



**HAL**  
open science

# La presse au miroir du capitalisme moderne. Une enquête de Max Weber sur les journaux et le journalisme

Gilles Bastin

► **To cite this version:**

Gilles Bastin. La presse au miroir du capitalisme moderne. Une enquête de Max Weber sur les journaux et le journalisme. Réseaux : communication, technologie, société, 2001, 109, pp.171-208. halshs-00104199

**HAL Id: halshs-00104199**

**<https://shs.hal.science/halshs-00104199>**

Submitted on 6 Oct 2006

**HAL** is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

Article publié dans *Réseaux*, 109, 2001.  
Cette version est une archive personnelle.  
Merci de consulter la version publiée pour citer.

**LA PRESSE AU MIROIR DU CAPITALISME MODERNE**  
Un projet d'enquête de Max Weber sur les journaux et le  
journalisme

Gilles BASTIN

Le sociologue allemand Max Weber a entretenu avec le journalisme et le monde de la presse des rapports étroits tout au long de sa vie. D'un point de vue strictement biographique, Weber a exercé des fonctions d'éditorialiste dans plusieurs journaux réformateurs allemands, notamment dans le *Frankfurter Zeitung*, et le métier de journaliste semble l'avoir assez attiré pour qu'il l'envisage à la fin de sa vie comme une solution au faible attrait que revêtait pour lui l'enseignement<sup>1</sup>. D'un point de vue plus politique, son analyse des carences démocratiques de la société allemande le portait à voir dans la presse un élément important de constitution d'une société civile forte et donc à apprécier le travail des journalistes<sup>2</sup>. Ce type d'analyse apparaît d'ailleurs assez clairement dans les quelques paragraphes consacrés au journalisme dans *Politik als Beruf*. Weber y oeuvre à la réhabilitation de la profession en insistant sur la difficulté de ce métier où l'on doit écrire vite sur les sujets réclamés par le « marché » tout en assumant une responsabilité souvent plus grande que celle des savants et des intellectuels. Il prend de ce fait position dans un débat né en Allemagne de l'émergence d'un journalisme à sensation à l'occasion de la première guerre mondiale. La réputation des journalistes était alors dans les milieux intellectuels, pour

---

<sup>1</sup>Je suis extrêmement reconnaissant aux Professeurs A. Kutsch (Leipzig) et R. Lepsius (Heidelberg) de l'aide qu'ils m'ont apportée pour la compréhension de ce projet de Weber. Hinnerk Bruhns a bien voulu relire ce texte avant sa parution et corriger la traduction du « Vorbericht » proposée plus loin. Je l'en remercie vivement, ainsi que Jean-Pierre Grossein pour ses remarques et Erik Neveu pour une lecture attentive de cet article. Il va de soi que les erreurs éventuelles que la traduction peut contenir restent miennes.

<sup>1</sup>. Voir la lettre de 1920 citée dans Marianne WEBER, 1950, p. 748 (« *Gagner de l'argent ? Oui mais comment ? C'est la question pour moi. Je devrais bien – et n'aurais rien contre ça – entrer ici dans une maison d'édition ou un journal au lieu de jouer au Professeur. Un tel travail administratif me convient mieux que cette jacasserie professorale qui ne me satisfait jamais psychologiquement.* »)

<sup>2</sup>. HARDT, 1979, p. 163.

reprendre une de ses expressions, celle de « parias » dénués de principes moraux.

A la lecture de ce texte, sans doute le plus connu où apparaisse la question du journalisme, transparait pourtant une volonté de compréhension « objective » des conditions d'exercice de cette activité dont la portée dépasse largement celle des questions politiques de l'époque. Weber y commente notamment dans un passage assez long les chances qu'ont les journalistes d'exercer des fonctions politiques. Ce thème lui permet d'esquisser une analyse historique des métiers de la presse dans laquelle il insiste sur l'augmentation de la taille des entreprises de presse et, corrélativement, de la charge de travail pesant sur les journalistes: « *La nécessité de gagner son pain en rédigeant son article quotidien ou du moins hebdomadaire constitue une sorte de boulet que traîne tout journaliste...* »<sup>3</sup>

Parti de considérations politiques, Weber se trouve finalement amené dans ce texte à décrire la presse dans des termes très économiques, notant tout ce qui la rattache au monde des grandes entreprises capitalistes plus qu'à l'artisanat journalistique. Il y emploie par exemple des termes comme « consortiums capitalistes de la presse » (« *die großen kapitalistischen Zeitungskonglomerate* ») et note que « *le travailleur de la presse perd toujours plus d'influence politique alors que le magnat capitaliste — du type Lord Northcliffe par exemple — ne cesse d'augmenter la sienne.* »<sup>4</sup>

Ce glissement du politique vers l'économique n'est qu'esquissé dans la conférence de 1919. Weber paraît vouloir s'en justifier en renvoyant alors à un véritable « chapitre à part » de la sociologie qui demanderait un traitement plus approfondi (« *Il ne nous est absolument pas possible de faire, dans le cadre de cette conférence, même une simple esquisse de la sociologie du journalisme moderne. En effet, ce problème constitue, à tout point de vue, un chapitre à part.* »<sup>5</sup>) Comment comprendre ce rappel à la modestie qui est en même temps l'annonce d'un véritable programme de recherche sur ce sujet? On ne trouve en effet pas dans le corpus weberien la formalisation d'une réelle « *sociologie du journalisme moderne* ». Cela ne

---

<sup>3</sup>.WEBER, 1959, p. 132.

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

<sup>5</sup>. *Ibid.*, p. 130. Weber parle plus exactement de « *Soziologie der modernen politischen Journalistik* ».

signifie pourtant pas que Weber anticipe en 1919 sur des développements à venir de ses recherches, développements que sa mort quelques mois plus tard lui aurait interdit de mener à bien. Il fait bien plus vraisemblablement référence au projet d'enquête sur la presse qui lui avait permis, une dizaine d'années auparavant, de jeter les bases de cette sociologie.

## LE PROJET D'ENQUETE SUR LA PRESSE DE 1910: HISTOIRE D'UN ECHEC

C'est dans le discours inaugural des premières « Journées de la sociologie allemande » en octobre 1910 qu'apparaît de la façon la plus explicite le projet d'une enquête sur la presse. Ce qui n'est alors qu'un projet fédérateur d'enquête pour la très jeune communauté universitaire réunie pour la première fois sous la bannière de la sociologie est présenté par Weber dans ces termes à l'auditoire qui devra le mettre en oeuvre: « *Messieurs, le premier des sujets que notre société juge propre à subir un traitement proprement scientifique, c'est une sociologie de la presse* »<sup>6</sup>. Avant d'entrer dans le détail de ce projet, il est nécessaire d'en comprendre la genèse et l'histoire jusqu'à son échec final quelques années plus tard.

### **La société allemande de sociologie et la mise en place de l'enquête**

Dans les années 1909-1910, deux projets scientifiques ont principalement animé Max Weber (et occupent de ce fait une place prépondérante dans sa correspondance<sup>7</sup>). Il s'agit de la mise sur pied d'un côté de l'enquête sur la presse (la « *Preß-Enquête* » comme l'appelle Weber) et de l'autre de la Société allemande de Sociologie (« *Deutsche Gesellschaft für Soziologie* », DGS dorénavant). Les deux sont, comme on va le voir, pratiquement

<sup>6</sup>. WEBER, 1992 b, p. 103. Le terme allemand qu'utilise Weber est alors « *Soziologie des Zeitungswesens* ».

<sup>7</sup>. Cf. les volumes II/6 et II/7 du *Max Weber Gesamtausgabe* (MWG) où sont regroupées les lettres de cette période.

indissociables. La DGS fut fondée formellement le 3 janvier 1909 et Weber s'en est rapidement fait un promoteur très zélé, incitant partout en Allemagne les savants qui pouvaient se reconnaître dans cette nouvelle discipline à y adhérer<sup>8</sup>. Le degré d'implication de Weber dans ce projet est tel que l'on peut penser que c'est lui qui assumait la direction morale de cette société naissante<sup>9</sup>. L'expérience était originale: Weber était alors encore membre de l'Union pour la politique sociale (« *Verein für Sozialpolitik* ») qui lui avait notamment permis de réaliser ses enquêtes sur les ouvriers d'industrie et sur les ouvriers agricoles à l'Est de l'Elbe<sup>10</sup>. Son objectif en s'investissant dans la création de la DGS était double. Il s'agissait d'abord de fonder un espace de débat purement scientifique (alors que le « *Verein* » mêlait inséparablement intérêts scientifiques et moraux<sup>11</sup>) et d'autre part de favoriser le développement de recherches empiriques collectives et la réflexion sur les méthodes de celles-ci<sup>12</sup>. La DGS portait donc les espoirs de Weber quant au développement de la sociologie comme science et discipline universitaire en Allemagne. On s'en rend aisément compte à la lecture de l'article 1 du projet de statuts qu'il rédigea pour cette société:

*« Sous le nom de Société allemande de sociologie a été fondée une association dont le siège est situé à Berlin. Son but est l'encouragement de la connaissance sociologique par l'organisation de recherches et d'enquêtes purement scientifiques, par la publication et le soutien de travaux purement scientifiques et par l'organisation périodique de journées allemandes de sociologie. Elle donne à toutes les orientations et les méthodes de la sociologie la même place et refuse de se faire la représentante d'un quelconque objectif pratique (éthique, religieux, politique, esthétique, etc.). »* (Lettre à W. Windelband, 29 mai 1910)

---

<sup>8</sup>. Voir par exemple la lettre à Franz Eulenburg du 12 juillet 1909.

<sup>9</sup>. C'est en effet lui qui en rédigea les statuts au mois de mai 1910

<sup>10</sup>. Le « *Verein für Sozialpolitik* » avait été fondé en 1872 par des universitaires soucieux de promouvoir à la fois l'économie nationale allemande et l'amélioration des conditions de vie des ouvriers. KAESLER, 1996, p. 18, 216 et suivantes.

<sup>11</sup>. Cf. KAESLER, p. 29-30.

<sup>12</sup>. Parmi les propositions de commissions locales de réflexion qui devaient animer la DGS figure par exemple celle d'un groupe discutant l'application des statistiques à la sociologie.

Le projet de « *Preß-Enquête* » s'inscrit de manière très étroite dans ce contexte. S'il s'agit indubitablement d'un projet personnel de Weber à l'origine<sup>13</sup> (le « nous » employé lors des premières « Journées » de la DGS en 1910 pour présenter ce projet est en grande partie rhétorique), celui-ci était parfaitement conscient de la difficulté qu'il aurait eu à se lancer seul dans une telle entreprise. Il lui fallait s'associer les compétences et le travail de nombreux alliés pour entreprendre de s'attaquer à un sujet aussi vaste. La fondation de la DGS lui permettait d'envisager la mise en place d'un cadre idéal de travail pour cette enquête. Les efforts de persuasion déployés par Weber pour associer ses relations universitaires au devenir de la DGS apparaissent donc comme autant d'efforts en faveur du projet d'enquête sur la presse. Ainsi dans une lettre à Lujo Brentano (13 avril 1909): « *Nous souhaitons par exemple dès maintenant nous mettre à une sociologie de la presse. Oui, — il faut l'organiser, il faut y gagner des collaborateurs spécialisés, il faut se demander: que pouvons nous découvrir, et que ne pouvons nous pas découvrir, par enquête systématiquement? Il faut réunir de l'argent (par souscription auprès des cercles de personnes fortunées à Berlin, Francfort, Mannheim, etc.), trouver un éditeur pour donner du « relief » à la chose, — et sans une « Société » rien de tout cela n'est possible.* » Et le 12 octobre 1910 à Franz Eulenburg: « *L'enquête sur la presse et ses difficultés sont colossales, — sur ce point, vous pourriez naturellement finir par avoir raison et dire plus tard: “vous voyez bien? Je l'avais bien dit!” Je le sais bien, mais ce projet doit être pris à bras le corps et ce serait un aveu de l'impuissance de la sociologie, qu'elle expliquât: “une telle nébuleuse ridiculise mes méthodes”, ce qu'au demeurant réfute la littérature existante sur la presse, pour partie excellente. Évidemment, je ne peux pas assumer seul la chose, et si les personnes compétentes sur ce sujet ne participent pas, alors je classerai tranquillement l'affaire.* »

Weber n'envisageait pas de diriger lui-même l'enquête, vraisemblablement parce qu'il avait conscience du handicap que représentaient pour lui les aléas de sa santé. Mais c'est lui qui s'est chargé de persuader partout en Allemagne les spécialistes de cette question de se joindre au projet. Au total ce sont plus d'une vingtaine de noms qui apparaissent dans la correspondance comme de futurs collaborateurs de l'enquête<sup>14</sup>. Parmi ceux-

<sup>13</sup>. Il semble que Weber ait élaboré dès 1908 un projet d'enquête sur la presse. Cf. KUTSCH, 1988.

<sup>14</sup>. En juin 1910 ce sont 56 noms qui sont cités par Hermann Beck comme collaborateurs déclarés de l'enquête (en Allemagne et à l'étranger).

ci Hjalmar Schacht (qui avait développé une méthode d'analyse statistique des journaux avant de faire carrière dans la banque), Eduard Bernstein choisi par Weber pour sa connaissance de la presse social-démocrate, Robert Michels, Hermann Beck... Weber souhaitait d'autre part associer le monde de la presse à l'enquête. Il avait donc contacté différents membres du Syndicat des éditeurs de journaux allemands afin de les convaincre de participer à la recherche. Plusieurs d'entre eux avaient donné suite de façon positive à cette sollicitation (notamment Max Jänecke, le président de ce syndicat, Jacobi, le Rédacteur en chef du *Hannoverschen Kuriers* et Curti du *Frankfurter Zeitung*). Weber avait aussi réussi à s'allier une très jeune association professionnelle de journalistes (le « *Reichsverband der deutschen Presse* »), née en novembre 1910 de l'union du syndicat des rédacteurs de presse et de celui des journalistes et des écrivains. C'est le Rédacteur en chef du « *Neuen Badischen Landeszeitung* », Alfred Scheel, qui au sein de cette association défendit l'idée d'une participation à l'enquête dirigée par Weber. Il élaborait même dans ce but un questionnaire à distribuer aux membres de l'association<sup>15</sup>.

La question du financement d'une telle enquête apparaît aussi dans la correspondance comme un des soucis principaux de Weber. Le montant nécessaire s'élevait selon lui à 25000 Marks, somme très importante pour l'époque et qui supposait de trouver des soutiens institutionnels forts<sup>16</sup>. Weber s'y employa très activement et réussit en quelques mois à garantir les quatre cinquièmes de cette somme, notamment par le soutien de l'Académie des Sciences de Heidelberg. On peut juger de l'importance que revêtait à ses yeux la réussite de cette enquête en notant qu'il avait même proposé à Paul Siebeck, éditeur du *Grundriss der Sozialökonomik* alors en préparation, de renoncer à ses droits d'auteurs pour cet ouvrage au profit de l'enquête<sup>17</sup>. Les premiers mois de travail consacrés par Weber à la mise en place de la « *Preß-Enquête* » laissaient donc entrevoir une concrétisation rapide dont la première étape fut la création le 6 mars 1911 à Heidelberg d'une commission de la DGS chargée de la réalisation de l'enquête. L'association avait d'autre part dès 1910, principalement à l'instigation de son secrétaire

---

<sup>15</sup>. KUTSCH, 1988

<sup>16</sup>. On peut estimer (de façon très grossière étant donné la difficulté propre à ce type d'exercice) que cette somme représente entre 200 000 DM actuels (plus de 670 000 Francs) si l'on se base sur l'évolution de l'indice des prix des biens alimentaires en Allemagne et 560 000 (plus de 1 878 000 Francs) si l'on utilise les prix de l'immobilier.

<sup>17</sup>. Lettre à P. Siebeck, 11 août 1909.



Hermann Beck, prévu la mise en place d'« Archives de la presse allemande » pour faciliter la réalisation de l'enquête. Elles étaient chargées de collecter des articles de presse.

### **L'échec: les procès de 1911-1913 et le découragement face à l'évolution de la DGS**

A partir de janvier 1911 et jusqu'au début de 1913, Weber se trouva engagé dans une série de trois procès en diffamation. *A priori* sans rapport avec le projet d'enquête sur la presse, ces procès se révélèrent étroitement liés à celui-ci et pesèrent lourd dans son devenir.

Le premier procès fait suite à une réunion du cercle féministe « *Frauenbildung-Frauenstudiums* » (auquel Marianne Weber prenait une part très active) au sujet des cuisines collectives comme solution pour l'émancipation des femmes. Un *Privatdozent* de Heidelberg, Arnold Ruge, fit paraître le 3 décembre 1910 un article diffamatoire très violent sur ce cercle<sup>18</sup>. Marianne Weber n'y est pas nommément citée mais Weber, désireux de défendre l'honneur de sa femme et ne pouvant obtenir directement de Ruge qu'il retire ses propos, remit publiquement en cause son appartenance à l'Université afin que celui-ci lui intente un procès en diffamation qui ne pourrait que tourner à son désavantage. Après avoir effectivement attaqué Weber en janvier 1911, Ruge se trouva dans une impasse qui le conduisit à retirer à la fin du mois de mars la forme de ses propos. Weber s'en trouva satisfait.

Cette affaire eut des conséquences plus lourdes à partir de janvier 1911. Le 8 janvier, le *Dresdner Neuesten Nachrichten* publia en effet un compte rendu anonyme de la dispute Weber-Ruge qui laissait entendre que Weber aurait refusé de défendre l'honneur de sa femme par un duel, se soustrayant ainsi à l'éthique du corps des officiers auquel il appartenait. Weber voulut à nouveau laver l'affront et écrivit au rédacteur en chef du journal en qualifiant l'auteur de l'article de « *Revolverjournalist* », espérant ainsi le forcer à se dévoiler. Un nouveau procès s'ensuivit au cours duquel Weber, au-delà de son intérêt personnel, fit intervenir des questions plus politiques

---

<sup>18</sup>. Il y est notamment question des « *vieilles filles, femmes stériles, veuves et juives* » que le cercle réunirait dans un esprit contraire aux « *devoirs maternels* » [MWG, II/7, 1. Halbband].

sur la presse et notamment sur le principe de l'anonymat et de la protection des sources. Il souhaitait forcer le journaliste auteur de l'article à se dévoiler et à révéler la source de cette information erronée et diffamatoire. Ce deuxième procès (perdu par Weber) fut donc l'occasion pour celui-ci de porter devant l'opinion publique le débat sur la question de la liberté d'expression et de travail de la presse. Cet enjeu apparaît clairement dans un entretien accordée par Weber à la suite du procès au *Heidelberger Zeitung*. Weber y développe l'idée que la protection des sources si elle est nécessaire dans des domaines sensibles comme la politique ne peut être défendue lorsque l'honneur personnel d'individus est en jeu. Evoquant un congrès du Syndicat impérial de la presse, il y met en garde: « ...il est nécessaire de reconnaître l'impossibilité pour une vraie presse politique d'exister dans les affaires politiques sans le secret de la rédaction. Pour un journal comme le "Times" par exemple il serait totalement impossible de citer nommément ses sources d'information qui pour partie remontent jusqu'au trône. Ceci vaut aussi pour des informations qui se révéleraient fausses a posteriori. Dans le domaine de la vie privée les choses sont cependant très différentes. À partir du moment où sont rapportées des nouvelles qui touchent, ou peuvent toucher, à la réputation personnelle de quelqu'un, alors la presse a évidemment le devoir — elle peut considérer cela comme un discours professoral; je respecte la presse mais j'ai aussi montré que je ne la craignais pas — dans ces cas précis de dire: je ne rapporte l'information que quand vous [Weber entend: la source de l'information] vous déclarez prêt, éventuellement, si elle est contestée ou fausse, à apparaître en nom propre. » (*Heidelberger Zeitung*, 18 octobre 1912.)<sup>19</sup>

Le troisième procès découle directement du précédent. L'auteur de la rumeur calomnieuse était en effet un enseignant de Heidelberg, Adolph Koch, qui depuis 1895 donnait dans cette université des conférences sur le journalisme. Weber, désireux d'obtenir réparation, le força lui aussi à un procès en diffamation en mettant en doute sa capacité à donner ce genre d'enseignements et engagea une procédure disciplinaire contre lui auprès de l'Université. Koch, après avoir engagé un procès puis retiré sa plainte, fut sanctionné par l'Université qui lui retira la capacité à enseigner (la *Venia legendi*) en 1913, ce qui mit pratiquement un terme à sa carrière. Dans le cas de ce dernier procès, le lien avec le projet d'enquête sur la presse est plus direct. Max Weber avait en effet envisagé en 1910 d'associer Koch au projet

---

<sup>19</sup>. Cité dans *MWG*, II/7, 1. Halbband.

mais y avait finalement renoncé<sup>20</sup>. Celui-ci en aurait conçu un ressentiment suffisant pour le pousser à la calomnie<sup>21</sup>.

La fin des procès coïncide chronologiquement avec l'abandon par Weber du projet d'enquête sur la presse. Ces péripéties judiciaires ont sans doute joué leur rôle dans cet échec. Il est en effet possible que Weber, notamment à l'occasion du deuxième procès, ait pu se sentir en situation de conflit avec le monde de la presse (le rédacteur en chef du *Dresdner Neuesten Nachrichten* appartenait au Bureau du Syndicat de la presse). Le ton employé à la fin de l'article du *Heidelberger Zeitung* semble l'attester. Weber se serait donc senti à la fois matériellement coupé d'appuis importants pour son enquête et scientifiquement illégitime pour la mener au vu de son objectif de neutralité<sup>22</sup>. L'obstination et le soin mis d'autre part à mener ces procès (dont témoigne la correspondance) ne lui ont sans doute pas laissé le temps et le loisir de conduire le projet de « Preß-Enquête ». Le souci qu'avait par ailleurs Weber de reprendre ses travaux personnels sur l'éthique économique des grandes religions l'aurait finalement éloigné définitivement de la sociologie de la presse<sup>23</sup>.

Mais l'explication n'est pas parfaitement satisfaisante. Weber entretenait toujours de très bonnes relations avec des journaux bien plus importants que le *Dresdner Neuesten Nachrichten* et sa bonne foi était clairement établie à l'issue des procès. En revanche, le peu de succès rencontré par la création de la DGS pesa sans doute plus lourd. Weber avait dès la fin de 1911 clairement échoué dans sa tentative de fédérer un grand nombre de chercheurs autour

---

<sup>20</sup>. Dans une lettre à H. Herkner le 27 mai 1910 Weber exprime prémonitoirement ses hésitations sur la personne de Koch: «...pour ce qui concerne Koch je voudrais d'abord me renseigner (ici). Il est sans doute indispensable à une enquête sur la presse car, vu ses relations, nous aurions sans cela une "mauvaise presse". Mais autant que possible à utiliser prudemment!»

<sup>21</sup>. *MWG*, II/7, 1. Halbband, p. 8.

<sup>22</sup>. C'est l'interprétation que livra Weber lui-même de l'échec de l'enquête à l'occasion du rapport qu'il fit devant les membres de la DGS réunis pour leurs deuxièmes « Journées » de sociologie en octobre 1912. Il semble en effet que l'opportunité d'une participation à l'enquête suite aux procès ait été discutée au bureau du « *Reichsverband der deutschen Presse* » KUTSCH, 1988.

<sup>23</sup>. La sociologie de la presse trouvera un second souffle en Allemagne dans les années 1920, notamment grâce au frère de Max Weber, Alfred, à Heidelberg. Les procès ont pu être analysés comme la source du retard pris par cette sociologie dans les années 1910 OBST, 1986.

de la DGS et de la « *Preß-Enquête* ». Les désistements successifs de K. Bücher et F. Eulenburg auxquels Weber avait demandé de prendre la tête de l'enquête semblent avoir participé à son découragement à l'égard de ce projet. Les « Journées de sociologie » de 1910 et 1911 furent d'autre part marquées de débats difficiles mettant en cause, notamment en 1911, l'impératif de neutralité axiologique défendu par Weber. Celui-ci avait espéré que la DGS, en se constituant comme une société purement scientifique, échapperait au débat sur les jugements de valeur qui traversait au même moment le « *Verein* ». Depuis 1909, celui-ci était en effet le lieu d'un débat intense sur la neutralité et la scientificité des sciences sociales et notamment de l'économie politique. La discussion du concept de productivité lors du congrès de Vienne (1909) du « *Verein* » cristallisa ce débat dans lequel Weber faisait figure de croisé de la neutralité et qui le conduisit à établir les principes méthodologiques contenus dans les textes sur la « sociologie compréhensive » (1913) et la « neutralité axiologique » (1917)<sup>24</sup>. Or le débat n'épargna pas la DGS et Weber dut faire face à de nombreuses critiques sur cette question<sup>25</sup>. Ces journées révélèrent d'autre part la difficulté de réunir pour du travail collectif les grandes figures individuelles qui composaient la DGS (Simmel, Sombart, Tönnies)<sup>26</sup>. Weber, qui n'avait accepté en octobre 1910 qu'un poste de trésorier de l'association, y renonça en 1911 et se retira définitivement de la DGS en 1914<sup>27</sup>.

La « *Preß-Enquête* » en est donc restée au stade du projet. Elle n'a subi ni l'épreuve de la confrontation avec l'empirie, ni celle de la maturation des résultats dans un langage et sous une forme conceptuelle qui attesteraient l'existence d'une sociologie wébérienne de la presse comme il en existe une du droit, de la ville ou de la musique. Seuls nous restent les documents préparatoires de l'enquête et quelques références marginales dans le corpus wébérien pour augurer de ce qu'aurait pu être cette sociologie. Si l'on ne

---

<sup>24</sup>. M. Pollak a fait une lecture psychologique de cette quête de la neutralité (cf. son analyse de l'enquête sur les ouvriers agricoles: POLLAK, 1986 b).

<sup>25</sup>. KAESLER, p. 218

<sup>26</sup>. « *Vous avez pu voir à Leipzig qu'il nous était impossible d'avoir une direction unique. Tönnies aurait démissionné comme il me l'a dit, et personne n'aurait plus vu Sombart et Simmel si ils n'étaient devenus membres du bureau. Il faut compter avec ces "données"* » (Lettre à Franz Eulenburg, 12 octobre 1910).

<sup>27</sup>. Voir HENNIS, 1996 pour plus d'éléments sur le contexte institutionnel dans lequel Weber élaborait son projet d'enquête.

peut de ce fait prétendre à autre chose que de prudentes conjectures, la nature même de ce matériau nous offre aussi la chance de saisir le raisonnement de Weber au moment où un ensemble de questions abstraites (une problématique) se cristallise dans une liste de questions concrètes à poser au terrain (un plan de recherche). Ce moment particulier mérite sans doute que l'on s'y arrête<sup>28</sup>.

## UNE SOCIOLOGIE ÉCONOMIQUE DE LA PRESSE DANS LE CAPITALISME

Le point de départ de Weber dans cette enquête est clairement l'idée d'une réflexion sur la culture moderne. La presse semble intéresser Weber dans les premières lignes du « *Vorbericht* » comme un détour fructueux pour saisir et comprendre ce qu'il appelle les « *grands problèmes culturels de notre temps* », à savoir l'apparition d'une culture moderne et d'un type nouveau de personnalité et d'« homme » moderne.

---

<sup>28</sup>. Deux sources différentes permettent d'analyser sur le fond le projet d'enquête sur la presse. La plus accessible est le discours prononcé par Weber en introduction des premières Journées de la DGS le 19 octobre 1910. Ce texte (le « *Geschäftsbericht auf dem ersten deutschen Soziologentage in Frankfurt 1910* », ci-après « *Geschäftsbericht* ») est aisément accessible en allemand dans les éditions de poche de Weber. Il a été traduit en anglais [Hardt, 1998] et en français (dans la revue *Réseaux* en 1992). L'autre texte, le « Rapport préalable sur une proposition d'enquête sur la sociologie de la presse » (« *Vorbericht über eine vorgeschlagene Erhebung über die Soziologie des Zeitungswesens* », « *Vorbericht* » ci-après) a sans doute été rédigé par Weber au début de 1910 et distribué aux personnes pressenties pour le projet. Il s'agit en fait d'un plan d'enquête très détaillé et riche de détails techniques sur la procédure à suivre pendant l'enquête et d'hypothèses de recherche, mais qui est plus allusif dans ses formulations et parfois peu clair. Le « *Vorbericht* » n'a d'autre part été édité en allemand que très récemment par W. Hennis (en 1995) et doit figurer dans un des volumes des oeuvres complètes de Weber encore à paraître (*MWG*, I/13). Il a été traduit très récemment en Anglais HENNIS, 1998.

Les deux textes sont incomplets mais l'on trouvera dans le « *Vorbericht* », plus que dans le « *Geschäftsbericht* », dont Weber soulignait lui-même le caractère « essayiste », une plongée saisissante dans le laboratoire où s'élabore une interprétation dans le même temps que se construit une stratégie de recherche et d'accumulation d'éléments empiriques pour l'étayer. Nous fondons donc l'essentiel de nos analyses sur ce texte dont nous livrons par ailleurs la traduction en annexe.

Il semble qu'un troisième document, intitulé « *Disposition für die Bearbeitung einer soziologischen Untersuchung des Zeitungswesens* », atteste que Weber réfléchissait à ce sujet de recherche depuis 1908.

*« Une enquête sur la presse doit en dernière instance s'affronter aux grands problèmes culturels de notre temps: I. Le mode de formation de l'appareil des moyens de suggestion psychologique par lequel la société moderne tend continuellement à l'intégration et à l'acculturation de l'individu: la presse comme un des moyens de la formation de la personnalité subjective de l'homme moderne. II. Les conditions, créées par l'opinion publique dont le déterminant essentiel est aujourd'hui la presse, de l'émergence, de l'entretien, de l'enfouissement, du remaniement des éléments artistique, scientifique, éthique, religieux, politique, social, économique de la culture: la presse comme composante de la personnalité objective de la culture moderne. »*

Dans le discours de 1910, ce problème prend la forme interrogative: *« Permettez-moi simplement de vous suggérer un instant de penser le monde sans la presse; que serait la vie moderne sans le caractère public spécifique engendré par la presse? »*<sup>29</sup>

### **« Économie » et « esprit » des journaux**

Dans la suite du plan d'enquête, Weber ne se limite pourtant pas à l'examen du rôle culturel joué par la presse à l'époque moderne. Dès les premières lignes, ce thème fait en effet figure d'horizon de la recherche mais pas d'objet réel de celle-ci (*« On ne peut évidemment pas traiter ces buts ultimes de la recherche au début comme s'ils en étaient le premier objet. »*). La perspective choisie pour « entrer » dans le sujet est en fait très matérialiste : Weber fixe en effet comme principe de l'enquête de traiter avant tout des structures économiques des entreprises de presse et de l'économie de la presse en général. Il semble par exemple refuser délibérément de considérer la production des entreprises de presse (qu'il désigne par le terme de « *Stoff* », la matière) comme un produit original par rapport à d'autres productions économiques :

*« Il faudra plutôt commencer par le fait que le mode de fonctionnement de tout le travail culturel de la presse aujourd'hui*

---

<sup>29</sup>. Max WEBER, 1992 b, p. 103

*est lié aux conditions d'existence d'entreprises privées et qu'il ne peut en être autrement: il est nécessaire en d'autres termes d'examiner d'abord et avant toute autre chose l'entreprise de presse du point de vue des conditions objectives de son existence et des répercussions de celles-ci sur le façonnement des types très différents les uns des autres de journaux modernes dont nous observons la concurrence et sur leurs chances de développement. »<sup>30</sup>*

Le primat donné par Weber à un point de vue matérialiste sur la presse s'observe aussi nettement dans l'architecture que dessine le « *Vorbericht* » pour l'agencement de l'enquête. Le texte s'organise en effet autour de deux grandes parties: la première partie est consacrée à l'« *économie du journal* » (« *das Zeitungsgeschäft* ») et la seconde à son « *esprit* » (« *die Zeitungsgesinnung* »)<sup>31</sup>. Les deux niveaux de l'analyse que semble opposer ce choix de plan font l'objet, chacun séparément, de l'attention pratique de Weber dans l'optique de cette enquête. Une partie des investigations qu'il anticipe consiste en effet en des analyses « économiques » sur la gestion des entreprises de presse (il prévoit la consultation des livres de comptes de plusieurs journaux et des registres du commerce), la structure du marché de la presse (la concurrence entre les journaux et la constitution de « trusts » dans la presse, le mode de diffusion par abonnement ou au numéro...) et plus généralement du marché de l'information (« *Coût des informations chez nous en comparaison avec l'étranger* »; ou encore le poids des agences de presse dans le « *mode d'obtention de la matière* »: « *Particulièrement importantes seraient Reuter et Associated Press, cette dernière étant la seule agence qui se trouve entre les mains des journaux existants*

---

<sup>30</sup>. L'argument revient sous une forme similaire dans le « *Geschäftsbericht* »: « *Pour examiner la presse sous l'aspect sociologique, il est fondamental de constater d'abord qu'elle est nécessairement, de nos jours, une grande entreprise privée capitaliste* ». WEBER, 1992 b, p. 104.

<sup>31</sup>. La traduction de ces deux termes pose quelques problèmes. « *Zeitungsgeschäft* » est un terme très général qui désigne le journal (ou la presse) en tant qu'entreprise ou comme une « affaire » économique. Nous avons traduit selon le contexte par « entreprise de presse » ou « économie du journal ». Pour « *Zeitungsgesinnung* » nous avons choisi la formule « esprit du journal ». Weber utilise aussi à la fin de la première partie du « *Vorbericht* » les termes de « *Geist der Zeitung* ». Dans tous les cas, il est intéressant de se rapporter à la traduction de « *Gesinnung* » proposée par J.-P. Grossein dans les textes de sociologie des religions: plus que l'« état d'esprit » (sa représentation du monde) d'un individu, celle-ci désignerait sa « disposition d'esprit », sa morale de l'action quotidienne. Appliqué à une entreprise le terme ne pouvait cependant plus être traduit que par « esprit ».

*(américains), et qui par la même représente un des moyens les plus puissants de monopolisation des journaux existants. Il faudrait examiner les principes commerciaux selon lesquels les journaux s'abonnent aux informations venant de ces agences et réciproquement les conditions (approximatives) auxquelles les abonnements sont fournis... »).*

Weber insiste aussi dans cette première partie sur les problèmes d'organisation du travail dans les journaux, la répartition des tâches et du pouvoir entre membres du personnel des journaux (ce qu'il appelle le « *mode de partage de la matière* »), les carrières et l'organisation professionnelle des journalistes (« *Origine sociale, formation initiale, placement sur le marché du travail, type d'emploi et de salaire et « carrière » des journalistes (si possible au moyen d'une enquête par questionnaire).* »). Dans la partie consacrée à l'« *esprit du journal* », Weber envisage tour à tour de s'intéresser à la production de l'identité collective du journal (ce qu'il appelle l'« *anonymat du journal* »), à l'influence exercée sur le contenu par la « *tradition* » à laquelle appartient le journal ou sa famille politique. Enfin, dans une rubrique intitulée « *La production de l'opinion publique par la presse* » il envisage les effets de la lecture des journaux sur la langue (« *À quel mode de lecture et à quels changements formels de la façon de s'exprimer et de penser éduque la presse? (exemple classique pour le premier point: analyse des « magazines » en Amérique). Degré et nature du parallèle entre la lecture des journaux et les autres lectures* ».), les modes de vie (« *Quels autres objets de lecture supplantent la presse? (exemple classique: la Russie avant et après l'octroi d'une relative liberté de la presse, disparition des revues, bouleversement dans tous les modes et les orientations de la lecture). Diffusion des modes de vie urbains dans la campagne et les petites villes du fait de la presse* »), les débats scientifiques, la « *morale publique* »...

Cette organisation du plan d'enquête semble orienter vers un déterminisme économique marqué qui apparaît clairement dans certaines des remarques de Weber (par exemple lorsqu'il se demande comment le capital d'un journal peut influencer son contenu ou encore comment les « *groupes de pression* » gèrent leurs journaux...). Pourtant, le « *Vorbericht* » est un texte plus complexe que ce schéma déterministe pourrait le laisser croire. Il ne se laisse en tout état de cause pas réduire à la série de catégories abstraites et descriptives que pourrait contenir un manuel de description de la presse valable partout et tout le temps (1. les structures économiques: propriété,



organisation du travail..., 2. le contenu culturel et idéologique des journaux...). Interpréter le plan d'enquête sur la presse dans ce sens serait faire peu de cas de l'indexation manifeste de l'enquête sur un contexte socioéconomique donné, de la volonté affichée à de nombreuses reprises par Weber de comprendre une évolution plutôt qu'un état et finalement aussi du caractère fortement problématisé (derrière l'apparence très descriptive du plan et de son plan très détaillé) des pistes suggérées par Weber. Les questions qu'il pose sont en effet pour la plupart orientées vers et par un questionnement central: la problématique de la rationalisation, avec la modernité et le capitalisme, des organisations et des comportements. Cette question, sous-jacente dans de nombreuses formulations, fait dans le texte figure de troisième pôle permettant de résoudre l'opposition problématique des structures économiques et des effets idéologiques.

### **Presse et capitalisme: relations croisées**

La plupart des questions figurant dans la partie « économique » du projet sont ainsi orientées par l'idée selon laquelle la production de l'information ne relève pas (ou plus) d'un artisanat dont le journaliste serait le coeur mais d'une activité « industrielle » complexe mobilisant des entreprises de grande taille, recourant à des formes de sous-traitance (les agences de presse, les fournisseurs de petites annonces et de suppléments...), insérée dans des marchés structurés (avec par exemple l'offre d'information officielle émanant des administrations, les communiqués...), ayant une dimension institutionnelle et organisationnelle forte. Cette question sous-jacente apparaît bien dans le point du plan d'enquête qui traite de l'« américanisme »: « *L'« américanisme » dans le journalisme, concernant la mise en forme de la matière, son partage, l'importance relative des rubriques particulières et de l'usage des gros titres. Influence sur le caractère du journal et sur le mode de lecture des journaux. Analyse détaillée du caractère commercial des journaux américains par rapport aux nôtres, pénétration de ce caractère chez nous, ses raisons (ou les raisons du contraire)?* »<sup>32</sup>. De nombreux autres exemples pourraient être mobilisés dans ce sens.

---

<sup>32</sup>. La dénonciation de l'« américanisation » de la presse est un lieu commun au début du siècle. DELPORTE, 1999, a bien montré dans le cas français qu'elle est une forme de résistance romantique à l'industrialisation de la presse.

Pour ce qui concerne directement les journalistes, Weber s'intéresse aux « carrières » et aux « opportunités de vie » dans ce métier et semble vouloir mettre à la question l'image de cette profession (et aussi son organisation en « profession » au sens des attributs habituels mentionnés dans ce paragraphe du plan d'enquête: syndicat, « tribunal d'honneur »...). Il fait en effet porter ses interrogations sur la perméabilité du métier à l'égard d'autres types d'activités (précisant son questionnement sur les « carrières » en lui donnant un sens comparatiste : « *Nature et développement de la position économique et sociale du métier de journaliste, changement d'emploi de et vers d'autres activités et nature des opportunités de vie des journalistes dans comme à l'extérieur de son métier (aujourd'hui en comparaison du passé et chez nous en comparaison de l'étranger)...* ») et sur le poids individuel du journaliste dans une organisation telle qu'un journal (« *Journal et journalisme. Les exigences de qualité à l'égard des journalistes modernes, adaptation et sélection du fait des contraintes de l'entreprise de presse.* »). De ces deux points de vue, le modèle professionnel et artisanal est implicitement opposé à un modèle salarial contraint par l'économie de la presse<sup>33</sup>. Sur tous ces points, on peut dire que Weber cherche à éprouver dans les faits l'idée de l'intégration moderne de la presse à une forme d'économie rationalisée et capitaliste.

Dans la deuxième partie du plan d'enquête, les questions et suggestions formulées par Weber ne sont pas réductibles à la problématique — classique depuis — de la formation de l'opinion publique et du rôle qu'y joue la presse. Weber s'intéresse aux effets de la presse non pas tant sur les idées des individus mais plutôt sur leur vie quotidienne par le biais de la rationalisation et de l'universalisation qu'elle provoque des outils d'interprétation du monde vécu individuel. Cette problématique apparaît clairement dans la partie consacrée au problème de l'« opinion publique » où Weber s'intéresse à des éléments de la culture plus concrets que ce que semble suggérer l'acception contemporaine du terme lorsqu'il est manipulé pour la production de sondages par exemple. C'est l'influence exercée par la

---

<sup>33</sup>. Ce qui apparaît bien dans le point consacré à « Journal et journalisme » déjà cité plus haut et qui se poursuit ainsi: «...*Conflits d'intérêts et compromis entre l'entreprise de presse et le journalisme. — Organisation corporatiste des journalistes du point de vue de son développement organisationnel et dans le type et la formation de ses missions (placement professionnel, caisse, tribunal d'honneur et d'arbitrage de l'«Union des Rédacteurs Allemands»).* Degré d'influence des journalistes pris individuellement sur l'«esprit» du journal et son développement.»

presse sur la langue vernaculaire, sur les modes de vie, ruraux notamment, sur la « morale publique » et les débats scientifiques qui intéresse Weber... La presse participe en effet par ce biais à la définition de cadres de pensée et d'action stables et unifiés<sup>34</sup>. Comme le dit Weber à la fin du « *Vorbericht* », la presse exerce une influence « *globalisante* », « *uniformisante* » et « *réifiante* » sur la culture moderne et l'« *état sensitif* » de l'homme moderne:

*« On pourrait facilement multiplier de telles questions et ce n'est que dans leur suite directe, ou celle de questions proches, qu'on pourra débattre des questions culturelles réellement importantes de la signification de la presse, de sa part dans le contenu matériel des biens de culture modernes et de son influence globalisante, uniformisante, réifiante et en outre cependant continuellement colorée émotionnellement sur l'état sensitif et les habitudes de pensée de l'homme moderne, sur les domaines de la politique, de la littérature, de l'art, sur la formation et la désagrégation de jugements de masse et de croyances collectives. »*

A la lecture du « *Vorbericht* », on se rend compte que le mode de raisonnement de Weber consiste non pas à opposer ou hiérarchiser les deux niveaux d'analyse séparés par le plan d'enquête mais, toujours à propos d'exemples très précis, à opérer des rapprochements entre la logique « économique » et la logique « culturelle ». Ces exemples, qui apparaissent finalement comme des points nodaux de l'analyse, sont nombreux dans le projet d'enquête sur la presse. On peut citer, notamment parce que Weber y revient dans tous les textes où il aborde le problème de la presse, la question de l'anonymat sous lequel sont publiés à son époque beaucoup d'articles de presse. Du côté du « *Geschäft* » comme de celui de la « *Gesinnung* » l'anonymat a à voir avec le processus occidental de la rationalisation (d'un côté le journal comme entreprise s'éloigne de la situation d'artisanat journalistique qui justifie la signature des articles, de l'autre la production

---

<sup>34</sup>. A laquelle la structure du marché des journaux n'est pas étrangère pour Weber: « *Concurrence des types de journaux et son résultat. Jusqu'où opèrent les raisons purement commerciales, jusqu'où les raisons politiques et autres? Quels types sont victorieux? Tendances endogènes à la monopolisation régionale de l'information politique par les grands journaux. Jusqu'à quel point les journaux des grandes villes, et spécialement des capitales, dominent-ils la campagne?* » (point A.VI)

d'articles non individualisés participe au processus d'« uniformisation » du jugement qui intéresse Weber)<sup>35</sup>.

La question de la « langue » de la presse pourrait être citée en exemple d'un autre de ces points nodaux sur lesquels s'appuie Weber dans ce plan d'enquête : elle apparaît en effet à la fois dans la première partie lorsque Weber évoque la « *catégorisation usuelle des informations* » liée à la position des agences de presse dans la fourniture de l'information. Mais aussi dans la deuxième lorsqu'il traite de la « *stylisation de la lecture de la presse elle-même par le mode de mise en page* » et évoque des « *changements formels de la façon de s'exprimer et de penser* » auxquels « *éduque la presse* ». Comme en atteste une lettre du 11-14 décembre 1910 à Karl Vossler, Weber était à la recherche pour cette enquête d'une personne susceptible de mener des recherches sur « *l'influence du développement de la presse sur la langue (directe et indirecte, en aucun cas seulement le prétendu « allemand journalistique » ou ce genre de choses mais surtout l'effet continu de la stylisation émotionnelle et du style télégraphique, etc.)* ». Weber conclut en écrivant « *Nous pourrions en avoir besoin !* »

Ce mode de raisonnement est à son efficacité maximale lorsque les exemples étudiés concernent directement le monde des affaires et cette figure particulière de l'« *homme moderne* » qu'est pour Weber l'entrepreneur. C'est dans son cas en effet que le rapprochement du « *Geschäft* » et de la « *Gesinnung* » est le plus direct et que l'« *enrichissement et [la] schématisation de la pensée* »<sup>36</sup> auxquels conduit la lecture des journaux peut se traduire le plus efficacement dans une « *Lebensführung* », une conduite de vie, qui a elle-même des effets économiques. Dans les cours d'histoire économique professés par Weber en 1919 cet enjeu apparaît clairement à propos du rôle joué par le développement de la presse dans l'extension du commerce. Weber y décrit l'avènement au XVIII<sup>e</sup> siècle d'une « *organisation de l'information* » dans un monde où les comportements économiques ne pouvaient jusque là que reposer sur l'information tirée du « *trafic épistolaire* » :

---

<sup>35</sup>. On voit bien que le traitement réservé au problème de l'anonymat dans l'enquête est très différent de celui qui lui est réservé au moment des procès. Ici il n'est plus question d'enjeu politique mais d'un symptôme d'une évolution économique.

<sup>36</sup>. « *Vorbericht* », point B.III.4.

*« Si la formation d'un commerce en gros put se réaliser de cette manière, c'est qu'une condition préalable indispensable était remplie en ce sens qu'il existait désormais une organisation de l'information et une organisation du trafic satisfaisante.*

*Un service public d'information comme celui qui sous-tend aujourd'hui les opérations de bourse ne s'est développé que tardivement. Au début du XVIII<sup>e</sup> siècle, non seulement le Parlement anglais gardait ses délibérations secrètes, mais encore les bourses, qui se comportaient comme des clubs de marchands, faisaient de même avec leurs informations; elles craignaient que la divulgation des prix vers l'extérieur conduisît à des impopularités et pût porter un mauvais coup à leurs affaires. L'institution de la presse n'est entrée au service du commerce qu'à une époque extraordinairement tardive. Le journal n'est pas un produit du capitalisme. Les nouvelles qu'il publia d'abord furent de nature politique, mais sa prédilection allait aux nouvelles sortant de l'ordinaire et provenant du monde entier. En revanche, l'annonce n'eut droit de cité dans le journal que tardivement. Certes, elle n'en fut jamais complètement absente, mais elle avait initialement un caractère familial; l'annonce commerciale, ayant la vente pour objet, ne fut un phénomène régulier qu'à la fin du XVIII<sup>e</sup> siècle, et ce dans le journal qui, un siècle durant, a été le premier du monde: dans le Times. La publication de la cotation boursière (le bulletin des cours) n'est devenue habituelle qu'au XIX<sup>e</sup> siècle puisque, à l'origine, les bourses étaient partout des clubs — en Amérique elles le restèrent d'ailleurs jusqu'à l'orée de notre époque. Ainsi donc, au XVII<sup>e</sup> et XVIII<sup>e</sup> siècles, tout reposait encore sur l'organisation du trafic épistolaire. »<sup>37</sup>*

L'importance accordée dans le « *Vorbericht* » au problème des annonces commerciales (un des développements les plus longs du plan d'enquête) relève de la même logique. Les annonces justifient l'analyse de la presse comme un mode de régulation des comportements économiques et sont elles-mêmes devenues un secteur d'activité économique propre (par le biais de leur sous-traitance à des entreprises spécialisées, par leur mode de financement...). C'est donc tant le développement de cette économie de l'annonce (les journaux spécialisés, les entreprises ou les « *centrales* »

---

<sup>37</sup>.WEBER, 1991, Quatrième chapitre: La naissance du capitalisme moderne, p. 314-315.

d'annonces) qui intéresse Weber que le rapport de force économique qui s'instaure entre journaux et annonceurs (« *L'importance de l'indépendance matérielle des journaux par rapport au revenu des annonces pour ce qui est du prix du journal et de son caractère. (Danger présumé et réel pour l'intégrité du contenu d'un côté — d'un autre côté: opportunité d'une meilleure qualité du service d'information et de la teneur générale du contenu.) Rapport entre publicité et texte (texte payé, publicité déguisée et leurs formes). Tentatives des annonceurs (les grands annonceurs et — occasionnellement — des associations professionnelles) d'acquiescer de l'influence sur la part rédactionnelle du journal et sur la critique, artistique et autre, ou encore d'exclure les annonces concurrentes.* »). Weber suggère aussi des études de l'efficacité de ce mode de publicité (« *Limites psychologiques de l'efficacité de l'affiche et d'autres formes de réclame d'un côté, de l'encart de presse d'un autre côté, pour ce dernier en fonction de la diversité de l'objectif.* »). On sait la postérité de ce type de questionnement et l'importance aujourd'hui des logiques publicitaires dans les médias.

#### L'« ENQUÊTE »: INTERPRÉTER AU PLUS PRÈS DES FAITS

Le projet wébérien d'enquête sur la presse est aussi un miroir intéressant des principes méthodologiques mis en oeuvre par Weber dans le domaine de la recherche empirique. La lecture du « *Vorbericht* » et du « *Geschäftsbericht* » frappe par l'insistance avec laquelle Weber y répète ses appels à un traitement parfaitement « neutre » et « scientifique » de ce sujet, éloigné de tout jugement de valeur sur ce qu'écrivent les journalistes ou leur façon de travailler. D'une certaine façon, de même que l'on a pu voir dans la DGS un outil pour la mise en place d'une telle enquête, ces deux textes, comme aussi ceux écrits pour la DGS (lettres et statuts), ont une valeur de modèles et de manifestes de ce que devait être pour Weber une recherche sociologique<sup>38</sup>. A. Oberschall, dans l'ouvrage qu'il a consacré à l'histoire de

---

<sup>38</sup>. Hinnerk Bruhns cite en exergue d'un de ses articles BRUHNS, 1996 cette phrase de Weber qui illustre bien l'absence chez cet auteur d'une méthodologie ou d'une épistémologie systématique et dissociable de la recherche en train de se faire: « *Ce n'est qu'en soulevant et en résolvant des problèmes concrets que des sciences ont été fondées et que leur méthode continue à être développée. Jamais encore des considérations purement épistémologiques ou méthodologiques n'y ont joué un rôle décisif* » (*Kritische Studien auf dem Gebiet der kulturwissenschaftlichen Logik*, 1906)

la recherche empirique dans le domaine des sciences sociales en Allemagne, insiste très fortement sur cet aspect et décrit le projet d'enquête sur la presse comme la première tentative jamais faite dans ce pays de légitimation à grande échelle d'une démarche de type empirique. Il souligne par ailleurs la modernité de la conception de la recherche que manifeste ce projet et la rapproche de celle qu'ont pu connaître les États-Unis après la seconde guerre mondiale (travail collectif, articulation des projets de recherche avec les projets de formation des étudiants...)³⁹. Si la pratique des enquêtes par questionnaires était en effet déjà répandue dans le monde universitaire allemand de la fin du XIX<sup>e</sup> siècle, le projet wébérien rompait pour la première fois avec les visées réformatrices jusque là dévolues à ce genre de recherches (notamment celles commanditées par le « *Verein* »). Il intégrait d'autre part, et là encore de façon très novatrice, une réflexion sur l'organisation de la recherche la plus à même d'assurer le succès de l'enquête⁴⁰. Le Weber que l'on devine à l'oeuvre dans l'élaboration de ce plan d'enquête est un fin méthodologue de « terrain », qui hérite des premiers pas effectués dans le cadre du « *Verein* » et affirme la spécificité d'une démarche de connaissance du monde social à la fois scientifique et productive. Ici il n'est par exemple plus question, comme dans la première enquête du « *Verein* » sur les ouvriers agricoles en 1890 d'interroger les seuls employeurs pour connaître le travail des employés⁴¹. Weber envisage de recourir à la méthode des questionnaires auprès des journalistes et multiplie les pistes méthodologiques: analyse de contenu⁴², observations participantes dans des journaux américains, consultation d'archives de

³⁹. OBERSCHALL, 1965 et LAZARFELD et OBERSCHALL, 1965.

⁴⁰. En partie parce que le sujet même de la recherche est un champ ouvert qui ne se laisse pas appréhender simplement au moyen des catégories « morales » qui pouvaient guider le questionnement dans les enquêtes du « *Verein* » : « *Car il est clairement visible que c'est la difficulté de formuler de façon nette le phénomène dont il s'agit qui est la raison pour laquelle ici le travail collectif de cervaux est nécessaire: les possibilités de formulation du problème sont à débattre — alors que pour ce qui est du questionnaire seules les possibilités techniques posent problème. La nature du questionnement est claire, pas son étendue.* » (lettre à Franz Eulenburg, 12 octobre 1910).

⁴¹. Weber avait déjà mené ce type de réflexion méthodologique à l'occasion de cette première enquête : il avait notamment organisé une enquête complémentaire auprès de pasteurs pour neutraliser le biais en question.

⁴². Ici on peut noter que si Weber propose de lire les journaux « *les ciseaux à la main* » il s'agit moins d'analyse de contenu traditionnelle (repérant des thèmes et du contenu idéologique) que de mesurer la place accordée aux différentes rubriques dans l'économie d'ensemble du journal ou comprendre le « style » de la description du monde proposée par les journaux, la façon dont ils typifient et catégorisent les informations.

journaux, bilans et comptes...<sup>43</sup> Il définit aussi les conditions qui permettront à cette enquête d'être acceptée par son « public » et donc de produire des données. Au nombre de celles-ci une participation active de tous les acteurs de l'économie de la presse dès les premiers stades de la recherche<sup>44</sup>.

Ce projet dénote aussi un souci important de la part de Weber de s'éloigner autant que possible de l'essayisme et de la dissertation abstraite (ce qu'il appelle dans ce texte « *feuilletonner élégamment* »). La forme même du plan d'enquête trahit ce souci : il s'agit manifestement pour Weber d'accumuler des faits ou plutôt des intuitions sur les faits pertinents à convoquer pour étayer une argumentation en train de se problématiser<sup>45</sup>.

Ces points d'ancrage de l'enquête dans le terrain (ceux que l'on a décrits comme les points nodaux de l'argumentation : l'anonymat, l'organisation des services d'annonces, la langue...) semblent en effet avoir pour Weber une valeur heuristique bien plus élevée que celle de simples illustrations d'une idée. Ce sont eux qui suscitent les idées et les soutiennent. Il en va ainsi dans le « *Geschäftsbericht* » d'un passage où Weber décrit l'utilisation dans les Bourses des valeurs américaines de glaces dépolies pour éviter la communication des informations vers l'extérieur de la salle de marché proprement dite<sup>46</sup>. Il ne s'agit pas alors d'ajouter une anecdote à l'idée générale déjà exprimée en termes abstraits — les différences entre Angleterre et Etats-Unis quant au rapport de force entre la presse et des

---

<sup>43</sup>. Cet opportunisme méthodologique et les prises de position de Weber dans les enquêtes du « *Verein* » sont bien décrits par Kaesler. Weber, qui dès 1892 avait fait passer une petite annonce dans un journal pour proposer la réalisation d'« enquêtes privées », s'était fortement impliqué dans l'élaboration méthodologique de l'enquête de 1907 sur les ouvriers d'industrie.

<sup>44</sup>. La tâche était cependant difficile. A. Kutsch cite des éléments de débats ayant agité les associations professionnelles d'éditeurs de presse qui montrent la persistance de malentendus profonds quant à l'intérêt d'enquêtes empiriques sur la presse. Pour lui la « *Preß-Enquête* » était largement compromise par la réticence des éditeurs à y collaborer KUTSCH, 1988. Le soutien qu'avait obtenu Weber auprès du « *Reichsverband der deutschen Presse* » ne tenait par exemple qu'à l'intérêt d'Alfred Scheel pour ce type de recherches. Celui-ci réussit d'ailleurs, après de nombreux débats dans l'association, à lancer son enquête par questionnaire (dont les thèmes étaient ceux définis par Weber dans le paragraphe « Journal et journalisme » du « *Vorbericht* »). Les questionnaires furent envoyés en mars 1914 à 1800 rédacteurs de presse, mais l'entrée en guerre de l'Allemagne quelques mois plus tard lui interdit de pouvoir les exploiter.

<sup>45</sup>. Ce qui peut expliquer l'aspect un peu rebutant de « catalogue » produit par le texte du « *Vorbericht* ».

<sup>46</sup>. WEBER, 1992b, p.104-105



institutions comme le Parlement ou les marchés — mais d’apporter un élément probateur plus lourd à un argument théorique sans valeur historique s’il n’est qu’énoncé. Ce sont ces « *différences locales* » comme dit lui-même Weber qui rendent l’argumentation convaincante, plus que les grandes idées, et le « *Vorbericht* » pourrait être compris comme une sorte de machine à produire de telles différences (ce que Weber résume, à propos de l’influence de la presse sur la langue, par les termes suivants: « *Seule l’illustration par de nombreux exemples concrets a de la valeur.* »<sup>47</sup>). C’est cette forme d’obsession de la preuve (ou plutôt de l’indice) qui explique que Weber, loin de monter un dispositif expérimental qui lui permettrait de tester des hypothèses élaborées *a priori*, multiplie les pistes de réflexion et les idées de faits à convoquer pour étayer son raisonnement<sup>48</sup>.

On voit donc que le terme de « rigueur » prend dans le plan d’enquête sur la presse un sens un peu particulier. Il s’agit à la fois de refuser l’abstraction parce que seul le fait produit de la connaissance et en même temps de sélectionner des faits dotés d’un sens qui ne peut leur être conféré que par la problématique choisie. Weber ne se formalise donc pas d’imprécisions dans les données factuelle. Il ne cherche en effet pas l’exactitude d’une description statique, d’un tableau, mais la possibilité d’établir des comparaisons (avec l’étranger et dans le temps). Plus qu’au contrôle des données elles-mêmes, le besoin de rigueur affiché par Weber s’applique donc au contrôle de leur pertinence à l’égard de la problématique qui est la sienne et qui suppose l’analyse comparative. Cette conception de la rigueur s’illustre par exemple dans le « *Vorbericht* » à propos des différents coûts de production des journaux: « *...ce qui est l’essentiel ici n’est pas l’exactitude du chiffre isolé mais la comparaison de l’importance relative des postes particuliers, aujourd’hui et par le passé, dans le pays par rapport à l’étranger et entre les types particuliers de journaux. C’est sur les*

---

<sup>47</sup>. « *Vorbericht* », B.III.4

<sup>48</sup>. « *L’écriture de Max Weber révèle, en effet, une surenchère dans l’emploi de toutes les possibilités de marqueterie syntaxique et de broderie énumérative tolérées par la langue allemande. Notre auteur semble sans cesse vouloir épuiser ces possibilités, et même aller au-delà, comme pour ne jamais rien perdre de ce qui pourrait faire preuve supplémentaire ou miette de preuve indirecte, dès lors qu’un détour, un exemple ou un contre-exemple lui semblent capables de faire croître une présomption, d’approfondir une signification ou d’améliorer la machinerie d’ensemble de son argumentation historique* ». PASSERON, 1996, p. 46-47. Le passage consacré dans le plan d’enquête aux annonces commerciales pourrait être cité en exemple de ce mode de raisonnement, ici pris dans ses premiers mouvements.

modifications qui ont lieu et les tendances de développement que l'insistance devra être mise. »

## Conclusion

Le projet webérien d'enquête sur la presse apparaît sous de nombreux aspects comme une occasion manquée. Dans le domaine de la connaissance du monde de la presse comme dans celui de l'élaboration de pratiques de recherche empirique novatrices, son inachèvement ne peut qu'être regretté<sup>49</sup>. Un examen détaillé de ce projet permet pourtant de montrer le lien qui nous semble exister entre cette enquête et les autres travaux de sociologie historique du capitalisme de cet auteur. La date de la « *Preß-Enquête* » (1910) correspond à celle choisie par plusieurs commentateurs de l'œuvre de Weber comme moment de basculement de la sociologie des religions (du protestantisme en fait) à une sociologie du développement de la civilisation occidentale, ne faisant de l'éthique religieuse qu'un des éléments de l'apparition du rationalisme moderne. Pour Marianne Weber, qui situe le « *changement de perspective* » entre 1909 et 1913: « *La reconnaissance de la particularité du rationalisme occidental et du rôle qui lui a été échu pour la culture occidentale constitue pour Weber l'une de ses découvertes les plus importantes. C'est à la suite de cela que sa problématique initiale portant sur le rapport entre religion et société s'élargit dès lors à la question plus vaste de la particularité de la culture occidentale dans son ensemble.* »<sup>50</sup>

Toujours selon Marianne Weber, les études consacrées par Weber à la musique occidentale et à sa rationalisation (rédigées en 1910-1911) furent un des détonateurs de ce changement. Il nous semble que le projet d'enquête sur la presse s'inscrit lui-aussi dans la perspective de cet élargissement de problématique. Weber voyait dans la presse à la fois un des lieux de développement du rationalisme capitaliste et un des moyens de ce développement (par les effets de la presse sur les « *conduites de vie* » des

---

<sup>49</sup>. Bien des pistes tracées par Weber n'ont été réellement explorées que récemment par la sociologie des médias et de la communication. On peut penser notamment aux développements de la sociologie de l'« influence » autour des notions de « mise sur agenda », de « *framing* » ou d'« amorçage ».

<sup>50</sup>. Citée par J.-P. Grossein dans WEBER, 1992 a, p. 15-16

individus<sup>51</sup>). La presse était donc sans doute pour lui un des phénomènes historiques sur lesquels appuyer sa démonstration.

L'échec de la « *Preß-Enquête* » révèle d'une certaine façon combien Max Weber se trouvait en décalage (en avance est-on tenté de dire) par rapport au reste de la sociologie allemande du début du siècle. Son incapacité à faire accepter par les représentants de cette discipline naissante les contraintes d'un travail collectif de grande ampleur comme celles d'une épistémologie rigoureuse et exigeante se lit bien dans le désespoir qui l'animait, sans doute au sens propre, lorsque, dans une lettre postérieure aux deuxièmes « Journées » de la DGS (1911) citée par sa femme, il déplore l'inutilité de sa quête de scientificité en se comparant à un Don Quichotte de la neutralité axiologique<sup>52</sup>. Les procès de 1911-1913 ne furent sans doute, de ce point de vue, que des péripéties.

Même lorsqu'elles ont abouti, comme dans les cas des grandes enquêtes du « *Verein* », les enquêtes empiriques de Weber n'ont suscité que peu de commentaires, surtout en regard de la production théorique et épistémologique sur cet auteur. Il n'est pas de notre propos d'essayer d'expliquer les raisons de ce silence (on peut renvoyer pour le cas français aux travaux de M. Pollak sur la réception de l'oeuvre de Weber<sup>53</sup>) mais on ne peut que penser qu'il y aurait beaucoup à gagner, aujourd'hui encore, à s'inspirer des directions de recherche imaginées par Weber pour analyser la presse et ses rapports à la société dans laquelle elle se développe. Weber nous montre en effet dans ce projet une voie permettant de soustraire l'analyse de la presse et, plus généralement, de « *l'organisation de l'information* », au domaine des analyses d'opinion publique auquel elle est souvent cantonnée pour la ramener vers celui d'une sociologie économique du capitalisme moderne. C'est sans doute à ce prix que les questions posées dans le projet d'enquête sur la presse recevront un jour une réponse.

---

<sup>51</sup>. Lors des enquêtes sur les ouvriers agricoles et les ouvriers d'industrie, Weber avait déjà tenu à faire figurer des questions sur les modes de lecture et notamment la lecture de la presse HARDT, 1979 ; KUTSCH, 1988.

<sup>52</sup>. « *Je ne me suis impliqué si fortement et de façon si zélée dans la fondation de cette Société que parce que j'espérais pouvoir y trouver un lieu de travail et de discussion scientifique neutre. (...) J'en ai définitivement assez d'avoir constamment à me présenter en Don Quichotte d'un principe prétendument inapplicable et d'occasionner des scènes pénibles* », Cité par Marianne WEBER, p. 468-469.

<sup>53</sup>. Celui-ci suggère notamment que la lecture française de Weber s'est faite au prisme des oppositions qui structurent le champ intellectuel de réception de l'oeuvre plus que celui de sa production POLLAK, 1986 a

## REFERENCES

BRUHNS Hinnerk (1996), « Max Weber, l'économie et l'histoire », *Annales HSS*, n°3, novembre-décembre.

DELPORTE Christian (1999), *Les journalistes en France 1880-1950. Naissance et construction d'une profession*, Paris, Seuil.

EBERHARD Fritz (1963), « Franz Adam Löffler und Max Weber — Zwei Pioniere der Publizistikwissenschaft », *Publizistik*, 8(5), September-Oktober .

HARDT Hanno (1979), *Social Theories of the Press: Early German and American Perspectives*, Sage, Beverly Hills-London. [Contient notamment la traduction en anglais du Geschäftsbericht.]

HENNIS Wilhelm (1995), « Die Zeitung als Kulturproblem. Zu Max Webers Vorschlag für eine Erhebung über das Zeitungswesens », in *Ansgar Fürst zum Ausscheiden aus der Redaktion der Badischen Zeitung*, Badischer Verlag, Freiburg,.

p. 59-68. [L'article de W. Hennis est une courte présentation du « *Vorbericht* », publié pour la première fois dans cet ouvrage.]

HENNIS W (1996), « Max Webers "Vorbericht für eine Erhebung zur Soziologie des Zeitungswesens". Einführung und Text », *Jahrbuch Politisches Denken 1995/96*, Stuttgart (Metzler).

HENNIS W (1998), « The Media as a cultural problem: Max Weber's sociology of the press », *History of the Human Sciences*, 11 (2). [Contient la traduction en anglais du « *Vorbericht* »]

KAESLER Dirk (1996), *Max Weber. Sa vie, son oeuvre, son influence*, Fayard, Paris.

KUTSCH Arnulf, « Max Webers Anregung zur empirischen Journalismusforschung. Die »Zeitungs-Enquête« und eine Redakteurs-Umfrage », *Publizistik*, 33(1), 1988.

LAZARFELD Paul F. et Anthony R. OBERSCHALL (1965), « Max Weber and Empirical Social Research », *American Sociological Review*, 30(2), April.

OBERSCHALL Anthony R. (1965), *Empirical Social research in Germany, 1848-1914*, New York, Basic Books,.

OBST Bernhard (1986), « Das Ende der Presse-Enquete Max Webers. Der Heidelberger Professorenprozeß von 1912 und seine Auswirkungen auf die deutsche Zeitungswissenschaft », in R. vom Bruch, O. B. Roegele (éd.), *Von der Zeitungskunde zur Publizistik. Biographisch-institutionelle Stationen der deutschen Zeitungswissenschaft in der ersten Hälfte des 20. Jahrhunderts*, Haag+Herchen Verlag, Frankfurt am Main.

PASSERON Jean-Claude (1996), Introduction à M. Weber, *Sociologie des religions*, Gallimard, Paris.

POLLAK Michael (1986 a), « Max Weber en France. L'itinéraire d'une oeuvre », *Cahiers de l'IHTP*, n°3, juillet.

POLLAK Michael (1986 b), « Un texte dans son contexte, l'enquête de Max Weber sur les ouvriers agricoles », *Actes de la recherche en sciences sociales*, 65, novembre, p. 69-75.

WEBER Marianne (1950), *Max Weber, ein Lebensbild*, Lambert Schneider, Heidelberg, ed. or. 1926.

WEBER Max (1988), *Politik als Beruf*, Reclam, Stuttgart, 1992 [Traduction dans *Le savant et le politique*, Plon, Paris, 1959.] Max WEBER, *Gesammelte Aufsätze zur Soziologie und Sozialpolitik*, Mohr (UTB 1495), Tübingen. [Le « Geschäftsbericht auf dem ersten deutschen Soziologentage in Frankfurt 1910 » se situe aux pages 431-449 et l'exposé sur la sociologie du journalisme occupe les pages 434 à 441.]

WEBER Max (1991), *Histoire économique. Esquisse d'une histoire universelle de l'économie et de la société*, Gallimard, trad. C. Bouchindhomme.

WEBER Max (1992 a), *Essais de sociologie des religions. 1*, A Die, Die, trad. et présentation J.-P. Grossein.

WEBER Max (1992 b), « Le premier des sujets... », *Réseaux* (CNET), n° 51. [Il s'agit de la traduction française du « Geschäftsbericht ».]

WEBER Max, *Gesamt Ausgabe (MWG)*, II/6, Briefe 1909-1910 et *MWG*, II/7, 1. Halbband, Briefe 1911-1912.

**Max WEBER**

**Rapport préliminaire pour une proposition d'enquête sur la sociologie de la presse**

*(Vorbericht über eine vorgeschlagene Erhebung über die Soziologie des Zeitungswesens)*

*Le plan suivant vise à esquisser, de façon très provisoire et non contraignante dans les détails, les objectifs éventuels de l'enquête proposée sur la presse. Ses dispositions ne sauraient naturellement pas être contraignantes pour la commission — encore à mettre en place — qui sera bien entendu libre de fixer les modalités d'organisation du travail. Il essaie seulement de mettre en évidence autant de points que possible qui en tout état de cause devront être éclaircis par l'enquête, quelle qu'en soit la manière.*

*Une enquête sur la presse doit en dernière instance s'affronter aux grands problèmes culturels de notre temps:*

*I. Le mode de formation de l'appareil des moyens de suggestion psychologique par lesquels la société moderne tend continuellement à l'intégration et à l'acculturation de l'individu: la presse comme un des moyens de la formation de la personnalité subjective de l'homme moderne.*

*II. Les conditions, créées par l'opinion publique dont le déterminant essentiel est aujourd'hui la presse, de l'émergence, du maintien, de l'effritement, du remaniement des éléments artistique, scientifique, éthique, religieux, politique, social, économique de la culture: la presse comme composante de la personnalité objective de la culture moderne.*

*On ne peut évidemment pas traiter ces buts ultimes de la recherche au début comme s'ils en étaient le premier objet. Il faudra plutôt commencer par le fait que le mode de fonctionnement de tout le travail culturel de la presse aujourd'hui est lié aux conditions d'existence d'entreprises privées et qu'il ne peut en être autrement: il est nécessaire en d'autres termes d'examiner d'abord et avant toute autre chose l'entreprise de presse (Zeitungsgeschäft) du point de vue des conditions objectives de son existence et des répercussions de celles-ci sur le façonnement des types très*

*différents les uns des autres de journaux modernes dont nous observons la concurrence et sur leurs chances de développement. Il faut à ce propos prendre en considération que les entreprises de presse (Zeitungsgeschäfte) elles-mêmes ne seront en général pas disposées à autoriser une telle enquête sur leurs situations individuelles ou à donner des renseignements chiffrés précis sur la structure de leurs coûts et de leurs recettes. (On m'a par ailleurs annoncé la possible mise à disposition, par au moins une grande entreprise, de certains chiffres relatifs qui pourront être rendus publics sans danger pour les journaux pour autant que les garanties nécessaires de discrétion dans leur utilisation seront données. Au reste il faut avant tout, outre l'analyse des bilans des sociétés de presse, se servir de personnes d'expérience dans l'économie de la presse (Zeitungsgeschäft).) On ne peut escompter de chiffres parfaitement exacts mais seulement des approximations. Celles-ci sont cependant suffisantes pour autant que le plus important, les relations entre ces chiffres et leur rapport aux chiffres étrangers correspondants, reste saisissable et comparable.*

*Il s'agirait donc d'abord de répondre, entre autres, aux questions préliminaires suivantes, lesquelles traitent de*

#### ***A. L'économie du journal (Zeitungsgeschäft).***

*I. Propriétaires des journaux : Evolution dans les dernières décennies pour un certain nombre de grands journaux et quelques régions caractéristiques. Source: Registre du commerce. — Influence du propriétaire, des principaux commanditaires, des pourvoyeurs de fonds sur l'«orientation» du journal et les limites de cette influence. Les garanties particulières créées pour protéger éventuellement l'«orientation» du journal de ceux-ci. L'acquisition de journaux en vue d'une modification de leur «orientation» et la réception de ce genre de procédés dans le lectorat.*

*II. Besoins en capitaux et circulation du capital (Kapitalumschlag) dans l'entreprise de presse (Zeitungsgeschäft) en fonction de la taille et de caractères particuliers. Comparaison avec l'étranger: existe-t-il par exemple des différences de ce point de vue quand il y a prédominance de la vente au numéro (ce genre de différences existent en effet et ont une importance considérable) ? — L'examen attentif des livres de comptes d'un grand journal ayant cessé de paraître serait en soi souhaitable.*



*MM. Cotta ou Bürklin pourraient-ils mettre à disposition les livres de comptes du Allgemeine Zeitung (ou au moins les chiffres les plus importants)?*

*III. Coûts approximatifs courants de production des journaux. Il semble possible d'obtenir des chiffres relatifs d'un grand journal. Au reste des calculs a posteriori et des estimations de spécialistes au fait des problèmes commerciaux suffisent bon gré mal gré pour les types principaux de journaux car en effet ce qui est l'essentiel ici n'est pas l'exactitude du chiffre isolé mais la comparaison de l'importance relative de postes particuliers, aujourd'hui par rapport au passé, dans notre pays par rapport à l'étranger et entre les types particuliers de journaux. C'est sur les modifications qui ont lieu et les tendances de développement que l'insistance devra être mise. Viennent en ligne de compte*

*a) Papier, imprimerie, expédition, autres coûts matériels. En liaison avec cela: le portage des journaux et la messagerie (Agenturwesen) en comparaison avec le débit des expéditions postales; le degré d'importance de la vente publique au moyen de colporteurs et de kiosques par rapport à l'abonnement, chez nous et à l'étranger.*

*b) Besoin en rédacteurs et le coût de ceux-ci. Comparaison avec l'étranger et différenciation en fonction du type de journal. Nature des rémunérations des correspondants et autres coûts pour acquérir l'information pour la partie «critique». Niveau des honoraires pour les collaborateurs occasionnels, — tout, si possible, en comparaison dans le temps et dans l'espace.*

*c) Coût des informations chez nous en comparaison avec l'étranger.*

#### *IV. Mode d'obtention de la matière (Stoffbeschaffung)*

##### *1. De l'extérieur: avant tout.*

*a) Agences de presse, position des grosses agences télégraphiques. Analyse commerciale de Associated Press, Havas, Reuter, Wolff (un travail est en perspective sur cette agence sous la direction du Pr. Gothein). Comparaison de ces agences en fonction de leurs principes commerciaux et aussi en fonction de leur importance relative par rapport à l'ensemble des agences de presse, et de leur développement. Particulièrement importantes seraient Reuter et Associated Press, cette dernière étant la seule agence qui se trouve entre les mains des journaux existants (américains), et qui par la*

même représente un des moyens les plus puissants de monopolisation (Monopolisierungsmittel) des journaux existants. Il faudrait examiner les principes commerciaux selon lesquels les journaux s'abonnent aux informations venant de ces agences et réciproquement les conditions (approximatives) auxquelles les abonnements sont fournis, les catégorisations usuelles des informations à cet effet (p. ex. en «important» et «sensationnel») et les évolutions de ces catégories. Finalement: les tendances à la cartellisation.

b) Examen et analyse commerciale des fabricants de feuillets et de suppléments. De même toutes les entreprises de reproduction de matériaux pour la presse (Clichégewerbe), particulièrement

c) Bulletins des partis et autres bulletins politiques, d'un point de vue commercial à nouveau dans un premier temps, selon le coût, le type d'approvisionnement en contenu, le type de direction et d'influence politique. Spécifiquement en outre par la suite:

d) Obtention officielle ou officieuse de la matière à tous les niveaux et sous toutes les formes existantes, en comparaison avec l'étranger.

e) Finalement à part: provenance, coûts, caractère des informations commerciales. La comparaison avec l'étranger — Paris pas moins que l'Amérique et Londres — aurait à établir notamment le degré d'indépendance à l'égard des influences du monde des affaires, et il serait intéressant de souligner par quels moyens et pour quelles raisons, là où il existe, le standard actuel d'intégrité — plus élevé que par le passé — a été érigé.

L'influence exercée sur la teneur concrète du journal par ses conditions économiques d'existence, se rattachant à ce qui précède, s'organiserait ensuite dans les problématiques d'enquête suivantes:

## 2. Organisation interne et mode de partage de la matière.

a) Rôle passé et actuel de l'«éditorial» (Leitartikel), comparaison avec l'étranger (Amérique, Angleterre, France), tendances de développement et leurs raisons. Types des grands journaux d'information par contraste avec les organes critiques, progression des premiers qualitativement et quantitativement (nach Art und Maß).

b) *Éditions quotidiennes multiples des grands journaux. Raisons commerciales des différences avec la pratique de mono-édition de l'étranger. Effet de ces différences sur les coûts et les autres contraintes commerciales des journaux. Mode de répartition de la matière entre les diverses éditions quotidiennes. Éditions séparées en ville et par courrier. Raisons de la progression des journaux du soir chez nous, situation à l'étranger de ce point de vue.*

c) *L'«américanisme» dans le journalisme, concernant la mise en forme de la matière, son partage, l'importance relative des rubriques particulières et de l'usage des gros titres (Spitzmarkenwesen). Influence sur le caractère du journal et sur le mode de lecture des journaux. Analyse détaillée du caractère commercial des journaux américains par rapport aux nôtres, invasion de ce caractère chez nous, ses raisons (ou les raisons du contraire)?*

d) *Mode de partage de la matière parmi le personnel. Moyen du maintien de l'homogénéité dans la posture du journal (centralisation — son type et son degré — ou système collégial, conférences de rédaction, etc.) en relation avec leur influence et leur rapport à l'anonymat des articles. Relation entre le travail de la rédaction et celui des correspondants et les évolutions récemment apparues dans cette relation. Le besoin de noms attrayants parmi les collaborateurs du journal et les limites que lui impose l'intérêt du journal.*

3. *Service des annonces (commerciales) et acquisition des annonces. Raisons de l'apparition et moyens d'obtention professionnelle des annonces. Analyse de la situation juridique et commerciale des grandes entreprises d'annonces. Rendement, risques et effets du crédit d'annonce (Annoncenkredits). Possibilité d'estimation de l'efficacité des annonces (degré de la connaissance par les journaux de leur lectorat: effet du secret postal). Limites psychologiques de l'efficacité de l'affiche et d'autres formes de réclame d'un côté, de l'encart de presse d'un autre côté, pour ce dernier en fonction de la diversité de l'objectif. Développement de journaux spécialisés dans les annonces ou d'une édition d'annonces en plus de l'édition politique. Analyse du type «moniteur général» («Generalanzeiger») — et du «moniteur local» («Lokalanzeiger») — du point de vue de ses contraintes techniques et économiques (plus*

*particulièrement aussi: les évolutions dans la réunion des offreurs d'encarts). Degré de la progression de ce type. Comparaisons du service des annonces chez nous et à l'étranger (par ex. différence en fonction de la plus ou moins grande prédominance de la vente au numéro qui détermine considérablement les conditions de la publicité). Conflits d'intérêts et compromis entre les journaux et les entreprises d'annonces. (Journaux pris à bail ou appartenant en propre aux entreprises d'annonces et leurs positions. Création de «centrales d'annonces»). L'importance de l'indépendance matérielle des journaux par rapport au revenu des annonces pour ce qui est du prix du journal et de son caractère. (Danger présumé et réel pour l'intégrité du contenu d'un côté — d'un autre côté: opportunité d'une meilleure qualité du service d'information et de la teneur générale du contenu.) Rapport entre publicité et texte (texte payé, publicité déguisée et leurs formes). Tentatives des annonceurs (les grands annonceurs et — occasionnellement — des associations professionnelles) d'acquérir de l'influence sur la part rédactionnelle du journal et sur la critique, artistique et autre, ou encore d'exclure les annonces concurrentes.*

*V. Recettes du journal. Développement du volume des tirages et du degré de recours aux annonces («contrainte de place sur le papier» et prix des annonces, en comparant avec les conditions, en cela très différentes d'un certain point de vue, à l'étranger). Limites commerciales du recours à l'annonce du point de vue des annonceurs et tendances éventuelles au remplacement des annonces par d'autres moyens de publicité (annonces, prospectus en supplément, affichage public, dans leur rapport les uns aux autres, de même: les annonces des journaux et des revues spécialisées, récemment: les journaux véritablement publicitaires, la production en masse de lettres publicitaires manuscrites, etc.). Comptage régulier sur plusieurs années pour des grands et petits journaux typiques de différents caractères 1. selon le volume pris par les annonces, 2. selon le type de besoins auquel répond l'annonce, d'un côté pour établir les tendances de développement, d'un autre côté pour évaluer la rentabilité relative des catégories particulières d'annonces. À ce sujet, aborder spécialement: les annonces de banques, les simples annonces commerciales et de soldes, les offres d'emplois, de logements à louer, les annonces matrimoniales. Différences dans la subordination à la conjoncture du recours à l'annonce en fonction du genre des annonces. Différences dans la régularité de la rentabilité, par ex. des petites annonces par rapport aux grandes annonces. Évolution dans l'importance des catégories particulières d'annonces pour*

*les journaux et de leur rentabilité pour l'annonceur. Liaison de l'édition de journaux avec d'autres domaines de l'édition, particulièrement l'édition d'ouvrages de ville<sup>54</sup> (Akzidenzdruckereigeschäften), d'annuaires (Adreßbuchgeschäften), etc.*

*VI. Concurrence et monopole dans le secteur de la presse. Propriété de multiples journaux. Acquisition de journaux par d'autres, avec ou sans fusion, groupements de moyens économiques entre journaux. Types et moyens de la concurrence. Position réelle de monopole des journaux existants: maximum en Amérique (du fait de l'Associated Press). Nature et degré du refoulement de la concurrence par le monopole chez nous. Accumulation du capital. Construction de trusts dans la presse en Angleterre, en Amérique, chez nous (la construction et les effets des trusts («Concerne») au Nord et au Sud chez nous). À analyser minutieusement: l'activité de l'Association des éditeurs de journaux allemands par rapport au développement de ses objectifs et à la puissance de son organisation (combat pour des tarifs d'annonce et des principes de ristourne fixes, contre la publicité déguisée, création d'offices d'achat de papier, tendance à des contrats types avec les rédacteurs, combat pour la purification du contenu du journal, etc.).*

*Importance plus faible de la position monopolistique lorsque la vente au numéro domine? Dans quelle mesure la vente dominante au numéro signifie-t-elle: des changements plus fréquents des journaux lus du côté du public, des opportunités plus favorables pour les feuilles nouvelles et celles qui améliorent leur qualité? Concurrence des types de journaux et son résultat. Jusqu'où opèrent les raisons purement commerciales, jusqu'où les raisons politiques et autres? Quels types sont victorieux? Tendances endogènes à la monopolisation régionale de l'information politique par les grands journaux. Jusqu'à quel point les journaux des grandes villes, et spécialement des capitales, dominent-ils la campagne?*

*VII. Journal et journalisme. Les exigences de qualité à l'égard des journalistes modernes, adaptation et sélection du fait des contraintes de l'entreprise de presse (Zeitungsgeschäft). Origine sociale, formation initiale, placement sur le marché du travail, type d'emploi et de salaire et «carrière» (Laufbahn) des journalistes (si possible au moyen d'une enquête*

<sup>54</sup>. Selon Littré: «Terme d'imprimerie. Ouvrage de ville, impression d'affiches, de billets de mariage et de décès, de circulaires, de lettres de change, et en général tout travail qui n'est pas de longue haleine.»

*par questionnaire). Nature et développement de la position économique et sociale du métier de journaliste, changement d'emploi de et vers d'autres activités et nature des opportunités de vie des journalistes dans comme à l'extérieur de son métier (aujourd'hui en comparaison du passé et chez nous en comparaison de l'étranger). Conflits d'intérêts et compromis entre l'entreprise de presse (Zeitungsgeschäft) et le journalisme. — Organisation corporatiste des journalistes du point de vue de son développement organisationnel et dans le type et la formation de ses missions (placement professionnel, caisse, tribunal d'honneur et d'arbitrage de l'«Union des Rédacteurs Allemands»). Degré d'influence des journalistes pris individuellement sur l'«esprit» du journal et son développement.*

*VIII. Les autres employés du journal. Débuts d'une organisation professionnelle et ses chances.*

*Ces développements essentiellement économiques (geschäftlichen), formels et quantitatifs sur l'économie du journal (Zeitungsgeschäft) doivent être fondés sur une base quantifiable détaillée à chaque fois que c'est possible (en découpant les journaux, en triant les coupures en fonction du contenu et par des mesures au compas). Ils donnent ensuite le soubassement de l'examen des tendances qualitatives du développement des journaux, dont les problèmes se laissent regrouper à peu près de la façon suivante.*

### **B. L'esprit du journal (die Zeitungsgesinnung)**

*I. La production de l'esprit du journal (Zeitungsgesinnung). Collectivisme et individualisme dans l'élaboration du contenu du journal. L'anonymat du journal: ses raisons: commerciales (par exemple l'opposition de la presse vendue par abonnements et de la presse vendue au numéro), politiques (p.ex. la plus ou moins grande réactivité des partis politiques), sociales (p.ex. la volonté de préserver la tradition et le prestige du journal en tant que tel et le maintien de la relation de pouvoir entre le capital du journal et le journalisme) et culturelles (p.ex. plus ou moins grande autorité exercée sur le public, en fonction de sa culture politique, par la parole imprimée, spécialement lorsqu'elle est anonyme et apparaît comme un produit collectif, etc.). Ses effets: sur les journalistes, — sur le soutien ou le ralentissement de l'éducation de l'opinion publique, — sur la signification politique et culturelle du journal en tant que tel.*

*II. L'influence exercée de l'extérieur sur l'esprit du journal (Gesinnung der Zeitung).*

*1. Degré de dépendance du journal, formellement libre, à l'égard de sa tradition. Comparaisons avec l'étranger. Instruments de cette sujétion: par le propriétaire ou les actionnaires (cf. aussi par les acheteurs, par des influences officieuses ou autres). Augmentation ou diminution de la dépendance en comparant internationalement. Progression du journal plus ou moins purement d'information et des journaux réellement ou prétendument indépendants des partis, du journal «familial-bourgeois», du journal «national» sans couleur.*

*Analyse spécifique de la rubrique commerciale pour ce qui concerne la provenance de l'information et du commentaire, et comparaison avec l'étranger. Rapport aux groupes d'intérêts comme sources d'information. Changement d'esprit (Gesinnungswandel) des grands journaux en général ou pour des questions ponctuelles. De quels moyens de contact avec le lectorat disposent les journaux? Quelle influence objective exerce l'esprit du lectorat (Gesinnung des Leserkreises) et comment?*

*2. Les journaux liés formellement à un programme (en général ou sur des orientations particulières):*

*a) La presse catholique. Mode de financement, gestion et influence, degré et nature de la position privilégiée de journaux particuliers. Origine des rédacteurs. Partage réel du pouvoir entre la presse, les organisations catholiques libres et les autorités ecclésiastiques officielles. Comparaison avec l'étranger (Amérique, France, Autriche).*

*b) La presse social-démocrate. Spécificité de ses conditions d'existence, relations officielles et réelles avec la direction du parti, avec les sections locales du parti, avec les syndicats et les autres groupes d'intérêt. Origine et carrière des rédacteurs sociaux-démocrates. Position réelle de monopole et partage du pouvoir au sein de la presse et entre la presse, le parti, les groupes d'intérêt et les «intellectuels».*

*c) La «presse bourgeoise» (Bürgerliche Interessentenpresse)*

*3. Relation des partis politiques à la presse formellement «libre». Partage réel du pouvoir entre le parti et la presse dans les différents partis*

*(appel à la presse lors des conférences de partis, aspiration de la presse à l'indépendance et du parti à influencer la presse).*

### *III. La production de l'opinion publique par la presse.*

*1. Analyse comparative des modes de lecture du journal à l'étranger (p.ex. en Amérique, en France) et chez nous, aussi bien quantitativement que qualitativement (à cette fin particulièrement: analyse qualitative des feuilles locales à l'étranger, dans le sud, l'est et l'ouest de l'Allemagne). Stylisation de la lecture de la presse elle-même par le mode de mise en page, l'accroissement et la nature des correspondances télégraphiques ainsi que l'accentuation et la coloration, plus ou moins grande, de certains contenus et informations.*

*2. Quels autres objets de lecture supplante la presse? (exemple classique: la Russie avant et après l'octroi d'une relative liberté de la presse, disparition des revues, bouleversement dans tous les modes et les orientations de la lecture). Diffusion des modes de vie urbains (Urbanisierung) dans la campagne (platte Land) et les petites villes du fait de la presse.*

*3. À quel mode de lecture et à quels changements formels de la façon de s'exprimer et de penser éduque la presse? (exemple classique pour le premier point: analyse des «magazines» en Amérique). Degré et nature du parallèle entre la lecture des journaux et les autres lectures.*

*4. Influence de la presse sur la langue de tous les jours (l'allemand véritable et présumé des journaux, effet du télégramme et du téléphone) et effet consécutif de cette influence sur la langue écrite et littéraire (à ne traiter que sérieusement, comme un travail spécialisé et minutieux de philologie). Influence de la stylisation à la fois «objective» et «émotionnelle» de l'information dans les journaux et de la critique journalistique sur les exigences du savoir et celles des débats d'idées. Élargissement réel et apparent de l'horizon intellectuel, enrichissement et schématisation de la pensée (seule l'illustration par de nombreux exemples concrets a de la valeur).*

*5. Quel type de personnes fait la «renommée» de la presse ou la rend influente? Pour qui et pour quoi la gloire médiatique a-t-elle du charme?*



*Sur qui et quoi se taît le journal et pour quelles raisons tenant à son caractère et aux exigences de son public?*

*6. Nature de ce que l'on exige du contenu de la presse en fonction du sexe, du métier, de la couche sociale, dans le pays et à l'étranger. Comparaison des suppléments scientifiques et critiques, en regard des organes scientifiques spécialisés, et des suppléments culturels (Feuilleton) avec la littérature (Belletristik). Le courrier des lecteurs des journaux et sa culture.*

*7. Degré de «discrétion» de la presse et principes des journaux pour ce qui est de ce point sur lequel des opinions en partie très erronées sont répandues (ici analyse internationale en quantité et en qualité de la presse dite de caniveau et à sensation (Schund- und Revolverpresse)).*

*8. La publicité offerte par les journaux (Zeitungspublicität) et la «morale publique», en comparant dans le temps et internationalement.*

*On pourrait facilement multiplier de telles questions et ce n'est que dans leur suite directe, ou celle de questions proches, qu'on pourra débattre des questions culturelles réellement importantes de la signification de la presse, de sa part dans le contenu matériel des biens de culture modernes et de son influence globalisante (ubiquisierender), uniformisante, réifiante (versachlichender) et en outre cependant continuellement colorée émotionnellement sur l'état sensitif et les habitudes de pensée de l'homme moderne, sur les domaines de la politique, de la littérature, de l'art, sur la formation et la désagrégation de jugements de masse et de croyances collectives.*

*Il faut signaler à nouveau ce dont l'esquisse qui précède devait donner une idée: que, avant d'affronter ces questions, au sujet desquelles il est très facile de feuilletonner avec élégance et incroyablement difficile de proposer une démonstration scientifique, il est nécessaire de réunir une base large d'expériences et d'analyses. Les monographies (Autobiographien) de grands journaux: la Kölnische Zeitung, la Allgemeine Zeitung, la Schlesische Zeitung, la Frankfurter Zeitung, le Schwäbischer Merkur, les Hamburger Nachrichten, etc. peuvent à cet effet servir de premiers travaux préparatoires. Mais le matériau essentiel consiste, outre les registres commerciaux, en des enquêtes par questionnaires portant sur un ensemble de questions précises et, outre les archives de journaux (pour autant*

*qu'elles seront rendues accessibles), dans l'étude exhaustive des journaux, les ciseaux à la main. Mais en outre: des voyages à l'étranger de personnalités spécialement sélectionnées à cet objet: en Amérique, en Angleterre, en France. (On devrait, comme collaborateurs appropriés à ce travail, avoir notamment des visées sur des Messieurs déjà en quelque sorte bien au vent de la pratique de l'économie allemande de la presse (deutsche Zeitungsgeschäft) et si possible aussi du journalisme, et pour qui une contribution aux coûts d'un long séjour d'étude en Amérique aux fins d'orientation ou de stage volontaire dans la presse de ce pays dans une optique personnelle de formation professionnelle serait bienvenue.)*

*Ce sont là des choses qui ne font pas appel seulement à ces moyens considérables mais qui exigent aussi une patience importante, tout autant des collaborateurs mandatés que de l'association commanditaire et de ses pourvoyeurs de fonds, ainsi que du public qui en attend les résultats. Et bien entendu le succès du travail suppose un accueil très bienveillant et confiant de MM. les éditeurs de journaux, des autres groupes d'intérêts de la presse et des journalistes. Leurs représentants autorisés devront de ce fait, dès que les moyens matériels provisoires auront été garantis, être sollicités pour faire partie de la commission et désigner des personnalités aptes à ce travail. On peut espérer qu'ils manifestent de la confiance à l'entreprise, tant qu'ils seront persuadés — comme on peut l'espérer — que rien d'autre que des intérêts purement scientifiques, uniquement dirigés vers l'établissement de faits rigoureusement objectifs, étrangers à toute exigence politique (au sens large) ou (aussi au sens large) «moralisante» président à l'expérience de cette enquête. Que s'y joignent alors des savants renommés, familiers de la pratique de la presse, dont l'impartialité, la compétence et la liberté à l'égard des appartenances partisans soient reconnues, et l'on pourra certainement attendre un succès.*