



HAL
open science

Les ajustements du marché scolaire au marché du travail journalistique

Dominique Marchetti

► **To cite this version:**

Dominique Marchetti. Les ajustements du marché scolaire au marché du travail journalistique. *Hermès, La Revue - Cognition, communication, politique*, 2003, 35, p. 81-89. 10.4267/2042/9320 . halshs-02379623

HAL Id: halshs-02379623

<https://shs.hal.science/halshs-02379623>

Submitted on 27 Nov 2019

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.

Dominique Marchetti
Centre de sociologie européenne, CNRS

LES AJUSTEMENTS DU MARCHÉ SCOLAIRE AU MARCHÉ DU TRAVAIL JOURNALISTIQUE

Le champ journalistique présente la particularité de ne pas avoir de droit d'entrée formel. Avec 12 % de titulaires de la carte de presse ayant suivi une formation professionnelle initiale agréée¹, la France n'est pas une exception (Neveu, 2001, p. 25-26). Mais une lecture simple de ce chiffre de 12 % ou des données de nombre annuel de diplômés de formations reconnues (entre 300 et 350 environ) tend à occulter au moins trois phénomènes importants. Le premier est la présence croissante des diplômés des écoles de journalisme agréées dans les médias les plus prestigieux (Devillard *et al.*, 2001 ; Marchetti, 1997). Le second est la montée beaucoup plus importante des journalistes ayant suivi des formations professionnelles au sens large. En effet, ce chiffre de 12 % ne tient compte par exemple ni des premiers diplômés des écoles aujourd'hui reconnues avant qu'elles ne bénéficient d'un agrément, ni de ceux qui ont suivi des filières thématiques dans ces écoles, ni des journalistes qui ont suivi des formations continues ou en alternance, ni des jeunes journalistes, de plus en plus nombreux dans certains médias, passés par des formations au journalisme non reconnues. En effet, comme le montre une étude (Devillard *et al.*, 2001) sur le parcours des nouveaux titulaires de carte 1990 pendant neuf ans, 31,7 % d'entre eux déclarent avoir suivi une formation professionnelle initiale ou continue. Enfin, cette donnée ne prend pas en compte un nombre probablement faible de diplômés qui, selon eux, « font du journalisme » mais sans carte. Autrement dit, le nombre de journalistes passés par des organismes de formation tend à être de plus en plus élevé. Le troisième phénomène occulté est que le passage par une des écoles de journalisme agréées facilite grandement l'entrée sur le marché du travail.

En dépit de l'importance croissante des formations au journalisme dans l'apprentissage du métier, ce domaine reste encore relativement inexploré même si plusieurs études ont donné des premiers résultats (voir bibliographie). Avant de présenter un premier état de cette enquête², il

faut rappeler l'hétérogénéité d'un espace où coexistent des formations dont le statut est très variable : certaines sont publiques, d'autres privées ; toutes n'ont pas l'agrément de la profession et ne sont pas reconnues par l'État. Les « concours », les « sélections » ou les « recrutements » sont également très différents par exemple sous le rapport des conditions d'âge ou de diplôme. Cette hétérogénéité se traduit encore dans le type même de formations proposées et les niveaux de formation : DUT, licence, maîtrise, DU, DEA, DESS, etc. Enfin, elle est encore plus manifeste quand on compare des indicateurs d'ordre économique : budgets, type de recettes, droits d'inscription, nombre de permanents, etc.

On voudrait donc ici se focaliser sur une autre série de transformations de l'espace des formations au journalisme, qui ne lui est d'ailleurs pas spécifique, à savoir la professionnalisation³ croissante des études et le renforcement du poids des professionnels dans les politiques de formation durant les années 1980 et 1990. En effet, ces derniers (notamment à travers les organisations représentant les employeurs et les salariés) ont historiquement un quasi-monopole sur la formation certifiée des journalistes, non seulement par l'agrément donné aux établissements mais aussi par d'autres voies : la répartition de la taxe d'apprentissage dans les écoles, l'accueil des stagiaires dans les entreprises ou encore l'engagement des nouveaux diplômés (Deligny, 1989, p. 73) par exemple.

Ce mouvement de professionnalisation s'explique d'abord par l'accroissement sans précédent des offres d'emplois dans les décennies 1980 et 1990 ainsi que par la demande de journalistes « opérationnels ». Il renvoie ensuite au fait que le discours de professionnalisation, défendant notamment la nécessité de développer la formation au journalisme, s'est peu à peu imposé même si ces formations suscitent toujours des critiques de certaines fractions du milieu professionnel. Aux discours sur « la profession ouverte » ou le nécessaire « apprentissage sur le tas », les responsables de formations opposent l'indispensable apprentissage à l'école d'un « métier » comme les autres. C'est d'autant plus important selon eux que les journalistes ont une « responsabilité sociale » croissante. La défense d'un certain nombre de méthodes et plus largement de « valeurs professionnelles » est récurrente dans leurs discours. Il s'agit finalement de faire valoir que les métiers du journalisme font appel à des savoirs pratiques et scolaires qui doivent être enseignés à l'école.

« On nie complètement le fait qu'on doit avoir une formation journalistique spécifique (...) Est-ce que vous demanderiez à un flic d'avoir du talent ? À un juge d'avoir du talent ? Non (...) Vous leur demandez du professionnalisme, vous leur demandez de savoir faire ce qu'ils font (...) C'est pénible, parce qu'on oppose un vocabulaire d'artistes à un vocabulaire professionnel. C'est un journalisme d'artistes mais non. Ce n'est pas artistique la démocratie, excusez-moi, enfin normalement... » (directeur d'école).

Ce discours s'est renforcé parce que les responsables de formation et d'organismes professionnels ont perçu avec une grande réticence la multiplication des formations information-communication et parce qu'ils trouvent là aussi une manière de répondre pratiquement à la montée des

critiques internes et externes. Enfin, ce mouvement de professionnalisation doit beaucoup à l'intensification de la concurrence entre les formations à un double niveau. Elle prend la forme d'une concurrence symbolique et économique pour la légitimité professionnelle auprès des employeurs et la récolte de la taxe d'apprentissage dont certains établissements sont très dépendants⁴. Celle-ci est d'autant plus nécessaire que les autres types de recettes (droits d'inscription, subventions publiques, formations continues par exemple) sont loin d'être suffisants pour réaliser les lourds investissements technologiques et faire face aux difficultés financières.

En effet, ce mouvement de professionnalisation se conjugue aussi pour les établissements de formation, surtout ceux qui sont reconnus, à un ajustement de plus en plus fin à un marché du travail qui a connu une expansion sans précédent. Dans certains cas, l'objectif est parfois d'anticiper les demandes comme l'explique ce formateur : « Notre volonté c'est d'être – on le dit bêtement entre guillemets – d'être à l'écoute des besoins de la profession, mais c'est vrai, c'est-à-dire de pas rater, quand il y a quelqu'un [d'une entreprise] qui nous dit, “voilà comment ça fonctionne chez moi”, de l'analyser et de l'appliquer en amont ». Ce double aspect à la fois économique et professionnel est étudié, d'une part, à travers les contenus, et, d'autre part, le renforcement des relations que ces formations entretiennent avec les entreprises médiatiques.

Les ajustements des écoles : la professionnalisation des contenus

Le principal indicateur de la professionnalisation des enseignements est la mise en place dans les formations initiales au journalisme de nouvelles filières visant à former des journalistes à des spécialités fonctionnelles ou thématiques qui sont fortement demandées. Ce mouvement traduit bien la tension entre la volonté de créer une « culture professionnelle » commune généraliste et la nécessité de répondre à la segmentation croissante des métiers et des spécialités. L'enseignement de spécialisations fonctionnelles renvoie aux transformations du marché du travail, c'est-à-dire au poids croissant pris par trois grands types de médias dans les années 1980 et 1990 : la production audiovisuelle, la presse magazine et la presse en ligne. Du fait du développement des télévisions privées et publiques, d'agences ou de sociétés de production, trois écoles agréées (le CFJ en 1984 puis l'IUT Bordeaux et le CUEJ) ont développé une filière journaliste reporters d'images (JRI). Mais ces promotions restent numériquement relativement faibles parce que les coûts de formation sont élevés : six diplômés par an au CFJ, quatre à cinq à Bordeaux et cinq à quinze au CUEJ dans les premières années.

La seconde spécialisation fonctionnelle, numériquement plus importante, vise depuis les années 1990 les métiers de la presse magazine ou de la presse hebdomadaire régionale. Ils ont été pendant longtemps délaissés par les écoles de journalisme agréées pour des raisons très diverses : les

offres étaient plus faibles et trop ciblées ; cette fraction du marché était structurellement « atomisée » ; du fait notamment de leurs propres trajectoires professionnelles et de l'état du marché du travail, les dirigeants d'école en partie se sont intéressés davantage aux quotidiens et aux médias généralistes ; la durée des périodes de stage ne correspondait pas forcément avec celles des écoles. Plusieurs établissements ont donc axé une partie de leur formation sur ce type de presse qui offre à la fois des débouchés pour les diplômés et des perspectives de recettes avec la taxe d'apprentissage. Les établissements se sont ici adaptés à une attente croissante des responsables d'une presse magazine en plein développement en France, la presse spécialisée grand public (29,6 %) et technique et professionnelle (12,3 %) étant avec la presse quotidienne régionale (13,7 %) les principaux employeurs des nouveaux entrants 1998 (Marchetti et Ruellan, p. 21 et suiv.). Sans développer de filières spécifiques, certaines écoles comme l'IPJ ont largement fourni la presse magazine et spécialisée (30 % des diplômés). Cet ajustement au marché du travail peut prendre des formes plus institutionnalisées dans le cas de la presse hebdomadaire régionale. C'est ainsi qu'à la suite d'une réunion avec des responsables du Syndicat de la PHR, l'ESJ Lille a créé en 1995 une formation d'un an visant très directement à répondre aux attentes de cette fraction du marché du travail.

Enfin, de manière plus marginale et plus récente, la spécialisation fonctionnelle des enseignements s'est réalisée dans le domaine du multimédia et des nouvelles technologies pour répondre aux premières demandes des entreprises même si les responsables de formation comme les cadres dirigeants d'entreprise de presse interrogés se veulent prudents sur l'évolution du marché. Mais plusieurs formations ont mis en place des enseignements spécifiques.

Par-delà la spécialisation fonctionnelle, la professionnalisation des contenus s'est opérée aussi à travers une spécialisation thématique à la fin des années 1990. Le développement des rubriques et de la presse spécialisée a provoqué une demande directe des employeurs ou une anticipation de leurs attentes. C'est ainsi qu'en créant une filière agricole l'ESJ Lille, comme l'explique son directeur, a voulu répondre à des besoins « identifiés, quantifiés » : « Il y aura une trentaine de postes par an. Nous, on a dit : on en forme 15. L'ambition, c'est que si déjà 50 % des gens qui entrent dans ce métier étaient formés, on aurait fait un sacré progrès ». C'est principalement le domaine scientifique qui a donné lieu à la création de filières dans des formations reconnues (ESJ Lille depuis 1993) ou non : plusieurs universités (Paris 7, Aix-Marseille 2, Montpellier 1) ont mis en place des DESS dans les années 1990. D'autres activités comme les questions européennes (CUEJ) ou internationales (Paris 3) ont fait l'objet de création de diplômes spécifiques avec des promotions réduites. Certaines formations ont aussi choisi des options de spécialisation dans le programme général d'enseignement comme la politique intérieure, l'international, le sport, l'économie ou l'« information de proximité ». Ces évolutions des spécialisations n'en demeurent pas moins très ajustées aux mouvements conjoncturels du marché du travail.

Outre la mise en place de formations spécifiques, l'autre indicateur de la professionnalisation des contenus est l'importance croissante des enseignements à visée pratique, qu'ils soient relativement spécialisés (sur un média, une fonction, une thématique) ou généraux (modes d'écriture,

enquêtes, etc.), par rapport aux enseignements de « culture générale ». Face à la technicisation croissante des métiers du journalisme et à la montée des contraintes économiques, les entreprises demandent aux écoles des jeunes diplômés « opérationnels » immédiatement, capables de maîtriser les techniques professionnelles et les nouveaux outils. Les enseignements dits « universitaires » ou à visée moins directement professionnelle sont généralement jugés peu intéressants par les élèves selon plusieurs directeurs de formation. D'une part, certains responsables estiment qu'après trois, quatre ou cinq ans d'études « la culture générale est acquise » et, d'autre part, ils ont pour une partie d'entre eux une vision très négative de « l'universitaire » : « Si on met un prof et qu'on fait de l'enseignement universitaire, ils ne viennent plus, ça ne marche pas, ils ne sont pas là pour ça (...) l'universitaire ça n'a aucune chance de marcher, même si on voulait on pourrait pas mais on veut pas ça tombe bien. », résume l'un d'entre eux. À l'inverse, d'autres, notamment dans des établissements publics ou à l'ESJ, défendent la nécessité des enseignements qui ne sont pas exclusivement pratiques (culture générale, économie et droit de la presse, etc.).

Un travail historique sur l'évolution des programmes confirmerait largement cette tendance, de même qu'une étude de l'évolution du poids des professionnels parmi les enseignants : à titre indicatif, il oscillait en 1997 dans six des huit écoles agréées entre 63 % et 88 %, une partie de ces variations provenant du statut, public ou privé, des formations (SJTI, 1998). Les exercices pratiques sont privilégiés. Il en est ainsi des « journaux écoles »⁵ qui doivent permettre aux élèves d'acquérir des savoirs pratiques, par la fabrication d'un produit journalistique dans des conditions réelles. Et certains établissements, très ajustés au marché du travail, comme l'IPJ ont opté pour des journaux « à la manière de » avec *Le Parisien* ou des magazines comme l'explique un responsable : « On fait venir un rédacteur en chef et un directeur artistique de ce journal, qui fait le premier *debriefing* pour expliquer aux étudiants comment fonctionne la rédaction, le nombre de services, le *timing* rédactionnel, l'aspect maquette et mise en page, pour comprendre l'esprit "produit" en quelque sorte. La promotion se transforme en rédaction avec tant de rédacteurs, tant de rédacteurs en chef, chefs de service et tant d'éditeurs. »

Enfin, le dernier indice de cette professionnalisation des écoles est lié aux discours que les dirigeants tiennent aux élèves, qui tendent à abolir la frontière entre l'école et le monde du travail : on rappelle aux apprentis journalistes qu'ils sont placés dans les conditions du travail en rédaction, on les traite en « professionnels » ou « futurs confrères », on constitue en miniature des structures collectives à travers le travail par petites équipes qui peuvent s'apparenter au fonctionnement des rédactions ou à certains microcosmes, etc.

« On n'a pas le temps de se peindre les ongles. Ce n'est pas la fac. Ce n'est pas le côté : je viens, je ne viens pas (...) Le premier jour, on leur dit : tout papier non rendu, c'est un blanc dans le journal, au deuxième ou troisième papier non rendu, vous prenez directement la porte. Les contraintes du monde du travail, on se les applique à nous, mais on les applique à eux aussi. On les traite la première année en étudiants, allant vers les jeunes confrères ; la seconde année, ce sont des jeunes confrères » (responsable de formation dans une école agréée).

Les étudiants vivent beaucoup dans l'enceinte des écoles et ont des horaires qui se rapprochent davantage de ceux des rédactions. Le choix des enseignants professionnels et leur complémentarité ont également pour objectif, d'une part, de préparer les élèves à travailler pour des médias qui s'adressent à des publics différents (spécialisé/généraliste, CSP, sexe, etc.) ou qui ont des logiques de fonctionnement diverses et, d'autre part, de les initier à exercer leur métier avec des journalistes ayant des attentes professionnelles spécifiques (style d'écriture, format des sujets, conditions de réalisation des reportages, etc.).

Le travail de relation avec les entreprises

Du fait de la concurrence exacerbée entre les formations professionnelles, des « attentes » des étudiants (notamment trouver un emploi) et des difficultés économiques dans certaines fractions du champ journalistique, l'ajustement au marché du travail s'est aussi réalisé de manière moins visible à travers un renforcement des relations avec certaines entreprises médiatiques. Alors que la formation interne des jeunes professionnels s'opérait quasi exclusivement ou exclusivement en entreprise, elle se fait aujourd'hui aussi pour partie dans les établissements de formation, puis par un apprentissage sur le tas sans véritable tuteur pendant et après la scolarité. Du coup, les relations entre cadres dirigeants et une partie des jeunes diplômés tendent aujourd'hui, du moins dans un premier temps, à être moins informelles et interpersonnelles parce qu'elles sont souvent médiatisées par l'école. Le passage par une formation reconnue est à cet égard décisif dans l'accès au marché parce qu'il permet de mobiliser pour les diplômés, un capital collectif de relations comme le note un responsable d'une école publique : « Je considère qu'une école comme la nôtre doit donner sa chance à niveau égal (...) donner leur chance à des gens qui ne seraient pas entrés dans la profession autrement qu'en passant par notre formation. Parce qu'ils ne bénéficient pas du réseau social qui leur permettrait de rentrer. »

Les formations au journalisme se sont très directement inspirées des pratiques des grandes écoles et de leurs diplômés. Tout se passe donc comme si l'école, au moins dans le cas des plus prestigieuses, était une banque de capital social qu'« anciens » et « futurs anciens » pouvaient utiliser. Bien évidemment, son efficacité varie notamment selon les établissements. Certains comme l'ESJ et le CFJ, qui a précisément été repris par ses « anciens », ont accumulé par leur ancienneté et leur réputation un capital de relations sans équivalent dans les fractions les plus prestigieuses du champ journalistique. Un responsable du CFJ explique ainsi sous un mode ironique : « Il y a l'association des anciens qui a une bourse aux emplois qui est très, très active et puis, il faut le dire : on est une "mafia", le CFJ c'est une mafia, il y a des anciens, c'est exactement le même fonctionnement que les grandes écoles, c'est-à-dire que les anciens qui sont dans les rédactions appellent quoi... ». Le passage par telle ou telle école joue le rôle d'une recommandation officielle auprès des anciens devenus

cadres dirigeants : « D'une certaine manière, il y a quand même cette dimension-là un peu, pas affective – parce que là, ce ne sont pas des gens qui nous connaissent personnellement – mais ils connaissent l'institution, il y a une forme d'affection pour l'institution », explique ainsi un responsable de formation. Mais les « anciens » ne constituent qu'une partie du travail permanent d'entretien de cette espèce de capital à la fois collectif et individuel. Sa valeur se joue perpétuellement dans le recrutement, les invitations des enseignants professionnels (séminaires, rencontres, fabrication des « journaux écoles ») ou encore le suivi des étudiants en stage d'entreprise, la récolte de la taxe d'apprentissage, etc.

Cette interdépendance croissante entre écoles et employeurs doit être rapportée en second lieu au fait que les écoles représentent désormais un sous-marché du travail très important pour un certain nombre d'entreprises, notamment les plus prestigieuses. Comme le note en souriant un directeur d'école, les entreprises viennent faire « leurs emplettes » dans les établissements de formation, ce qui permet de répondre aux besoins urgents en stagiaires, en pigistes, etc. Pour certaines d'entre elles, ce prérecrutement s'effectue par le biais de concours⁶ de jeunes journalistes des écoles qui débouchent pour les lauréats sur des contrats à durée déterminée en fin d'études. Plus fréquemment, les cadres dirigeants s'adressent très directement aux responsables d'établissements. C'est le cas par exemple des titres de la presse quotidienne régionale qui viennent recruter des étudiants stagiaires durant les périodes de vacances (plus seulement en été) et des diplômés en fin de cursus : « Ce qu'on appelle le stage d'été – un, en général deux, parfois trois – et là, on a un placement qui est notre fait, le fait des étudiants et le fait des journaux. T'as des journaux, ils te disent : “Voilà, j'ai besoin de tant, vous choisissez”. Il y a des journaux qui disent : “Vous m'envoyez un stock, on trie”. Et puis, il y a des stages qui sont trouvés par les étudiants », explique un formateur. Selon les écoles, des conventions de stages garantissant une rémunération conforme aux indices en vigueur dans la profession sont signées ou non avec les entreprises. Ce prérecrutement des entreprises s'effectue aussi de manière moins visible par certains de « leurs » journalistes – ce sont pour une part d'anciens élèves de ces écoles – qui enseignent dans ces formations, ceux-ci pouvant parfois mettre à profit cette position pour « remarquer » des jeunes journalistes.

Les écoles constituent pour certaines entreprises un vivier privilégié, mais elles offrent aussi en troisième lieu des ressources précieuses. Des directeurs des études, des directeurs de formation, etc. jouent ainsi pour les entreprises un rôle qui s'apparente à celui de directeur des ressources humaines informel. Parce qu'ils connaissent souvent à la fois les étudiants et les responsables d'entreprises (rédacteurs en chef, secrétaires généraux et plus rarement DRH) avec lesquels ils ont des relations fréquentes et bien souvent des affinités, ils peuvent exercer une fonction de « passeur », par exemple au moment des propositions de stages aux étudiants ou des demandes des entreprises.

« Quand dans une rédaction il y a une embauche et qu'il y a un ancien, l'ancien généralement appelle en disant : il y a un poste, est-ce que t'as quelqu'un ? Est-ce que tu vois quelqu'un ? Que ce soit un jeune ou que ce soit un rédacteur en chef, dans les deux cas on est informé et le réseau fonc-

tionne (...) Et puis moi quand je vois quelqu'un, des fois on a des gens qui sont très, très particuliers... qui formulent des demandes où il va falloir un petit peu de recherche, on appelle dans les rédactions, on dit : voilà on a un jeune de tel profil, est-ce que dans ta rédaction tu verrais... »

Bien évidemment, pour traiter plus complètement cette question de l'ajustement des formations au marché du travail, il faudrait tout d'abord construire sociologiquement l'espace des formations de journalisme. La construction des principes de structuration de cet espace renverrait probablement à des indicateurs tels que l'histoire de ces établissements, les propriétés de leurs diplômés et les débouchés (Bourdieu, 1989). Il faudrait ensuite pointer un certain nombre de ses transformations récentes. Parmi les plus importantes qu'on n'a pas abordées ici, on peut citer celles qui affectent tout d'abord les établissements eux-mêmes : le développement sans précédent du nombre et des types de formations dans les deux dernières décennies, l'intensification de la concurrence, l'augmentation considérable des coûts de formation (et corrélativement des droits d'inscription), la dépendance de plus en plus grande de la taxe professionnelle même si sa part varie très fortement d'une formation à l'autre, etc. C'est ensuite le public même des formations au journalisme qui s'est transformé : augmentation du nombre de candidats (qui passent plusieurs concours et souvent plusieurs fois en cas d'échec), hétérogénéité croissante des niveaux de diplôme (même s'ils sont de plus en plus élevés) et des types de formation des candidats, homogénéisation du recrutement des formations les plus prestigieuses, etc.

NOTES

1. La liste des neuf écoles agréées en 2002 est la suivante : École supérieure de journalisme à Lille, Centre universitaire d'enseignement du journalisme à Strasbourg, École de journalisme et de communication de Marseille, IUT de Bordeaux et de Tours, École de journalisme de Toulouse, Centre de Formation des Journalistes, Institut Pratique de Journalismisme et le Centre d'études littéraires et scientifiques appliquées à Paris.
2. On s'appuie principalement sur une enquête collective menée en 1999 et 2000 par des membres du Centre de recherches administratives et politiques et de l'Institut français de presse. Une partie des entretiens utilisés tirés de cette enquête ont été réalisés par Valérie Devillard et Marie-Françoise Lafosse et par nos soins. Christine Leteinturier, Remy Rieffel et Denis Ruellan ont également participé à cette série de seize *interviews* avec des responsables de formations au journalisme. Qu'ils en soient ici remerciés. Nous tenons également à remercier la Commission de la carte d'identité professionnelle des journalistes pour sa collaboration et la Direction du développement des médias pour son concours. Cet article s'appuie surtout sur un travail spécifique réalisé dans le cadre de cette même enquête portant sur les nouveaux entrants et leurs conditions d'entrée sur le marché du travail journalistique.
3. Il faudrait inscrire le mot professionnalisation entre guillemets pour montrer que ce mouvement ne peut être considéré comme un simple accroissement de l'autonomie du champ journalistique à travers par exemple l'acquisition de savoir-faire spécifiques mais il manifeste dans le même temps un ajustement à l'égard du marché du travail.

4. Si elle reste une part inférieure à 30 % dans les établissements universitaires, elle dépasse largement les 50 % dans certains établissements privés : par exemple 78 % des recettes du CFJ en 1996, 60 % de l'IPJ en 1999-2000.
5. Mais ce sont surtout les stages ou les expériences professionnel(le)s durant la scolarité qui sont aussi décisifs dans l'appréciation des qualités professionnelles et sociales du futur diplômé.
6. Par exemple Europe 1, la « bourse Lauga » ; France 3, la « bourse Jean d'Arcy » ; *L'Équipe* la « Page d'Or » ; etc.

RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES

- BOURDIEU, P., *La Noblesse d'État. Grandes écoles et esprit de corps*, Paris, Minuit, 1989.
- CHANEL, A., *Essai d'évaluation quantitative de l'impact des établissements délivrant des formations « conventionnées » sur la population des journalistes*, Strasbourg, CUEJ, novembre 1996.
- CHARON, J.-M., (avec la participation de V. JAMIN, L. LACOUR, J. BEAULIEU, I. BOYAVALLE et J.-P. DESMOND), *Les Journalistes et leur qualification*, Observatoire des pratiques et des métiers de la presse, CFPJ, mars 1997.
- DELIGNY, H., « Journalistes et formation professionnelle : le nécessaire malentendu », *Revue politique et parlementaire*, n° 941, 1989.
- DELIGNY, H., *Le Discours des journalistes sur leur formation professionnelle. L'idéologie du métier démasquée*, Thèse d'Information-Communication, université de Paris IV-Sorbonne (CELSA), 1986.
- DEVILLARD, V., LAFOSSE, M.-F., LETEINTURIER, C., RIEFFEL, R., *Les Journalistes français à l'aube de l'an 2000. Profils et parcours*, Paris, Éditions Panthéon-Assas, 2001.
- MARCHETTI, D., *Contribution à une sociologie des transformations du champ journalistique dans les années 80 et 90. À propos d'« événements sida » et du « scandale du sang contaminé »*, Paris, thèse de sociologie (dir. Pierre Bourdieu), EHESS, 1997.
- MARCHETTI, D., RUELLAN, D., *Devenir journalistes. Sociologie de l'entrée dans le marché du travail*, Paris, La Documentation française, 2001.
- NEVEU, E., *Sociologie du journalisme*, Paris, La Découverte, coll. « Repères », 2001.
- REMOND, E., « Pourquoi veulent-ils devenir journalistes ? », *Communications et Langages*, n° 119, 1^{er} trimestre 1999, p. 4-23.
- ROSSI, A., *La Professionnalisation des journalistes*, Thèse de sociologie, EHESS Marseille, 1999.
- SALES, C., *La Formation des journalistes*, Paris, ministère de la Culture et de la Communication, 13 février 1998.
- SIMEANT, J., *L'Élaboration de normes professionnelles : le cas d'une école de journalisme, le CFJ*, DEA d'études politiques, IEP Paris, 1991.
- Service Juridique et Technique de l'Information, *Formation des journalistes*, Paris, SJTI, avril 1998.