

Communication et carrières des journalistes français : le cas des refus de la carte de presse 2010

Christine LETEINTURIER

Maître de conférences
Laboratoire CARISM
Université Panthéon-Assas
christine.leteinturier@u-paris2.fr

Résumé

L'analyse d'un terrain particulier et jusqu'ici non exploré, celui des refus de la carte de presse prononcés pour l'année 2010, va permettre de comprendre quelle place les activités de communication occupent dans les carrières de ces journalistes qui vont se trouver exclus du « journalisme légitime » tel que défini par la Commission de la carte d'identité des journalistes professionnels (CCIJP). On montrera qu'il s'agit de journalistes présentant des profils de carrière particuliers (les pigistes y sont les plus nombreux), certains de ces professionnels travaillant également dans des secteurs depuis longtemps traversés par l'hybridation du journalisme et de la communication tels que le reportage photo ou la presse spécialisée et institutionnelle. L'étude de leurs parcours de formation et de leurs expériences cumulées avant la première demande de carte vient compléter ce panorama, en faisant ressortir les spécificités du groupe le plus jeune, celui de ceux qui demandent leur carte pour la première fois, et qui se la verront refuser.

Le présent travail s'inscrit dans une recherche plus large visant à comprendre ce que sont les transformations des emplois et des carrières des journalistes français entre 1990 et 2010¹. Son objectif : la production de données quantitatives globales permettant d'illustrer et d'analyser les carrières des journalistes qui ont demandé et/ou obtenu la carte de presse, depuis leurs premières expériences professionnelles jusqu'à leur

stabilisation, plus ou moins rapide, dans un emploi en journalisme. La source principale des données collectées est la CCIJP (Commission de la carte d'identité des journalistes professionnels), commission paritaire chargée depuis la loi du 29 mars 1935 et le décret complémentaire du 17 janvier 1936 d'attribuer à qui de droit la carte de journaliste professionnel, dite « carte de presse ». L'adoption du statut de 1935² définissant le cadre d'exercice du journalisme professionnel était destinée aussi bien à stabiliser un groupe professionnel en recherche de reconnaissance sociale qu'à le différencier clairement de groupes plus ou moins proches : les écrivains et autres amateurs d'une part, mais aussi par exemple les agents de publicité. La détention de la carte de presse délivrée par la CCIJP³, élément symbolique fort de l'application du statut professionnel de 1935, va construire un espace particulier du journalisme, celui du journalisme professionnel légitime. Ceci va donc passer par la mise en œuvre d'un mécanisme d'exclusion, largement empirique et évolutif, appuyé sur la définition de ce qu'est précisément le journalisme professionnel.

Ce sont précisément ces pratiques d'inclusion/exclusion que nous allons étudier ici, pratiques relativement stabilisées et partiellement énoncées dans le *vade mecum*, document interne de la CCIJP auquel se réfèrent les Commissaires⁴. Cette stabilisation des critères d'attribution ou de refus de la carte de presse n'est jamais que partielle car les acteurs de ce dispositif souhaitent pouvoir intégrer les situations nouvelles, qu'il s'agisse de nouveaux espaces médiatiques (ex : le web) ou de nouvelles qualifications (infographes, rédacteurs web), accompagnant ainsi les élargissements et les évolutions du champ journalistique (Leteinturier, 2011). La qualité de « journaliste professionnel » est définie par des règles légales qui la circonscrivent, de façon plus ou moins précise et normée. Comme l'explique fort justement Emmanuel Derieux⁵ (2003), « en droit français, l'attribution ou reconnaissance de la qualité de journaliste professionnel découle, actuellement, du simple constat de l'exercice d'une activité correspondant à la définition légale – pourtant bien insatisfaisante, imprécise et incomplète ! – de la profession ». Le journaliste professionnel se définit ainsi essentiellement par une pratique, celle du journalisme et donc par un emploi reconnu dans une rédaction, entrant le plus souvent dans le cadre d'application de la Convention collective de travail des journalistes (CCNTJ).

Comprendre la place qu'occupe le champ de la communication dans la carrière des journalistes nécessite également de circonscrire ce secteur qui va être opposé à celui du journalisme professionnel. Comme le fait la CCIJP, nous le définissons, très empiriquement également, comme

l'ensemble des métiers qu'il réunit, puisque le travail de différenciation va précisément porter sur des éléments constitutifs de ces métiers qui vont être comparés à celui de journaliste professionnel. Nous y intégrons les relations presse, les relations publiques, la communication événementielle, les services de communication d'organisations diverses et leurs produits, la presse institutionnelle, la publicité et le marketing. Ce champ de la communication fonctionne partiellement grâce aux interactions et aux interrelations avec le champ journalistique. Les journalistes peuvent alors être considérés comme « co-construteurs » des relations entre les deux champs puisque certains d'entre eux choisissent d'entremêler travail pour des rédactions de médias et travail pour des entreprises du champ de la communication.

La première hypothèse formulée pour expliquer le passage vers la communication est issue d'un constat : certains journalistes sont amenés à quitter le champ journalistique légitime, celui des professionnels titulaires de la carte de presse, et d'autres ne parviennent pas y entrer, et ce pour diverses raisons. Certes il y a bien sûr la dimension relationnelle de l'activité journalistique qui permet de saisir des opportunités intéressantes, hors du champ du journalisme⁶. Mais surtout, un facteur très important est l'incertitude croissante qui règne sur les emplois et les carrières des journalistes (Devillard, 2002 ; Leteinturier, 2012, 2014 ; Pilmis 2013), à l'image des emplois artistiques (Menger, 2010). Très ouverts, les marchés d'emploi des journalistes présentent un coût d'entrée relativement faible mais un taux d'échec élevé ; ils sont très hétérogènes à l'image des situations professionnelles, des médias, des conditions d'exercice et des pratiques. Les carrières des journalistes sont très fragmentées et, pour certaines, très courtes. Le champ de la communication sera considéré comme un espace d'opportunité pour les journalistes, en réponse précisément à ces conditions particulières d'emploi. L'observation de la période de formation de ces journalistes permettra également de mieux comprendre les interactions à l'œuvre entre les deux champs. Nous montrerons que les journalistes concernés par ces phénomènes d'hybridation entre journalisme et communication sont ceux qui se situent aux marges du groupe professionnel, ceux qui, pour diverses raisons, n'ont pas réussi à faire du journalisme leur activité principale.

La seconde hypothèse explicative concerne la transformation des marchés de l'information et de la communication et, plus particulièrement, le phénomène de confusion des genres dans les formats de production. Ce phénomène qui apparaît à la télévision vers la fin des années 1990 avec *l'infotainment*, « l'infomercial » et autres

agrégats autour de l'information, se trouve renforcé avec le web et le développement des applications sur les mobiles. Nous montrerons que cette diversification des services en ligne et l'indifférenciation qu'ils pratiquent entre information, communication et promotion (Estienne, 2007) va plutôt concerner les candidats journalistes les plus jeunes, les « primo-demandeurs » dont certains vont se trouver rejetés dès leur début de carrière du champ du journalisme légitime.

Pour résister à l'ensemble des facteurs d'hybridation du journalisme et de la communication, la CCIJP en tant qu'instance principale de légitimation des journalistes professionnels est conduite à affiner et ajuster régulièrement ses critères d'attribution, au-delà des dispositifs de reconnaissance traditionnels (Leteinturier, 2011, 2013). Mais il s'agit toujours pour elle de poser une distinction claire entre le journalisme et des pratiques qu'elle définira à l'opposé comme relevant de la communication, voire de la promotion, c'est-à-dire de champs finalement considérés comme antagonistes du champ journalistique.

Pour cette étude empirique sur la place des emplois en communication dans les carrières des journalistes, nous avons travaillé sur un corpus particulier jusqu'ici jamais mis à la disposition des chercheurs, celui des refus opposés par la CCIJP à des premières demandes de carte ou à des renouvellements⁷ pour l'année 2010. Tout journaliste qui se présente une fois devant la CCIJP constitue un dossier personnel qui, si le candidat est accepté, va évoluer d'année en année, au rythme des renouvellements et/ou des refus, constituant ainsi un rapport très précis sur la carrière de l'individu. À partir de la liste des refusés qui nous a été fournie, nous avons accédé aux dossiers personnels de ces journalistes, dossiers qui comportent un CV (avec les précisions sur la formation générale et professionnelle, et le parcours jusqu'à la demande de carte), le formulaire de première demande et les formulaires de renouvellement annuel qui permettent de suivre la carrière (médias d'exercice, fonction, contrat et salaire, allers-retours et sortie définitive) accompagnés de certificats d'employeurs. Dans le cas des dossiers de refus, le dossier contient également les échanges de correspondance avec la CCIJP (lettre de refus, correspondance de contestation), des pièces complémentaires et parfois, quand le journaliste a fait appel de la décision de la Commission de première instance, le « jugement » de la Commission supérieure.

Nous n'avons pour l'instant traité que 93,8 % (637 sur 679) des refus, mais 100 % de ceux opposés aux primo-demandeurs (159 cas). Le taux de refus confirmé est de 81 % pour les primo-demandeurs et 77 % pour l'ensemble des refusés : après recours, la carte a finalement été attribuée à 23 % de l'ensemble des refusés et 19 % des primo-demandeurs.

Cette coupe chronologique sur une année (les « refusés 2010 ») va permettre de faire émerger un certain nombre de situations professionnelles incluant de façon dominante ou partielle des activités de communication, menées en parallèle des activités journalistiques déclarées. Ces 679 cas vont permettre d'illustrer les situations professionnelles installées aux frontières (Ruellan, 1993) du champ journalistique, mais aussi, par symétrie, aux marges du champ de la communication. Comme nous l'avons montré par ailleurs (Leteinturier, 2012, 2014), les carrières des journalistes titulaires ou non de la carte de presse ne sont pas linéaires, mais au contraire fortement marquées par des interruptions plus ou moins longues, y compris des périodes de chômage. Les dossiers tenus à jour par la CCIJP permettent certes d'évaluer le nombre et la durée de ces interruptions, mais pas de savoir, précisément, quelles activités ont été prises en charge. C'est pourquoi les dossiers des « refusés » sont intéressants car, au moment où la carte est refusée, en général le journaliste concerné fournit des pièces pour essayer de modifier la décision de la CCIJP. Et s'il fait appel devant la Commission Supérieure (CS), il va devoir exposer de façon précise son travail, l'activité de l'entreprise qui le fait travailler, tout ceci étant porté dans le jugement rendu par la CS. De plus, ces dossiers permettent d'évaluer la place de l'information-communication dans la formation générale des journalistes (et de la croiser avec la formation au journalisme), de mesurer le poids des premières expériences professionnelles, antérieures à l'obtention de la carte de presse, dans le champ de la communication. L'acquisition d'une double compétence théorique et pratique dans les deux domaines apparaîtra alors comme un premier élément d'indifférenciation. Enfin, en distinguant les refus de renouvellement aux refus d'accord de première carte, il sera possible de montrer la singularité des profils professionnels des « primo-demandeurs » et les stratégies qu'ils déploient pour organiser leur entrée sur le marché de l'emploi.

On l'aura compris, il ne s'agit pas ici de travailler préférentiellement sur la question mouvante de l'identité professionnelle des journalistes, mais de mettre en lumière diverses formes d'hybridation entre journalisme et communication construites par des professionnels qui souhaitent, en se présentant devant la CCIJP, être reconnus comme membre du groupe des journalistes professionnels tel que définit par la loi et légitimé par la CCIJP, en application du statut de 1935. En travaillant sur un effectif relativement important (679 dossiers), nous ne prétendons pas à l'exhaustivité ; notre objectif est plus modestement à la fois de présenter le résultat du travail d'inclusion/exclusion de la CCIJP

et de fournir l'argumentaire mis en œuvre pour précisément exclure la communication des activités journalistiques reconnues par la CCIJP. Les Commissaires élus de la CCIJP réalisent ainsi un travail constant d'évaluation de ce qu'est l'activité journalistique – essentiellement une pratique – qui, lui aussi, prend la forme d'une pratique ordinaire qui s'appuie exclusivement sur une lecture institutionnelle du statut de 1935 qu'il ne s'agit, dans le cadre restreint de cet article, que de présenter.

Circonscrire les frontières du journalisme « légitime »

Les commissaires qui siègent à la CCIJP (commission de première instance), représentants des patrons et représentants des journalistes, vont jouer un double rôle : définir les frontières du journalisme « légitime » qui est lié à la détention de la carte de presse et, en contrepoint, définir le secteur de la communication, considéré alors ici comme « illégitime ». Il s'agit ainsi pour eux de travailler sur la frontière entre les deux activités. Les « refusés 2010 » fournissent des exemples pertinents de comportements hybrides⁸ (exercice parallèle du journalisme et de la communication) ou de basculements vers la communication, qui vont conduire au refus de carte, mais dont on ignore s'ils seront définitifs. Des exemples de carrières permettront d'illustrer la variété de ces situations. Ceci confirmera que, pour certains, le journalisme est une activité secondaire ou marginale, ce qui facilite le passage vers la communication ou l'activité simultanée sur les deux champs.

Les causes des refus 2010

Les motifs des refus de carte de presse permettent de comprendre comment la CCIJP construit le périmètre du journalisme « légitime », à partir de sa propre interprétation du statut de 1935 (Da Lage *et al.*, 2011). Il s'agit pour elle de préserver ce statut de 1935, garantie de l'identité professionnelle des journalistes « encartés » en évitant d'en élargir le bénéfice à d'autres activités, d'autres statuts professionnels ou aux personnels d'entreprises considérées comme « hors médias ». Les médias reconnus sont les entreprises signataires de la CCNTJ (Convention collective nationale de travail des journalistes) et celles qui sont « labellisées » par la CPPAP (Commission paritaire des publications et agences de presse) ou par le CSA (Conseil supérieur de l'audiovisuel) ; ces entreprises sont également les bénéficiaires des diverses aides de

l'État aux médias. Comme nous l'avons signalé, le taux de refus est très faible, à peine 2 % de l'ensemble des dossiers traités en 2010. Pour les premières demandes, il est un peu plus élevé : 8 %. Les recours devant la Commission supérieure permettent souvent d'obtenir gain de cause : dans 65 % des cas, les journalistes obtiennent gain de cause⁹.

Les « refusés 2010 », à l'exclusion des premières demandes 2010, sont des journalistes qui ont été considérés, au moins une fois, comme « légitimes » par la CCIJP mais qui ne répondent plus aux critères d'attribution de la carte en 2010. C'est donc une étape dans leur carrière, une sortie du champ légitime et une réorientation vers des espaces périphériques. Certains d'entre eux ont déjà essuyé plusieurs refus au fil de leur carrière, pour des raisons parfois différentes de celle prononcée en 2010. Pour l'ensemble des refusés 2010, 108 journalistes (17 %) avaient déjà essuyé un ou plusieurs refus de renouvellement.

Les causes de refus présentées ici correspondent à la typologie retenue par la CCIJP. Cette liste est directement issue de la lecture très pragmatique que fait la CCIJP de la définition du journaliste professionnel telle que la pose la loi : « *Le journaliste professionnel 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* » et dont le bénéfice a été étendu aux journalistes de l'audiovisuel et aux journalistes des sites web. Nous avons opéré des regroupements autour des deux éléments principaux pris en compte : la situation professionnelle du demandeur (« causes liées à l'individu ») et la nature de l'entreprise (« causes liées à l'entreprise »). On constate sans surprise que c'est évidemment la situation professionnelle du demandeur qui est le plus souvent mise en avant. Les causes les plus excluantes sont, pour l'individu, la dimension non journalistique de son activité, son statut professionnel non conforme (par exemple la non-application de la CCNTJ), des ressources insuffisantes tirées de l'activité, c'est-à-dire ne permettant pas au demandeur de vivre de cette seule activité¹, et enfin la situation de chômeur. Du côté de l'entreprise, c'est le fait de travailler dans une entreprise qui n'est pas reconnue comme un média soit par la CPPAP soit par le CSA¹¹, ou dans une entreprise hors secteur presse ou média.

Les différences entre les hommes et les femmes, pour les deux groupes, sont faibles sauf pour trois causes : les activités non journalistiques, le statut professionnel non conforme et le hors-presse majoritaire. Les différences entre l'ensemble des refusés et les refus opposés aux primo-demandeurs sont, quant à elles, très importantes.

Les refus de première demande au titre des activités non journalistiques, du statut professionnel non conforme et d'entreprise non reconnue sont beaucoup plus nombreuses (65 % des causes de refus contre 46,4 % pour l'ensemble). Ces primo-demandeurs présentent des profils qui sont déjà largement hors du champ du journalisme, avec moins de situations d'hybridation que l'ensemble du groupe.

Dire le « non journalisme », une construction du champ de la communication

Les modes d'énonciation de ces refus sont relativement standardisés mais très explicites puisqu'ils sont adressés par courrier. En général, une seule cause de refus est fournie mais parfois deux causes, proches l'une de l'autre, peuvent être énoncées, pour renforcer l'argumentation. Les Commissaires font parfois référence à quelques textes juridiques mais le droit et la jurisprudence sont très peu mobilisés pour expliciter leur position¹². Nous fournissons ici des citations qui concernent plus directement les activités de communication au sens large et qui représentent en quelque sorte la doctrine de la CCIJP :

Activités non journalistiques :

« *En effet, outre votre activité à XXX, vous exercez les fonctions de rédacteur-pigiste au site de «France 5» consacré exclusivement à la promotion des programmes télévisés de la chaîne. En conséquence, les fonctions exercées dans ce cadre ne peuvent être tenues pour journalistiques.* »

« *Des éléments fournis, il apparaît que le principal de vos ressources provient de l'activité exercée pour le compte de «Styles de Vie», publication de la marque Carrefour et pour «Consumer Magazine», à travers la société Piment. Or cette activité ne peut être tenue pour journalistique.* »

Ressources journalistiques insuffisantes :

« *[...] d'après les pièces fournies, vous ne tirez pas du journalisme le principal de vos ressources, mais de votre activité pour «EOVI MAG», magazine qui ne peut être tenu pour une publication au sens de la loi. En effet, il s'agit du magazine des adhérents non vendu et qui ne paraît que trois fois dans l'année. Cette publication ne peut être prise en compte dans le calcul de vos revenus journalistiques. Elle s'ajoute donc aux rémunérations provenant de vos activités hors presse. Aussi, la modicité de vos revenus journalistiques ne permet pas d'établir le caractère principal et régulier de l'exercice de la profession de journaliste...* »

Incompatibilité :

« *[...] au moment de votre demande, vous cumulez la fonction de journaliste à la revue «Transport Info Hebdo» avec celle de gérant d'une agence de communication. Or cette activité assimilable à des fonctions de relations publiques ou attaché de presse est incompatible avec la profession de journaliste*

(Arrêté du Ministre de l'information en date de 23 octobre 1964, article 3). »

« [...] des éléments fournis, il apparaît que vous tirez le principal de vos ressources de votre activité au sein de la Mairie de XXX. Or le statut que vous confère cet emploi – agent contractuel de la Fonction Publique – est incompatible avec celui de journaliste (arrêt du Conseil d'État du 30 mai 1986, confirmé par un nouvel arrêt du 1^{er} octobre 1987). »

Entreprise non reconnue :

« [...] les éléments fournis et la modicité de vos revenus ne permettent pas d'établir le caractère principal et régulier de l'exercice de la profession de journaliste, d'autant que votre collaboration à la Chambre de Commerce et d'Industrie du Loiret ne peut être retenue s'agissant d'un support de communication. De plus le magazine «France Mutuelle» dont l'éditeur ne vous rémunère pas directement, ne peut également être pris en compte. »

« [...] il ne lui a pas été possible de vous donner satisfaction dans la mesure où, tout comme en 2009, la société «Forum Productions» qui vous rémunère ne répond ni à la définition de l'entreprise de communication audiovisuelle au sens de la loi du 29 septembre 1986... ni à celle de l'agence de presse selon les prescriptions de l'article 1^{er} de la loi du 19 octobre 1970. De plus, les statuts de la société ne prévoient pas comme principal objet une mission d'information à l'égard du public. Enfin, votre fonction de Président du «Forum Productions» reste prédominante au regard de celle de journaliste... ».

Hors-Presses majoritaire :

« [...] il apparaît que vous n'avez pas tiré le principal de vos ressources de la profession de journaliste, mais de la réalisation de journaux d'entreprise pour la société XXX et de dossiers de presse divers pour des agences de communication ».

Ces quelques exemples montrent la grande attention qui est portée à l'analyse de la situation du demandeur auquel un refus va être opposé. Certaines causes peuvent paraître redondantes, mais en fait chacune renvoie à une situation précise liée à la nature non médiatique de l'activité de l'entreprise, à la nature non journalistique de l'activité de l'individu dans un média, et plus particulièrement dans les exemples ci-dessus, aux activités de communication.

Quels emplois en communication dans les carrières des journalistes ?

À partir de ces arguments et des échanges entre la CCIJP et les candidats refusés, nous avons ensuite élaboré une typologie des emplois en communication. Auparavant, il est important de donner quelques caractéristiques générales de ce groupe des refusés.

Dans les deux groupes observés, les femmes sont significative-

ment plus jeunes que les hommes, ce qui est proche de la structure du groupe des titulaires de la carte. De façon assez attendue, le groupe des primo-demandeurs est nettement plus jeune que l'ensemble des refusés. Notons toutefois, comme nous l'avons déjà montré¹³, que l'entrée dans le métier n'est pas l'apanage des plus jeunes puisque 48 % des primo-demandeurs refusés sont âgés de plus de 30 ans, et 30 % de plus de 40 ans. La structure par sexe et âge de ce groupe est globalement similaire à celui du groupe des encartés¹⁴.

La distribution des statuts et des qualifications fait apparaître des éléments déjà connus de l'organisation des activités des journalistes. Parmi l'ensemble des refusés, ce sont les pigistes qui sont les plus nombreux (37,68 %), pour 26,21 % de journalistes en CDI. Rappelons que les pigistes représentent 20 % du groupe des encartés en 2010, pourcentage relativement stable depuis. La nécessité dans laquelle ils sont d'accéder à des revenus corrects les conduit à accumuler les emplois, y compris en sortant du champ strict du journalisme légitime. Le groupe des photographes, majoritairement masculin, illustre parfaitement ce processus¹⁵. S'ils vendent des clichés à des médias, ils sont aussi souvent auteurs, voire artisans pour certains, et pour la plupart travaillent aussi pour des agences de communication, des organes de presse institutionnelle, des studios de production ou des agences de publicité : comme les rédacteurs pigistes, ils sont donc actifs, simultanément, sur plusieurs marchés d'emploi au-delà du journalisme même. Là encore, le groupe des primo-demandeurs apparaît singulier : les emplois occupés sont majoritairement plus stables que pour l'ensemble du groupe. Ils sont pour 45 % d'entre eux (avec une majorité de femmes) plutôt bien intégrés dans leur emploi, en CDI pour beaucoup (46 %), et occupant déjà pour certains d'entre eux des positions hiérarchiques (10,69 %). En moindre situation de précarité que les plus âgés qui pour 20,7 % d'entre eux sont chômeurs, ces primo-demandeurs restent pourtant à l'extérieur du champ légitime du fait des médias dans lesquels ils travaillent ou qu'ils n'exercent pas réellement d'activité journalistique.

La répartition par média d'exercice des 87 % des « refusés 2010 » en activité vient confirmer l'analyse des statuts et qualifications. S'agissant, du côté de l'ensemble des refusés, d'une majorité de pigistes, on trouve la presse comme média principal et tout particulièrement la presse spécialisée et la presse institutionnelle. Ces deux secteurs sont les plus favorables à l'hybridation des activités compte tenu de leur proximité à la communication telle qu'entendue par la CCIJP. Pour les primo-demandeurs, on trouve à quasi-égalité le web et la presse écrite

(35 %) comme secteurs dominants. Le hors-média (publicité, édition, communication, promotion) et la radio sont moins présents pour les primo-demandeurs alors que la télévision, qui elle aussi privilégie les statuts précaires via les CDD, a une présence équivalente dans les deux groupes. Cette répartition dessine les contours des marchés d'emploi des journalistes à la marge du champ légitime : la presse institutionnelle et spécialisée, la télévision hors les programmes strictement d'information et le web. Cette répartition par média est très spécifique à ce groupe des refusés. Pour 2010, l'Observatoire des métiers de la presse¹⁶ donne les résultats suivants pour l'ensemble des encartés : la presse est le premier média d'emploi avec 58,4 %, suivi par la télévision (13,4 %), la radio (8,8 %), les agences (8,6 %), et enfin l'internet (2,9 %) et 7,4 % d'inconnus.

Typologie des emplois occupés en communication

Seulement 220 personnes (sur les 637 cas de refus étudiés, soit 34,5 %) qui ont été refusées par la CCIJP en 2010 exercent un emploi en communication au moment du refus, emploi principal ou complémentaire. Si on rapporte ce nombre aux seuls refusés en activité, la part monte à 41,2 % du groupe des actifs refusé (534 actifs et 103 chômeurs). L'espace principal est bien celui de la communication institutionnelle, soit dans le secteur public (20,45 %) soit dans le secteur privé (17,73 %). Les sites web promotionnels et commerciaux viennent juste après (20 %). Ensuite, à parts à peu près égales, apparaissent les agences/activités indépendantes de conseillers et chargés de communication d'une part (16,36 %), et les activités de promotion, marketing & publicité (15,91 %) d'autre part.

La comparaison des refus de la première carte (qui va concerner majoritairement des jeunes entrants) avec l'ensemble des refusés montre bien comment les marchés de la communication eux-mêmes sont investis suivant les générations de ceux qui se revendiquent journalistes. Les sites web promotionnels et commerciaux (25 %), activités de communication en agence ou en indépendant (22 %) et participation à des activités directement promotionnelles et publicitaires (20,6 %) sont beaucoup plus présents chez les primo-demandeurs. Les opportunités d'emploi y sont plus nombreuses, sans doute relativement plus rémunératrices et plus ouvertes. Ceci pourrait refléter aussi la moindre attention que les plus jeunes attachent à la distinction entre information et communication, distinction qui va devenir de plus en plus difficile dans le champ du web. C'est ainsi que certains jeunes primo-demandeurs n'hésitent pas se présenter sous la double étiquette « journalisme - communication ». Ceci signifie également qu'une fois refusés, ils ne reviendront sans doute

pas devant la CCIJP, restant ainsi à l'extérieur du champ légitime par la détention de la carte. En effet, rares sont ceux qui reviennent devant la CCIJP après un premier échec initial.

À partir de la lecture des dossiers, nous avons reconstitué les carrières des « refusés 2010 » : les quelques exemples présentés ici illustrent la très grande diversité des situations au regard de la confusion entre journalisme et communication et de la place de la communication dans les parcours¹⁷. Ils illustrent également la situation de ces journalistes aux frontières du journalisme professionnel tel que défini par la CCIJP.

Les emplois occupés en communication sont donc très variés à la fois par les statuts, par les secteurs d'activité et les formes d'emploi. Toutefois, ces journalistes « refusés » pour cause d'activité de communication continuent globalement de manifester un attachement fort au journalisme. C'est pourquoi la Commission supérieure¹⁸ leur donne parfois raison en leur permettant d'obtenir la carte de presse, en mettant en avant, le plus souvent, la nature journalistique du travail effectué : en 2010 ce sera le cas pour 20 % d'entre eux.

La place de la communication dans la formation des journalistes

La communication est également présente dès la formation des journalistes, et ce suivant deux modalités : classiquement par le biais de la formation initiale, mais aussi par la nature des expériences pré-professionnelles qui vont accompagner les cursus de formation¹⁹.

Les profils de formation

Les profils de formation confirment l'augmentation du niveau général de formation déjà constatée par ailleurs : les primo-demandeurs sont largement plus diplômés que l'ensemble du groupe. Ils confirment également la domination féminine en termes de niveau de formation : pour l'ensemble des refusés, la moitié des femmes (49 %) ont un diplôme supérieur à Bac + 3 pour seulement 30 % des hommes tant pour l'ensemble du groupe que chez les primo-demandeurs.

Le passage par des formations initiales en journalisme et/ou en information communication concerne une large part de chacun des deux groupes : 63,27 % de l'ensemble, et pratiquement 75 % des primo-demandeurs.

Toutefois, sur la répartition entre journalisme et information-

communication, on remarque des différences qui s'expliquent par la nature du groupe observé. L'ensemble des refusés est composé de personnes ayant obtenu la carte de presse depuis plus ou moins longtemps : ils présentent un profil plus journalistique, confirmé par la part plus importante des formations au journalisme (33,75 %) que pour les primo-demandeurs (27,67 %). Ces derniers sont davantage passés par des formations en information-communication au détriment de la formation au journalisme, et plus massivement les femmes que les hommes. Les marqueurs hors champ journalistiques sont, là encore, très présents. Les formations en information-communication, plus hybrides et donc ouvertes sur l'ensemble des activités relevant de l'information et de la communication (le journalisme pouvant y être présent mais pas exclusivement) conduisent vers des métiers et des secteurs d'activité plus diversifiés mais que la CCIJP va considérer comme hors du champ du journalisme légitime.

La place de la communication dans les parcours « pré-cartes »

Parallèlement à la formation académique, les futurs professionnels accumulent des expériences variées sur différents marchés d'emploi. Les CV contenus dans les dossiers de la CCIJP ont permis d'identifier ces emplois et les grands secteurs d'activité. Nous avons fait la somme de l'ensemble des séquences d'emploi et avons calculé ensuite la répartition moyenne par grandes catégories d'activité. Celles-ci sont nombre de trois : journalisme sans carte quel que soit le statut (y compris les stages), les métiers de l'information, de la communication et des médias hors journalisme et enfin une catégorie autre. Les métiers de l'information, de la communication et des médias hors journalisme rassemblent des emplois divers : édition, documentation, bibliothèque, archives, traduction, marketing, publicité, communication mais aussi emplois non journalistiques dans les médias, métiers techniques (audiovisuel, web ou imprimerie), administratifs ou commerciaux. Nous avons ensuite porté une attention particulière aux emplois relevant de la communication telle que définie *supra*.

Les profils des deux groupes diffèrent mais sont cohérents avec les profils de formation. Pour l'ensemble des refusés, les passages par les écoles de journalisme ont été plus nombreux et comme il s'agit majoritairement de journalistes ayant eu la carte, la place du journalisme sans carte dans leurs expériences « pré-carte » confirme une identité journalistique plus dense. Pour les primo-demandeurs, si les profils de formation montrent une place de l'information-communication supérieure à celle du journalisme, leurs expériences pré-carte relèvent

elles majoritairement du journalisme, la volonté de devenir journaliste étant sans doute déjà présente en cours d'étude. La communication *stricto sensu* comme espace d'expérience pré-carte est donc présente, mais dans une proportion relativement faible : 10,1 % pour l'ensemble et 11,22 % pour les primo-demandeurs. De même, la publicité occupe globalement une position marginale mais là encore plus importante chez les primo-demandeurs.

Les différences entre les hommes et les femmes sont notables, pour les deux groupes. D'une façon générale, les hommes sont passés en plus grand nombre par des emplois de journalistes sans carte. C'est chez les primo-demandeurs que les femmes ont cumulé un nombre d'emploi en communication plus important. On retrouve cette différence dans la place de la communication, plus fréquente dans les parcours des femmes que dans ceux des hommes. S'agissant ici, rappelons-le, de journalistes qui vont se voir refuser la carte de presse – et tout particulièrement les primo-demandeurs –, on comprend que le non-journalisme occupe une place significative dans leurs parcours pré-cartes puisque nombre des refus vont être prononcés précisément sur la base d'activités non journalistiques dominantes et/ou uniques.

On y lit également sans doute la moindre attention portée par les plus jeunes à la distinction entre journalisme et communication, largement déconstruite désormais par la restructuration sociotechnique des marchés d'emploi dans les médias. C'est ce qu'illustrent quelques parcours de primo-demandeurs.

Conclusion

Les activités de communication pour les « refusés 2010 » sont relativement fréquentes : 34 % des refus de carte 2010 (et 41,2 % des refusés en activité) le sont au titre d'activités relevant du champ de la communication. Toutefois, pour eux, le journalisme reste l'espace professionnel de référence et c'est pourquoi ils discutent, argumentent, font appel auprès de la Commission supérieure pour tenter de contourner le refus de première instance et finalement obtenir la carte de presse.

C'est ainsi que 25 % (159/637) des refusés 2010 vont faire appel devant la Commission supérieure et 23 % (145) vont obtenir finalement la carte : pour les refus « communication », 50 vont faire un recours et 42 (20 %) vont obtenir leur carte. Même sur ce terrain restreint, on constate que certains secteurs tels que le photoreportage, la presse institutionnelle et le web favorisent des formes d'hybridation ou de confusion des genres. Les refus au titre d'activités web représentent

18,7 % (119) des refus 2010 et seulement un quart d'entre eux (30) seront « repêchés » par la Commission supérieure. De même la position de pigiste (37,68 % de l'ensemble et 32,71 % des primo-demandeurs) favorise également ces hybridations, la nécessité d'atteindre un niveau de revenu acceptable encourageant la diversité des employeurs.

Ceci confirme que ces « refusés 2010 » se situent bien aux marges du journalisme professionnel légitimé par la CCIJP. Enfin, nous avons également vu que, parmi les premières demandes refusées en 2010, une partie se présentait en déclarant des activités ne relevant pas a priori du journalisme « légitime », mais du champ de l'information-communication (56 sur 159, soit 35 %) ; on peut peut-être y voir aussi l'adhésion des jeunes générations aux transformations en cours dans cet espace, une méconnaissance des critères de la CCIJP ou simplement une tentative dont l'échec serait considéré comme sans conséquences particulières.

Pour pouvoir tirer des conclusions plus générales, il faudrait disposer d'éléments identiques pour les « communicants » et en particulier savoir combien viennent du champ du journalisme légitime, qu'il s'agisse de journalistes reconvertis ou qu'il s'agisse d'un choix initial, y compris à la sortie d'une école de journalisme reconnue puisque seulement la moitié des étudiants diplômés d'écoles reconnues se présentent chaque année devant la CCIJP. Il faudrait également pouvoir comparer l'organisation des marchés d'emploi et de travail de ces deux champs. L'existence d'un statut juridique particulier, de tout un corpus législatif organisant les médias mais aussi les liens économiques entre l'État et les entreprises singularisent et contraignent les marchés d'emploi des journalistes.

La CCIJP, en veillant à la préservation du statut de 1935, participe à cette rigidification même si elle montre une très forte capacité à inscrire les nouveaux médias dans son dispositif de labellisation. Les marchés d'emploi des professionnels de la communication sont eux beaucoup plus variés, plus hétérogènes et peu encadrés par des dispositifs structurés. La diversité des statuts des entreprises, la multiplicité des formes d'exercice disponibles dans des structures économiques très différentes (depuis le travailleur indépendant jusqu'à la grosse agence en passant par les services dédiés d'entreprises ou d'administration) offrent sans doute aux communicants des opportunités professionnelles plus variées. L'absence d'une instance de labellisation du groupe conduit à le laisser assez largement ouvert, dans une logique plus rapide d'adaptation à l'innovation, qu'elle soit technique, sociale ou économique ■

Notes

1. LETEINTURIER C. (dir.) (2008), *Contrat ANR AMMEJ – Acteurs et marchés des médias : la production journalistique et son environnement, le cas de l'information générale et politique, 1990-2010* (<http://www.agence-nationale-recherche.fr/>). Voir présentation des premiers résultats dans LETEINTURIER Christine (dir.) (2014), *Les journalistes français et leur environnement. 1990-2012. Le cas de la presse d'information générale et politique*, Éditions Panthéon-Assas/Institut Français de Presse, 240 p.
2. Le statut de 1935 comporte deux textes complémentaires : la loi du 29 mars 1935 et le décret du 17 janvier 1936 relatif à la carte d'identité des journalistes professionnels, tous deux intégrés au Code du travail. Il s'inscrit dans le cadre large de la loi du 28 juillet 1881 et de l'article 10 de la Déclaration des Droits de l'homme. Il est complété par la Convention Collective Nationale de Travail des Journalistes élaborée dès 1937 et par la loi « Cressard » du 4 juillet 1974 concernant les pigistes.
3. CCIJP : Commission de la carte d'identité des journalistes professionnels. Site web : www.ccijp.net.
4. Ce *vade mecum* est partiellement disponible, d'une part sur le site de la CCIJP (www.ccijp.net), d'autre part dans l'ouvrage d'Olivier Da Lage et Éric Marquis (préf.) (2011), *Obtenir sa carte de presse et la conserver*, Payot, (2^e éd.), 201 p.
5. DERIEUX Emmanuel (2003), *Droit de la Communication*, L.G.D.J., p. 322.
6. Voir aussi, par exemple, la rétrospective de la carrière de Claude Sérillon à l'occasion de sa nomination comme conseiller en communication auprès du Président de la République, par Béatrice Gurrey dans *Le Monde* du 20-21 janvier 2013, le papier de Bastien Bonnefous « Le départ de journalistes vers la politique s'est accéléré », *Le Monde* du 15 janvier 2013 ou l'enquête de Daniel Psenny « Journalistes au pouvoir », *Le Monde*, 30 novembre 2009.
7. Rappelons que c'est la première fois que la CCIJP ouvre ainsi les dossiers des « refusés ». Le travail présenté ici constitue aussi un corpus de données originales éclairant sous un jour particulier la labellisation des journalistes d'une part (voir *infra* note 9) et les marges du groupe des encartés.
8. Cf. FRISQUE Cégolène *et al.* (2011), *Journalistes de la précarité : formes d'instabilité et modes d'adaptation*, Rennes CRAPE / Ministère de la Culture - DEPS.
9. Cf. LETEINTURIER Christine (2013), « La légitimation des journalistes professionnels en France », *Sur le journalisme, About journalism, Sobre jornalismo* [En ligne], vol. 2, n°2 – mis en ligne le 30 novembre 2013 : <http://surlejournalisme.com/rev> ; DUPUY Camille (2013), « Définir l'activité journalistique. Le travail juridique d'évaluation de l'exercice de la profession », *Sur le journalisme, About journalism, Sobre jornalismo* [En ligne], vol. 2, n°2 – mis en ligne le 15 décembre 2013.
10. Rappelons que le seuil le plus bas de revenu tiré du journalisme accepté par la CCIJP est de 50 % du SMIC.
11. CPPAP : Commission paritaire des publications et agences de presse ; CSA : Conseil supérieur de l'audiovisuel.

12. Cf. LETEINTURIER Christine (2013), *op. cit.*, note 9.
13. Cf. LETEINTURIER Christine (2010), « La Formation des journalistes français : quelles évolutions ? Quels atouts à l'embauche ? Le cas des nouveaux titulaires de la carte de presse 2008 », *Les Cahiers du Journalisme*, n°21, p. 110-135.
14. Cf. Observatoire des métiers de la presse, *Les journalistes encartés en 2010* (site web : www.metiers-presse.org).
15. Cf. MERTIN Marie & Michel BALLUTEAU (rapporteurs) (2010), *Photojournalistes, constat et propositions*, Ministère de la culture et de la communication (I.G.A.C.), 23 juillet 2010.
16. Cf. Observatoire des métiers de la presse, *Les journalistes encartés en 2010* (site web : www.metiers-presse.org).
17. Cf. ACCARDO Alain (2007) *Journalistes précaires, journalistes au quotidien*, Nouvelle édition revue et corrigée, (1^{ère} édition, Bordeaux, Le Mascaret, 1998), 258 p.
18. Cf. DUPUY Camille (2013), *op. cit.* note 9.
19. Cf. *supra*, note 5.

Références bibliographiques

- BRIN Colette *et al.* (2005), *Nature et transformation du journalisme. Théorie et recherches empiriques*, Québec, Presses de l'Université Laval, 454 p.
- DA LAGE Olivier *et al.* (2011), *Obtenir sa carte de presse et la conserver*, Victoires Éditions, (coll. « Guides Légitpresse »), 201 p. (site de la CCIJP : www.ccijp.net).
- DERIEUX Emmanuel (2012), *Droit des médias, Droit français, européen et international*, Dalloz, 6^e éd., 1146 p.
- DERIEUX Emmanuel (2003), *Droit de la Communication, 4^e édition*, Dalloz (coll. « Manuel »), 186 p.
- DEVILLARD Valérie (2002), « Les trajectoires des journalistes détenteurs de la carte de presse entre 1990 et 1998 : la montée de la précarité », *Communications et langages*, 133, p. 21-32.
- ESTIENNE Yannick (2007), *Le Journalisme après Internet*, L'Harmattan (coll. « Communication et civilisation »), 250 p.
- LETEINTURIER Christine (dir.) (2014), *Les journalistes français et leur environnement. 1990-2012. Le cas de la presse d'information générale et politique*, Éditions Panthéon-Assas / Institut Français de Presse, 240 p.
- LETEINTURIER Christine (2013), « La légitimation des journalistes professionnels en France », *Sur le journalisme, About journalism, Sobre jornalismo* [En ligne], vol. 2, n°2, mis en ligne le 30 novembre 2013 : <http://surlejournalism.com/rev>.
- LETEINTURIER Christine (2012), « Les carrières de journalistes dans les médias locaux et régionaux : étude de deux cohortes de nouveaux titulaires de la carte de presse (1990-1998) », *Sciences de la Société*, n° 84/85, p. 265-290.

- LETEINTURIER Christine (2011), *Le rôle des instances de légitimation des journalistes professionnels dans la redéfinition du périmètre du journalisme*, Grenoble, Association française de sociologie - RT « Sociologie des médias », Congrès juillet 2011, Grenoble.
- MARCHETTI Dominique (2001), « Les marchés du travail journalistique », dans *Devenir Journaliste. Sociologie de l'entrée sur le marché du travail*, Documentation française, 165 p.
- MENGER Pierre-Michel (2009), *Le Travail créateur. S'accomplir dans l'incertain*, Gallimard-Seuil (Hautes Études), 670 p.
- NEVEU Érik (2010), *Sociologie du journalisme*, 3^e éd., Paris, La Découverte, 128 p.
- PILMIS Olivier (2013), *L'intermittence au travail. Une sociologie des marchés de la pige et de l'art dramatique*, Economica (coll. « Études sociologiques »), 195 p.
- RUELLAN Denis (1997), *Le professionnalisme du flou : identité et savoir-faire des journalistes français*, Grenoble, PUG, 240 p.