

VERS UN PROFIL DU JOURNALISME « OCCIDENTAL » :

analyse empirique et comparative
des gens de presse en France,
au Royaume-Uni, en Allemagne et aux États-Unis

Aralynn Abare Mc MANE

Quelles sont les ressemblances ou les dissemblances entre journalistes britanniques, allemands, français et américains ? Existe-t-il un profil idéologique du journaliste « occidental » ? Les observateurs connaissent depuis longtemps des réponses à ces questions, mais les efforts des chercheurs pour rassembler systématiquement les preuves qui leur permettraient d'y répondre sont très récents

Nous ne disposons que de fort peu d'informations sur l'homogénéité des journalistes occidentaux

Au cours des dix ans écoulés, les spécialistes en sciences sociales ont commencé d'explorer la nature des journalistes travaillant dans les démocraties industrielles occidentales en posant des questions centrées sur les valeurs professionnelles des gens de presse (1) Tou-

tefois, ces comparaisons systématiques n'ont jamais fait intervenir les Français

L'objet de la présente étude est de commencer à combler ce vide en posant à un échantillon national de journalistes français des questions qui ont déjà été posées en Allemagne de l'Ouest, au Royaume-Uni et aux Etats-Unis. Ces questions appartiennent à deux domaines liés l'un à l'autre

Perception personnelle du rôle dans la société dans quelle mesure, éventuellement, les journalistes des nations occidentales se considèrent-ils comme des diffuseurs de l'information, des interprètes de l'information, ou des adversaires du gouvernement ?

Principes d'éthique professionnelle dans quelle mesure, éventuellement, les journalistes occidentaux des différents pays prônent-ils des critères différents d'éthique professionnelle ?

Méthode

Les données françaises proviennent de 484 journalistes de 55 organismes de presse français, sélectionnés par un processus d'échantillonnage aléatoire. Le sondage a été effectué par l'auteur au cours du printemps 1988. Les journalistes répondaient librement à ce questionnaire et le taux de réponse a atteint 70 % (2). Les réponses obtenues ont été comparées à des données précédemment recueillies par d'autres chercheurs en Allemagne, au Royaume-Uni et aux Etats-Unis. Les données concernant 450 journalistes alle-

(1) Aux fins de cette étude, le terme « démocraties industrielles occidentales » désigne les pays d'Europe occidentale et l'Amérique du Nord. Parmi les études comparatives systématiques effectuées antérieurement sur des échantillons nationaux de journalistes occidentaux, citons Wolfgang Donsbach, « Legitimacy through Competence rather than Value Judgments », *Gazette* 27 (1981), pp. 47-67 ; Renate Köcher, « Bloodhounds and Missionaries: Role Definitions of German and British Journalists », *European Journal of Communications* 1 (1986), pp. 43-64, et David H. Weaver & G. Cleveland Wilhoit, *The American Journalist: A Portrait of US News People and Their Work*, (Bloomington, Indiana, University Press, 1986). Dans un chapitre intitulé « Cross-Cultural Research on Acceptance of Journalistic Practices », Weaver et Wilhoit comparent leurs constatations sur les Américains avec celles concernant les journalistes d'Allemagne de l'Ouest et du Royaume-Uni (pp. 137-144).

(2) Pour une discussion complète de la méthodologie, cf. McMane on cité, *An Empirical Analysis of French Journalists in Comparison with Journalists in Britain, West Germany and the United States* (thèse de doctorat : Indiana University, 1989). L'auteur a bénéficié du soutien du Centre de perfectionnement des journalistes à Paris ainsi que de la School of Journalism et de la Graduate School de l'université d'Indiana. Un soutien financier lui a aussi été fourni par la Fondation Scripps-Howard et par une bourse d'études en langue et domaine étrangers. L'auteur tient également à remercier Claude-Jean Bertrand et Rémy Rieffel de l'Institut français de presse et des sciences de l'information, Paris.

mands et 405 journalistes britanniques ont été recueillies en 1980 pour l'Institut für Publizistik de Mayence (Allemagne), et pour le Centre for Mass Communication Research de Leicester (Royaume-Uni). Les données concernant 1 001 journalistes américains ont été recueillies en 1983 pour l'université d'Indiana (3). Dans l'idéal, il faudrait que les données soient recueillies dans tous les pays au même moment. Ces résultats doivent donc être considérés avec une certaine prudence. Toutefois, une étude séparée des journalistes de quotidiens américains, effectuée en même temps que l'étude française, a fourni des résultats qui corroborent les résultats de la comparaison des échantillons de la population journalistique globale obtenus sur différentes années (4).

Les questions axées sur la perception par le journaliste de son rôle dans la société touchent trois aspects de ce rôle. Une série de questions se concentrent sur la perception que chacune des personnes interrogées a de son rôle personnel dans la société en tant que journaliste. Une autre série de questions demande au journaliste d'évaluer le rôle général des médias dans la formation de l'opinion publique. La troisième série de questions s'efforce de juger comment ces perceptions personnelles peuvent se traduire en comportements, en présentant aux personnes interrogées un scénario et deux orientations d'actions possibles.

Les questions touchant aux pratiques professionnelles admissibles s'intéressent au traitement d'une source d'information pour un reportage que le journaliste considère comme important.

PERCEPTION PERSONNELLE DU RÔLE DANS LA SOCIÉTÉ.

Les questions posées dans le cadre de l'étude américaine ne sont pas les mêmes

que celles de l'enquête auprès des journalistes allemands et britanniques. Pour permettre la comparaison avec les trois autres pays, les journalistes français se sont vu poser les deux séries de questions.

Le rôle du journalisme chez les Français et les Américains

Une série de neuf définitions du rôle du journaliste a été utilisée deux fois dans les enquêtes américaines. Les répondants devaient évaluer l'importance revêtue à leurs yeux par chacune de ces définitions en utilisant cinq réponses possibles, échelonnées de « extrêmement important » à « pas important » et comprenant une catégorie « indécis ».

L'analyse des réponses effectuées par Weaver et Wilhoit a fait apparaître trois facteurs, ou trois groupes de questions, auxquels tout le monde tend à répondre de la même manière. Ces trois facteurs ont été dénommés valeurs de diffusion, d'interprétation et d'antagonisme. C'était, pour les valeurs de diffusion « Donner rapidement des informations » et « Privilégier les informations intéressant la majorité du public », pour les valeurs d'interprétation « Analyser et interpréter des questions difficiles », « Enquêter sur les informations données par les pouvoirs publics » et « Evoquer la politique du pays quand elle est en cours d'élaboration ». La valeur d'antagonisme figurant dans les deux études était « Se poser en adversaire des pouvoirs en étant sceptique sur leurs actions ».

Cette partie de l'analyse permet aussi de comparer deux groupes sondés au printemps 1988 : les journalistes de quotidiens français et américains. Les 310 journalistes de quotidiens français de mon étude ont exprimé un accord égal ou supérieur à celui des journalistes américains pour les définitions regroupées sous le terme de valeurs de diffusion. Ils étaient moins dis-

(3) Pour une analyse détaillée de l'étude britannique et ouest-allemande, cf. Renate Köcher, *Spurhund und Missionar. Ein vergleichende Untersuchung über Berufsethik und Aufgabenverständnis britischer und deutscher Journalisten* (thèse de doctorat : université de Munich, 1985). Les résultats sont discutés en français dans son article « DéTECTIVES et missionnaires : Les journalistes en RFA et en Grande-Bretagne », *Médiaspouvoirs* 13 (janvier-février 1989), pp. 114-128.

(4) Pour une discussion complète des deux études sur les journalistes de quotidiens, cf. McMane, *op. cit.*

posés que leurs homologues américains à soutenir les valeurs d'interprétation. Et il n'y avait pas de différence significative entre les deux groupes quant à l'unique valeur d'antagonisme incluse dans l'étude.

A une exception près, ces relations se maintiennent lorsqu'on effectue la comparaison entre l'échantillon français global et l'échantillon américain antérieur. Parmi les journalistes de quotidiens de l'échantillon 1988, les Français ont nettement plus tendance que les Américains à privilégier les nouvelles pouvant intéresser le plus large public possible. On peut en trouver une raison partielle dans le fait que les journalistes de quotidiens régionaux, pour lesquels un large public est une priorité, formaient la majorité de l'échantillon des journalistes de quotidiens français.

Le faible intérêt des journalistes français pour les définitions contenant les termes « analyser », « interpréter » et « évoquer » correspond apparemment au point de vue que Rémy Rieffel a constaté en 1982 au sein d'un échantillon de journalistes appartenant aux principales organisations de presse française. Rieffel y a trouvé une majorité opposée à l'étiquette « commentateur » et note que l'on disait que les journalistes estiment que « l'hypertrophie de l'éditorial, du commentaire, est une tare qu'il faut combattre » (5).

Aux États-Unis, ces questions ramènent moins à l'idée d'un commentaire éditorial qu'à l'idéal du rôle de chien de garde de la presse et à une longue tradition de méfiance partagée à l'égard du gouvernement, qui semble naturelle aux journalistes américains. Par exemple, le chercheur américain Herbert Gans introduit ces points de vue parmi ce qu'il considère comme des valeurs durables des journalistes américains des années 1970, et qui ressemble fortement au progressisme réformiste du début du siècle (6).

Le rôle du journalisme en France, en Grande-Bretagne et en Allemagne

Une autre série de questions, utilisées précédemment en Grande-Bretagne et en Allemagne, demandait aux répondants d'indiquer leur accord ou leur désaccord avec 10 affirmations sur le rôle du journaliste.

Les trois groupes soutiennent fortement – à raison de plus des trois quarts de chaque échantillon – la notion « Sauvegarder la démocratie ». Plus des deux tiers des journalistes des trois pays sont en faveur des notions « Exprimer les doléances du public » et « Rendre compte objectivement des événements ». Plus de la moitié, dans les trois pays, se déclarent favorables aux principes « Aider et conseiller le public » et « Se faire le porte-parole des gens défavorisés ». Toutefois, l'idée que les journalistes doivent « Exercer une influence politique » vient en dernière position dans chaque pays.

Les Français et les Allemands soutiennent nettement moins que les Britanniques les fonctions de divertissement et d'éducation. Ce résultat ne doit pas étonner, sachant que depuis au moins un siècle le principe que la presse d'information doit « informer, éduquer et divertir le public » fait partie de l'éthique du journalisme britannique.

Le pouvoir des médias

Une autre partie de l'étude se concentre sur un rôle plus général. On a demandé aux journalistes d'évaluer le pouvoir d'influence des médias sur l'opinion publique. Les répondants ont utilisé une échelle numérique pour noter leur évaluation de l'influence réelle et idéale des médias sur la formation de l'opinion

(5) RIEFFEL, 1984, p. 181

(6) GANS, 1979, pp. 68-69

publique Les journalistes français, américains et britanniques ont indiqué qu'à leur avis l'influence des médias sur l'opinion publique est un peu plus forte qu'elle ne devrait l'être Cette attitude contraste avec le résultat obtenu en Allemagne où, en moyenne, les journalistes considèrent que l'influence des médias est à peu près ce qu'elle devrait être Les journalistes français semblent plus inquiets que leur public quant à l'influence des médias Lors d'une enquête effectuée en 1987 auprès du public français, environ un tiers des résidents français interrogés ont exprimé leur accord avec l'affirmation que les médias ont trop de pouvoir ce sont près des deux tiers des journalistes français qui ont donné cette même réponse (Pour les chiffres complets, cf tableau 3)

Une situation hypothétique

Dans une tentative pour passer de la définition d'un rôle abstrait idéal à un comportement réel, toutes les enquêtes comprenaient une situation hypothétique demandant aux journalistes de choisir entre deux scénarios décrivant leurs réactions éventuelles La situation présentée est la suivante

Deux journalistes assistent au congrès annuel d'un grand parti politique Tous deux jugent le programme de ce parti dangereux, mais ils ont une attitude professionnelle différente L'un choisit l'approche A « Je vais rédiger mon rapport en présentant simplement les débats et les décisions, c'est aux lecteurs de juger eux-mêmes le danger » L'autre choisit l'approche B « Je vais insister sur les dangers de cette politique C'est au journaliste d'avertir ses lecteurs »

Ce sont les Britanniques et les Allemands qui ont fourni les résultats les plus clairs, les Britanniques soutenant fortement l'approche du rapport impartial et les Allemands soutenant la mission d'avertissement Les résultats américains donnent un taux élevé d'indécision, peut-être en raison d'une tradition du journalisme américain dans laquelle ces deux attitudes ne s'excluent pas mutuellement les aspects dangereux constituant l'essentiel du rap-

port principal sur l'événement De même, les journalistes français sont divisés à peu près également entre les deux approches (Pour les chiffres complets, cf tableau 4)

PRINCIPES D'ÉTHIQUE PROFESSIONNELLE

David H Weaver et G Cleveland Wilhoit ont étudié l'attitude des journalistes des Etats-Unis, du Royaume-Uni et d'Allemagne de l'Ouest à l'égard de sept pratiques journalistiques discutables, qui sont violer une promesse de ne pas révéler ses sources, payer pour obtenir des renseignements confidentiels, dissimuler son identité et se faire passer pour quelqu'un d'autre, harceler des sources récalcitrantes, utiliser sans autorisation des documents intimes, utiliser sans autorisation des documents confidentiels, commerciaux ou gouvernementaux, et se faire embaucher pour accéder à des informations Dans chaque pays, on a demandé aux journalistes d'indiquer pour chacune de ces pratiques si elle « peut être justifiée » pour un article ou une émission importante, ou s'ils « ne l'approuveraient jamais »

Nous commencerons la discussion des résultats en parlant des pratiques le plus largement approuvées dans les quatre pays

Les journalistes ont été pratiquement unanimes à estimer que les sources anonymes ne doivent pas être révélées Plus de 9 sur 10 des personnes interrogées dans les quatre pays ont affirmé qu'elles n'approuveraient jamais la violation d'une telle promesse Cette convergence est remarquable, ne serait-ce qu'en raison des différences législatives Par exemple, la France n'a jamais eu de loi protégeant les journalistes qui désirent garder le secret sur leurs sources, même si les codes d'éthique journalistique établis depuis lors insistent sur la nécessité de respecter « le secret professionnel », alors qu'aux Etats-Unis, certains Etats ont une législation qui « protège » un reporter s'il ne veut pas révéler le nom d'une personne à laquelle il a promis l'anonymat

La seule autre pratique soutenue par

plus de la moitié des journalistes des quatre pays était « utiliser sans autorisation des documents confidentiels, commerciaux ou gouvernementaux »

Pour un certain nombre de pratiques, on constate des différences substantielles. Par exemple, les journalistes britanniques sont beaucoup plus largement disposés que leurs homologues des autres pays à accepter de payer pour obtenir des renseignements confidentiels ou à « utiliser sans autorisation des documents intimes tels que lettres et photos ». Les journalistes allemands ont beaucoup moins tendance que ceux des autres pays à approuver de « se faire embaucher pour accéder à des informations ». Les journalistes français et britanniques sont les plus favorables à « harceler des sources », ce qu'approuvent moins de la moitié des Américains et moins d'un dixième des Allemands.

Enfin, moins de la moitié des journalistes des quatre pays approuvent l'idée qu'il pourrait être justifié de « dissimuler son identité et se faire passer pour quelqu'un d'autre ». Pour l'échantillon français, une question supplémentaire a été ajoutée qui supprimait la part de tromperie en parlant simplement de « dissimuler uniquement son identité de journaliste ». C'est une proportion beaucoup plus forte, plus des deux tiers, qui a estimé cette pratique acceptable. Ce résultat indique que la ques-

tion initiale comportait peut-être un mélange inconnu de deux types de tromperies : passive (ne pas s'annoncer en tant que journaliste) et active (se faire passer pour quelqu'un d'autre).

Au total, dans cette comparaison entre les quatre pays, les Allemands apparaissent un peu plus réservés dans leur soutien à des pratiques journalistiques discutables, les Britanniques l'étant le moins. C'est entre les Allemands et les Américains que l'on trouve l'accord le plus cohérent, ces deux groupes étant nettement plus circonspects que les journalistes des deux autres pays pour trois des sept affirmations. Le fait que les Allemands ne diffèrent pas des autres semble contradictoire avec le thème de certaines recherches concernant les journalistes allemands, mais n'a rien d'illogique à la lumière de l'histoire du XX^e siècle. Après la Seconde Guerre mondiale, ce sont en général les Américains qui ont imposé des normes à la presse allemande, créant ainsi les bases d'une tradition ultérieure (13). Les Français se montrent en général moins réservés que les Américains et les Allemands quant à l'approbation et à la justification des pratiques journalistiques, mais ils le sont plus que les Britanniques.

*Traduit de l'américain
par Florence HERBULOT*

RÉFÉRENCES

ALTSCHULL J -H, *Agents of power*, Longman, New York, 1984

BALLE F, *Médias et société*, PUF, 1984

GANS H, *Deciding what's news*, Random House, New York, 1979

HARDT H, « Comparative communication research the world According to America » in *Critical Studies in mass communication* n° 5, juin 1988

HACHTEN W -A, *The world news prism changing media clashing Ideals*, Iowa State university Press, 1987

PICARD R, « Global communications controverses » in John Merrill *Global Journalism Survey of international communication*, 2^e édition Longman, New York, 1991

RIEFFEL R, *L'élite des journalistes*, PUF, 1984

SANFORD J, *The mass media of german- Speaking Countries* Oswald wolff Londres, 1976

SIEBERT F, Théodor Peterson et Wilbu Schuramm *Four theories of the press*, University of Illinois Press, 1956