locale. Paris, CFPJ.
- Hermelin, Christian** (1992): Figures croisées du pédagogue et du journaliste; in: *Médiascope* 1, 1992; 80-84.

- Hienzsch, Ulrich** (1990): Journalismus als Restgröße. Redaktionelle Rationalisierung und publizistischer Leistungsverlust. Wiesbaden: Deutscher Universitätsverlag.
- Institut Français de Presse** (1992): Les journalistes français en 1990. Radiographie d'une profession. La Documentation française, SJTI, CCIJP.
- Jacquart, Hugues** (1988): Qui? Quoi? Comment? ou La pratique des sondages. Eyrolles.
- Jaffré, Jérôme/Missika, Jean-Louis** (1988): Les Français et leurs médias: crise de confiance; in: *Médiaspouvoirs* 18, 1990; 5-15.
- Jaget, Claude** (1992): Humeur; in: *La Lettre du Club de la presse de Lyon* 48, déc. 1992/jan. 1993; 2.
- Javeau, Claude** (1988): L'enquête par questionnaire. Manuel à l'usage du praticien. Editions l'Organisation.
- Kepplinger, Hans Mathias/Vohl, Inge** (1976): Professionalisierung des Journalismus? Theoretische Probleme und empirische Befunde; in: *Rundfunk und Fernsehen* 4/1976; 309-343.
- Lazar, Judith** (1991): Sociologie de la communication de masse. Armand Colin, collection U.
- Leroy, David J.** (1992): Levels of Professionalism in a Sample of Television Newsmen; in: *Journal of Broadcasting* 17, no 1, 1972.
- Levy, Fabienne** (1990): Liaisons dangereuses; in: *Médiaspouvoirs* 18, 1990; 23-28.
- Lipiansky, Edmond Marc** (1992): Identité et communication. L'expérience groupale. PUF.
- Löffelholz, Martin** (1994): Weder Missionar noch Wadenbeisser; in: *Sage & Schreibe Special* 2/1994, 14-17.
- Luhmann, Niklas** (1987): Soziale Systeme. Grundriß einer allgemeinen Theorie. Frankfurt: Suhrkamp.
- Martin, Marc** (1991): L'espoir perdu des sociétés de rédacteurs (1965-1981); in: Martin, Marc (1991): Histoire et médias. Journalisme et journalistes français 1950-1990. Albin Michel; 233-245.
- Mathien, Michel** (1989): Le système médiatique. Le journal dans son environnement. Hachette.
- Mathien, Michel** (1992): Les journalistes et le système médiatique. Hachette.
- Maupassant, Guy de** (1885): Bel-Ami. Edition Bookking International, Paris: 1993.
- McMane, Aralynn Abare** (1992): L'indépendance et le journaliste. Comparaison France - Etats-Unis; in: *Médiaspouvoirs* 26, 1992; 5-14.
- Molina, Manuel** (1989): Les journalistes. Statut professionnel, libertés et responsabilités. Victoires.
- Noelle-Neumann, Elisabeth/Kepplinger, Mathias** (1978): Communication in the Community. A Report on the German section of an International Research Project; in: **Halloran, J.D.** (éd.) (1978): Community and Communication. Paris: Unesco.
- Palmer, Michael** (1994): Les héritiers de Théophraste; in: Lacan/Palmer/Ruellan (1994): les journalistes. Stars, scribes et scribouillards. Syros; 101-205.
- Pigasse, Jean-Paul** (1991): Le dossier noir de la presse française. Editions de Forgues.
- Plenel, Edwy** (1994): Un temps de chien. Stock.
- Popper, Karl** (1973): la logique de la découverte scientifique. Payot.
- Prott, Jürgen** (1976): Bewußtsein von Journalisten. Standesdenken oder gewerkschaftliche Solidarisierung? Frankfurt.
- Rieffel, Rémy** (1984): L'élite des journalistes. Les hérauts de l'information. PUF.
- Rieffel, Rémy** (1992): Les journalistes français: image et présentation de soi; in: *Médiascope* 1, 1992; 64-73.
- Roucaute, Yves** (1991): Splendeurs et misères des journalistes. Calmann-Levy.
- Ruellan, Denis** (1992): Reporters. Les disciples de Zola; in: *Médiaspouvoirs* 1/1992, 5-11.

- Ruellan, Denis** (1993): Le professionnalisme du flou. Identité et savoir-faire des journalistes français. Grenoble: PUG.
- Sainsaulieu, R.** (1977): L'identité au travail. Presses de la Fondation Nationale des Sciences Politiques.
- Saint Cricq, Jacques/Charon, Jean-Marie** (1990): Entretien; in: *Médiaspouvoirs* 18, 1990; 100-107.
- Scholl, Armin** (1994): Wie fair sind die Journalisten ?; in: *Sage & Schreibe Special* 2/1994, 22-24.
- Serre, Pierre** (1990): La Gazette de Montpellier: City Magazine; in: *Médiaspouvoirs* 18, 1990; 113-116.
- Simmonot, Philippe** (1977): « Le Monde » et le pouvoir. Les Presses d'aujourd'hui.
- Strauss, Anselm L.** (1987): *Qualitative Analysis for Social Scientist*. New York: Cambridge University Press.
- Szabo, Cédric** (1994): Journalistes et modes de production de l'information dans la presse quotidienne lyonnaise. Mémoire de Maîtrise M.A.S.S., Université Lyon 2.
- Vistel, Jacques** (1993): Qu'est-ce qu'un journaliste? Rapport de mission au Secrétaire d'Etat à la Communication sur le cadre juridique de la profession de journaliste. SJTI.
- Voyenne, Bernard** (1985): Les journalistes français. D'où viennent-ils? Qui sont-ils? Que font-ils? CFPJ, Retz.
- Weaver, David H./Wilhoit, G. Cleveland** (1986): *The American Journalist. A Portrait of U.S. News People and Their Work*. Bloomington: Indiana University Press.
- Weber, Max** (1959): *Le savant et le politique*. Plon. (Original en allemand, 1958)
- Weischenberg et alii** (1991): Kompetenz und Technik. Journalistenausbildung für die Informationsgesellschaft. Abschlussbericht. Münster.
- Weischenberg, Siegfried** (1992): *Journalistik. Theorie und Praxis aktueller Medienkommunikation*. Bd 1: Mediensysteme, Medienethik, Medieninstitutionen. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Weischenberg, Siegfried et al.** (1994): Merkmale und Einstellungen von Journalisten; in: *Mediaperspektiven* 4/1994; 154-167.
- Weischenberg, Siegfried** (1994a): ...schon seit zehn Jahren Redakteur bei der Zeitung...; in: *Sage & Schreibe Special* 2/1994, 8-9.
- Weischenberg, Siegfried** (1994b): Sich selbst am nächsten; in: *Sage & Schreibe Special* 2/1994, 37-38.
- Wilensky, Howard** (1964): The Professionalization of Everybody?; in: *American Journal of Sociology* 70, 1964, 142-146.
- Willke, Helmut** (1991): *Systemtheorie. Eine Einführung in die Grundprobleme der Theorie sozialer Systeme*. Stuttgart: Fischer.
- Wolton, Dominique** (1989): Le journalisme victime de son succès; in: *Médiaspouvoirs* 13, 1989.

BIBLIOTHEQUE DE L'ENSSIB



849741D