

---

## Trajectoires professionnelles et personnalité des diplômés du Master en Journalisme de l'ULiège entre 2001 et 2023

**Auteur** : Hoebeke, Laura

**Promoteur(s)** : Leloup, David

**Faculté** : Faculté de Philosophie et Lettres

**Diplôme** : Master en journalisme, à finalité spécialisée en investigation multimédia

**Année académique** : 2023-2024

**URI/URL** : <http://hdl.handle.net/2268.2/21862>

---

### *Avertissement à l'attention des usagers :*

*Tous les documents placés en accès ouvert sur le site le site MatheO sont protégés par le droit d'auteur. Conformément aux principes énoncés par la "Budapest Open Access Initiative"(BOAI, 2002), l'utilisateur du site peut lire, télécharger, copier, transmettre, imprimer, chercher ou faire un lien vers le texte intégral de ces documents, les disséquer pour les indexer, s'en servir de données pour un logiciel, ou s'en servir à toute autre fin légale (ou prévue par la réglementation relative au droit d'auteur). Toute utilisation du document à des fins commerciales est strictement interdite.*

*Par ailleurs, l'utilisateur s'engage à respecter les droits moraux de l'auteur, principalement le droit à l'intégrité de l'oeuvre et le droit de paternité et ce dans toute utilisation que l'utilisateur entreprend. Ainsi, à titre d'exemple, lorsqu'il reproduira un document par extrait ou dans son intégralité, l'utilisateur citera de manière complète les sources telles que mentionnées ci-dessus. Toute utilisation non explicitement autorisée ci-avant (telle que par exemple, la modification du document ou son résumé) nécessite l'autorisation préalable et expresse des auteurs ou de leurs ayants droit.*

---

UNIVERSITÉ DE LIÈGE  
Faculté de Philosophie et Lettres  
Département Médias, Culture et Communication

**Trajectoires professionnelles et personnalité des  
diplômés du Master en Journalisme de l'ULiège  
entre 2001 et 2023**

Mémoire présenté par Laura HOEBEKE  
en vue de l'obtention du grade de  
Master en journalisme, à finalité spécialisée  
en investigation multimédia.

Année académique 2023 / 2024



## REMERCIEMENTS

Merci à David Leloup, mon promoteur, de m'avoir accordé sa confiance lorsque j'ai choisi ce sujet de mémoire, et de m'avoir éclairée lorsque je traversais des zones d'ombre lors de mon enquête. Vous avez su me pousser à faire toujours mieux.

Merci au Professeur Michel Hansenne, d'avoir accepté de m'accompagner dans ce sujet. Vous avez été une source d'information inestimable.

Merci aux personnes ayant accepté de répondre à mon questionnaire. Merci aux personnes ayant accepté de discuter avec moi lors d'un entretien. Sans vous, ce travail n'aurait pas été réalisable.

Merci à mon frère, Lionel, et à ma tante, Patricia, d'avoir accepté de relire avec attention ces lignes. Vous avez formé un duo de relecteur hors pair.

Merci à mes copines : Clara, Lara, Laura, Nora, Clara et Anaïs. Vous avez toujours su être à mon écoute. Quelle chance de s'être rencontrées lors de ces études.

Merci à Rafaël. Ton soutien et ta patience durant cette année ont été indispensables. Tu as rendu cette année de travail plus facile.

À tata Martine, à qui j'ai dit au revoir en milieu de parcours de ce travail.

À mes parents, à qui je dois tout.



## AVANT-PROPOS

Choisir une orientation professionnelle est parfois compliqué. Et, une fois le choix opéré, celui-ci ne rend pas forcément les perspectives d'avenir plus nettes. C'est peut-être en particulier le cas d'un diplôme universitaire, offrant désormais quantité de possibilités de carrières. En recherche de mon sujet d'enquête-mémoire encadrée par Monsieur David Leloup, une question s'est dévoilée : que deviennent les diplômés en journalisme de l'ULiège ?

Réaliser un mémoire sur ce que deviennent les diplômés en journalisme de l'ULiège est une décision en partie motivée par mon expérience personnelle. En 2022, j'ai entrepris un master en journalisme à l'ULiège par passion pour la profession, mais aussi pour la culture générale. Pour autant, deux ans plus tard et alors que j'aperçois la ligne d'arrivée, il m'est toujours difficile d'affirmer explicitement le métier que je souhaite exercer, ou auquel je peux concrètement prétendre.

L'objectif, au travers des pages qui suivront, est de représenter scientifiquement la réalité de « l'après études du journalisme à l'ULiège ». À l'aide de chiffres, de graphiques, de sources scientifiques, je désignerai ce que les diplômés sont devenus. Pour réaliser ce travail de fin d'études, j'ai été amenée à rencontrer les diplômés. Les écouter. Discuter. Je désirais comprendre pourquoi ils sont devenus ce qu'ils sont devenus – professionnellement parlant. C'est pourquoi j'ai choisi de réaliser une analyse exploratoire de leur personnalité, à l'aide du test Big Five Inventory-2.

Si l'idée de recherche est précise, le terrain d'étude n'en reste pas moins vaste. Mon sujet soulève des questions profondes, relevant parfois davantage de la psychologie que de l'environnement journalistique, auxquelles je ne pourrai peut-être donc pas répondre totalement. Cela étant dit, j'espère sincèrement que ce sujet inspirera d'autres à se pencher sur la question de la personnalité au sein de la profession journalistique.

L'aspect le plus compliqué de cette enquête été le côté humain et relationnel, car il fut difficile de garder un recul après chaque entretien. L'analyse des parcours scolaires et professionnels des

diplômés en journalisme a en effet mis en lumière de nombreux problèmes présents au sein du système journalistique belge. Très vite, s'est lancée une recherche des origines de ces problèmes ainsi que – à mon échelle – une recherche des solutions. Je me suis parfois surprise à être démoralisée par la situation de certains diplômés ; voire perdue.

Je suis convaincue que ma passion pour la profession m'a aidée à venir à bout de cette enquête – le « bout » que je m'étais fixé, car il est clair que la problématique et le sujet sont trop vastes pour ne tenir que sur ces quelques pages.

## INTRODUCTION

Claude Lévi-Strauss présentait, dans son *Anthropologie structurale*, trois besoins fondamentaux pour toute communauté humaine : le besoin de survivre, le besoin de subsister et le besoin de communiquer<sup>1</sup>. Depuis les débuts de l'organisation en société donc, le besoin de comprendre une information, de l'interpréter et de la partager se fait ressentir. Vers 131 av. J.-C., les Acta Diurna<sup>2</sup> apparaissent. En 1631, Théophraste Renaudot marque un tournant en lançant le premier journal français imprimé, La Gazette<sup>3</sup>. Au fil du temps, de nouveaux éléments heurtent le processus de traitement de l'information : la télévision, la radio, les sites internet, les réseaux sociaux, ou encore les chaînes YouTube. Mais le journaliste, professionnel de l'information, sait se réinventer, s'adapter, voir ces éléments non pas comme des « obstacles » mais plutôt comme des « challenges ». Après tout, n'est-ce pas là une des caractéristiques requises du journaliste : l'adaptation<sup>4</sup>.

Au-delà de ces éléments, le journaliste est confronté à un obstacle le concernant directement : la précarité. Salaire souvent risible, horaires instables, vie sociale parfois limitée, ou encore pression constante : ces points forment désormais une panoplie de conditions rendant le métier parfois éreintant (Devillard, 2002 ; Frisque et Saitta, 2011 ; Frisque, 2014). Des organisations comme l'Association des Journalistes Professionnels (AJP) sont mises en place pour accompagner le journaliste dans l'exercice de son métier. Celle-ci s'occupe de la défense des journalistes et « assure la promotion de la qualité de l'information, veille au respect de la liberté d'information et au maintien de conditions de travail correctes pour les professionnels de l'information »<sup>5</sup>. Pourtant, nombreux sont encore les journalistes sous-payés, mis sous pression par un membre de leur rédaction ou de leur équipe de tournage, ou épuisés par des horaires insoutenables. Et,

---

<sup>1</sup> Claude Lévi-Strauss, *Anthropologie structurale*, Paris, Plon, 1996.

<sup>2</sup> À Rome : recueil officiel contenant le récapitulatif des événements quotidiens. [Pascal Durand, ULiège, Introduction aux médias et à l'information].

<sup>3</sup> Pascal Durand, ULiège, Introduction aux médias et à l'information.

<sup>4</sup> ULiège, Master en Journalisme, à finalité spécialisée en Investigation multimédia, [consulté le 7 août 2024] : <https://www.programmes.uliege.be/cocoon/20232024/formations/condac/P2UJOU01.html>

<sup>5</sup> Association des Journalistes Professionnels (AJP), [consulté le 6 avril 2024] : <https://www.ajp.be/presentation-ajp/#:~:text=L'AJP%2C%20la%20VVJ%20et,les%20professionnels%20de%20l'information.>

ironiquement, rares sont les moments où la précarité du milieu journalistique occupe le devant de la scène (Standaert, 2016).

Les journalistes s'intéressent peut-être plus à leur travail qu'à leur emploi ? Il est commun d'utiliser les appellations « travail », « emploi », « profession », et « métier » de façon aléatoire. Mais en réalité, il existe des nuances. Annie Fouquet a posé les bases d'une distinction entre les deux premières : le travail est une activité humaine porteuse de sens et productrice d'identité ; l'emploi est une forme d'inscription dans une société située dans le temps et l'espace.<sup>6</sup> Claire Tourmen, elle, explique la différence entre profession et métier.

« À partir du moment où des acteurs occupant certains postes se regroupent pour définir et défendre leurs rôles, débattent et tentent de stabiliser des savoir-faire spécifiques, se la reconnaissent entre eux ou cherchent à se la faire reconnaître, on peut alors parler de métier. [...] À partir du moment où un métier est caractérisé par une structuration forte de l'accès au marché du travail (fermeture) que ses membres contrôlent, une identité largement revendiquée et reconnue socialement, des savoir-faire spécifiques bien identifiés, alors on pourra parler de profession. »<sup>7</sup>

La diversification journalistique et l'accélération de la vitesse de production suscitent toujours plus d'attention et de disponibilité de la part des journalistes. En résulte une course contre la montre perpétuelle, qui accroît peut-être ce phénomène d'attention dirigée vers la qualité du contenu qu'ils créent plutôt que vers les conditions de fabrication de ce contenu. Ce phénomène est peut-être d'autant plus accentué par l'inaction générale de l'État et des employeurs. Finalement, les concernés s'attaquent parfois à leur situation seuls, au lieu d'y faire face avec cohésion en tant que groupe professionnel (Standaert, 2015).

Jeunes et moins jeunes clament une dégradation de l'environnement journalistique (Devillard, 2017). Et ce, quel que soit leur statut parmi les nombreuses formes d'emploi que propose le secteur journalistique : CDD, CDI, indépendant, pigiste, faux-indépendant, journaliste stagiaire, correspondant de presse, assistant. Ces statuts présentent tous des degrés de précarité inégaux. Face à cela s'ajoutent les changements de régulation des modes de rémunération et les difficultés qui en découlent : droits d'auteur, droits de reprographie, taxes et impôts. L'Association des Journalistes

---

<sup>6</sup> Annie Fouquet, *Travail, emploi et activité – Une histoire sociale*, Centre d'Étude de l'Emploi, Noisy-le-Grand, 1998.

<sup>7</sup> Claire Tourmen, « Activité, tâche, poste, métier, profession : quelques pistes de clarification et de réflexion » dans *Santé publique*, Vol. 19, Éditions S.F.S.P., 2007.

Professionnels dénonçait ces conditions dans *Le Livre Noir des journalistes indépendants* en 2006<sup>8</sup>. Leur enquête avait rassemblé des témoignages aux côtés d'informations précises sur les tarifs pratiqués par les médias. Des difficultés que le sociologue français Alain Accardo étudie également sur le terrain français dans son ouvrage *Journalistes précaires, journalistes au quotidien*<sup>9</sup>.

Finalement, il existe désormais une importante disproportion entre l'offre et la demande de travail sur le terrain journalistique. Nombreux sont les jeunes diplômés en journalisme motivés à se lancer dans la vie active dès leur sortie de formation. Pourtant, la majorité collectionnent les emplois avant de trouver une forme de stabilité. « À l'heure actuelle, pour dix étudiants diplômés en journalisme, une seule place en CDI s'ouvre »<sup>10</sup>. Il semblerait dès lors que le métier soit pris dans une sorte de cercle vicieux : alors que l'actualité a - et aura - toujours plus besoin d'experts pour la traiter, les journalistes sont toujours plus nécessaires et les conditions sont en constante dégradation<sup>11</sup>.

Pourtant, si le système journalistique est complexe, les études de journalisme semblent demeurer attrayantes puisque, désormais, quinze<sup>12</sup> formations au journalisme sont proposées en Belgique. Ces nombreuses formations se traduisent dans les chiffres : « Tout comme dans la population en général, les plus jeunes [journalistes] ont davantage suivi une formation universitaire (c'est le cas de 81,4 % des journalistes de moins de 35 ans) que les journalistes plus âgés (le pourcentage est de 70,2 % parmi les plus de 55 ans). »<sup>13</sup>

---

<sup>8</sup> Association des Journalistes Professionnels, *Le Livre Noir des journalistes indépendants*, Éditions Luc Pire, Waterloo, 2006.

<sup>9</sup> Alain Accardo, *Journalistes précaires, journalistes au quotidien*, Agone, Marseille, 1995.

<sup>10</sup> Adrien De Fraipont *et al.*, *Le métier de journaliste. De la précarisation à la recherche de nouveaux moyens d'action*, Éditions Smart, Les Cahiers, 2015.

<sup>11</sup> Valérie Devillard, *et al.*, *L'insertion et les parcours professionnels des diplômés de formations en journalisme*, Paris II, Université Panthéon-Assas, 2017, p. 22.

<sup>12</sup> Une formation en Journalism est proposée dans les établissements suivants : Université Libre de Bruxelles (ULB), Université Saint-Louis Bruxelles (USL-B), École Nationale Supérieure des Arts Visuels de la Cambre (ENSAV), Institut des Hautes Études des Communications Sociales (IHECS), Institut de Radioélectricité et de Cinématographie (INRACI), Institut National Supérieur des Arts du Spectacle et des Techniques de Diffusion (INSAS), Institut Supérieur de Formation Sociale et de Communication (ISFSC), Haute École de la Province de Liège (HEPL), Université de Liège (ULiège), École de Journalism de Louvain, Institut des Arts de Diffusion (IAD), UCLouvain Mons, Haute École Louvain en Hainaut (HELHa) Tournai, Université de Namur (UNamur).

<sup>13</sup> Manon Libert, *et al.*, *Portrait des journalistes belges en 2023*, Academia Press, Gent, 2023.

La composition professionnelle du paysage constitué par les diplômés en journalisme a rarement été étudiée. En France, des travaux, articles et ouvrages ont été publiés sur le sujet par des individus comme Lafarge (2019) ou Devillard et Le Saulnier (2020). Mais en Belgique, le sujet reste encore très peu abordé, à une exception : Olivier Standaert et sa thèse de doctorat publiée sous le titre *Le journalisme flexible – insertion professionnelle et marché du travail des jeunes journalistes de Belgique francophone*. Ce dernier inspire, motive et engendre largement la présente enquête.

De fait, l'idée plane : peu de diplômés du master en journalisme de l'ULiège sont désormais journalistes professionnels. Le but de l'enquête qui va suivre est d'objectiver scientifiquement cette réalité floue, et de tenter de trouver des facteurs explicatifs à la situation décrite. Un tel sujet de recherche peut atteindre deux objectifs intéressants. Premièrement, en apprendre plus sur l'avenir réservé aux actuels et futurs étudiants du master en journalisme à finalité spécialisée en investigation multimédia (appelé master en information et communication à finalité spécialisée en journalisme jusqu'en 2015). Deuxièmement, peut-être, offrir matière à réflexion aux enseignants du Département Médias, Culture et Communication de l'ULiège.

Partant de cela, les questions fusent. Que deviennent les étudiants diplômés en journalisme de l'Université de Liège ? Se sont-ils intégrés dans le milieu journalistique ? Travaillent-ils comme indépendants ou sont-ils salariés au sein d'une entreprise de presse ? Sont-ils restés dans ce milieu ou ont-ils décidé de se réorienter vers d'autres horizons ? Pour quelles raisons ont-ils fait ces choix de carrière et de vie ?

L'objectif secondaire est de comprendre pourquoi ils sont devenus ce qu'ils sont devenus. Derrière le journaliste, se cache une personne. Constituée d'habitudes<sup>14</sup> liées à sa vie privée, d'émotions, et d'une personnalité parfois mises à rude épreuve. Les traits de personnalité d'une personne peuvent-ils influencer sa carrière professionnelle ? Dans son manuel *Psychologie de la personnalité*, Michel Hansenne resitue plusieurs définitions de la personnalité données par différents psychologues et

---

<sup>14</sup> Mentionnons Pierre Bourdieu et sa théorie de l'*habitus*. Par ce terme, il désigne la trajectoire et les expériences ultérieures d'un individu, acquis au cours de son éducation et des expériences sociales. C'est ce qui explique que les individus partagent la même idée de ce qui se fait et ce qui ne se fait pas, par exemple. (Anne-Catherine Wagner, « Habitus » dans *Sociologie, les 100 mots de la sociologie*, Paris, Presses universitaires de France, coll. « Que sais-je ? », 2012.)

penseurs de ces dernières années. Le professeur finit par expliquer que la personnalité « n'est pas une juxtaposition de pièces, c'est une organisation. La personnalité ne se trouve pas simplement là. Elle est active ; c'est un processus dynamique à l'intérieur de l'individu. La personnalité est un concept psychologique dont les bases sont physiologiques. La personnalité est une force interne qui détermine comment les individus vont se comporter. La personnalité est constituée de *patterns* de réponses récurrents et consistants. La personnalité ne se reflète pas dans une seule direction mais bien dans plusieurs, comme les comportements, les pensées et les sentiments. »<sup>15</sup>

Partant de cette définition, davantage de questions jaillissent : la carrière professionnelle peut-elle influencer ou modifier les traits de personnalité d'une personne ? Et s'il existait des traits de personnalité particuliers pour poursuivre une carrière dans le journalisme ? Des traits de personnalité précis se retrouvent-ils chez les journalistes ? Et chez les anciens journalistes ? Et chez ceux qui ne l'ont jamais été ?

La composition professionnelle des diplômés en journalisme de l'ULiège n'a pas encore été établie, et l'analyse de leur personnalité n'a pas encore été étudiée. Existe-t-il des parcours type, à la sortie du Master en Journalisme, à finalité spécialisée en Investigation multimédia ? Les personnalités des individus influencent-elles les parcours ? La partie suivante parcourra un paysage théorique sur les conditions des journalistes, la psychologie des journalistes ainsi que nos hypothèses. La partie trois évoquera la méthodologie appliquée dans notre enquête avec approche qualitative hypothético-déductive. Nous procéderons ensuite à l'analyse des résultats obtenus, au regard du marché journalistique et de la psychologie de la personnalité. Nous terminerons par les conclusions que nous pouvons en tirer.

---

<sup>15</sup> Michel Hansenne, *Psychologie de la personnalité*, De Boeck Supérieur, Louvain-la-Neuve, 2021, p. 20.

**PARTIE 1 :**  
**PAYSAGE THÉORIQUE**

Les sources mobilisées au travers de ce paysage théorique sont divisées en trois chapitres : le marché journalistique, la psychologie des journalistes et nos hypothèses. Les sources du premier chapitre sont principalement issues d'auteurs français ayant étudié des terrains français. Les recherches sur le sujet de l'insertion professionnelle des diplômés en journalisme en Belgique étant trop peu nombreuses, il n'était pas possible de se baser uniquement sur des études belges pour documenter la présente enquête. Les sources du deuxième chapitre sont principalement internationales pour les mêmes raisons : les travaux belges étaient trop peu nombreux.

Bien qu'elles étudient des terrains étrangers, les sources parcourues ont offert les clés thématiques nécessaires à la compréhension du sujet, à savoir : le marché journalistique, la croissance des pigistes, les différences observables entre hommes et femmes, la précarité des jeunes journalistes, la personnalité des journalistes, la communication face au journalisme, ou encore la Théorie du Choix Vocationnel (*Theory of Vocational Choice*) de John L. Holland.

## Chapitre 1 : Le marché journalistique

Analyser le marché du travail journalistique ainsi que les modes d'entrée des jeunes journalistes professionnels est utile pour bien comprendre les transformations de la profession. Pour aborder les journalistes avec leur emploi, leur milieu, leur carrière et leur trajectoire professionnelle, il est bon de faire un point sur des éléments théoriques et quelques définitions. C'est ce que font Dominique Marchetti et Denis Ruellan dans leur ouvrage *Devenir journalistes. Les conditions d'entrée sur le marché du travail* (2001), et plus précisément dans le texte issu de cet ouvrage intitulé *Les marchés du travail journalistique* rédigé par Dominique Marchetti en collaboration avec Valérie Devillard et Marie-Françoise Lafosse.

Leur recherche a la particularité de mettre en relation trois éléments : une enquête par quarante entretiens semi-directifs ; une analyse des transformations sociologiques de la population des journalistes titulaires de la carte professionnelle en 1999 et celle d'entre 1990 et 1998 ; et des travaux sur les transformations de l'économie générale du secteur journalistique. Une limite se dessine dans leur méthodologie : les entretiens semi-directifs n'ont été conduits que sur des

employeurs (24 cadres dirigeants et 16 directeurs de formation en journalisme). Le point de vue des journalistes n'est dès lors pas directement pris en compte<sup>16</sup>.

## 1. Plusieurs marchés

Le journalisme est à considérer comme un univers subdivisé en marchés eux-mêmes caractérisés par des éléments sur lesquels nous reviendrons. Cette diversité des marchés n'est pas nouvelle, mais elle s'accroît avec les transformations des activités des entreprises de presse, des métiers du journalisme et du groupe social des journalistes. Un marché journalistique peut d'abord être caractérisé par le lieu de production journalistique. En France par exemple, la majorité des sièges de médias sont situés à Paris. Cela explique les migrations des journalistes : 60,3% des titulaires de carte de presse résident dans la capitale<sup>17</sup>. Mais cela n'empêche pas que des médias locaux ou régionaux arrivent à se faire une place sur le marché. Selon l'Association des Journalistes Professionnels, la Belgique compte actuellement 4264 journalistes, dont 2033 francophones et 2231 néerlandophones<sup>18</sup>. Toujours selon l'AJP, 1549 journalistes francophones (soit 76,1% des journalistes francophones) appartiennent à la section Bruxelles/Brabant, mais sans savoir s'ils y vivent ou s'ils y travaillent.

Un marché journalistique peut également être caractérisé par le public cible visé aussi bien par les productions journalistiques que par les publicités. On oppose alors public commercial et public intellectuel : ceci expliquant par exemple qu'un journaliste d'un magazine « populaire » publie rarement dans un magazine d'investigation renommé également. Si cela peut paraître discriminant, ce phénomène peut également s'observer quand on oppose une rédaction de politique de gauche à une autre plutôt de droite. Dernièrement, un marché journalistique peut être caractérisé par le type de média : presse écrite, radio, télévision, etc. La répartition des journalistes par média évolue : il n'y a plus la même demande dans l'audiovisuel ou dans la presse écrite.

---

<sup>16</sup> Dominique Marchetti, Valérie Devillard et Marie-Françoise Lafosse. *Les marchés du travail journalistique. Devenir journalistes. Les conditions d'entrée sur le marché du travail*, Documentation française, 2001.

<sup>17</sup> *Id. Ibid.*, pg. 5.

<sup>18</sup> Chiffres du 14 février 2024 donnés par l'AJP.

Un fois le marché journalistique caractérisé, on peut y caractériser les entreprises qui se font concurrence. On retrouve cette fois cinq caractéristiques à prendre en compte : la taille du média (de l'entreprise, mais surtout de la rédaction), l'âge des journalistes, le taux de rotation (ou *turn-over*<sup>19</sup>), la répartition des statuts au sein du média (stagiaires, pigistes, CDD, CDI, etc.) et les métiers qui évoluent avec la technologie<sup>20</sup>. Par exemple, les rédacteurs web ont vu leur métier changer avec l'informatisation des rédactions.

Dans le même temps, le nombre de pigistes dans les médias belges augmente progressivement. Suivons le *Profil du journaliste belge*, enquête menée tous les cinq ans par le Center for Journalism Studies de l'Université de Gand, le Laboratoire des pratiques et identités journalistiques de l'Université libre de Bruxelles et l'Université de Mons, l'AJP et la VVJ depuis 2013. Dans leurs trois premières publications, les chiffres suivants ressortent : en 2013, 20% des journalistes interrogés sont indépendants<sup>21</sup> ; en 2018, 25,3%<sup>22</sup> ; en 2023, 24,3%<sup>23</sup>.

Si nous reprenons les propos de Dominique Marchetti, cette augmentation s'explique par trois facteurs<sup>24</sup>. D'abord, les transformations générales de l'économie des entreprises de presse. Ensuite, la recherche perpétuelle de couverture géographique maximale par les médias : plus on a de pigistes, plus on couvre de territoire. Finalement, Gilles Balbastre, réalisateur des *Nouveaux chiens de garde*, explique qu'une partie des pigistes est attirée par le faux employeur que la pige offre : le pigiste travaille pour un média mais reste majoritairement libre et n'a donc – généralement – pas de lien de subordination avec l'employeur. « Cette méfiance vis-à-vis du salariat subsiste encore aujourd'hui chez un certain nombre de pigistes notamment ceux issus de la moyenne bourgeoisie

---

<sup>19</sup> Le *turn-over*, ou rotation de l'emploi, désigne le renouvellement des effectifs d'une entreprise. Dans ce cas, cela désigne le taux de renouvellement d'emploi du journaliste.

<sup>20</sup> Dominique Marchetti *et al.*, « Les marchés du travail journalistique » dans *Devenir journalistes : les conditions d'entrée sur le marché du travail*, Centre européen de sociologie et de science politique et Centre d'Analyse et de Recherche Interdisciplinaires sur les Médias, 2001.

<sup>21</sup> Manon Libert *et al.*, *Portrait des journalistes belges en 2013*, Gent, Academia Press, 2013.

<sup>22</sup> *Id.*, *Portrait des journalistes belges en 2018*, Gent, Academia Press, 2018.

<sup>23</sup> *Id.*, *Portrait des journalistes belges en 2023*, Gent, Academia Press, 2023.

<sup>24</sup> Dominique Marchetti *et al.*, « Les marchés du travail journalistique » dans *Devenir journalistes : les conditions d'entrée sur le marché du travail*, Centre européen de sociologie et de science politique et Centre d'Analyse et de Recherche Interdisciplinaires sur les Médias, 2001.

ou de la bourgeoisie supérieure pour qui l'image du journaliste titulaire fonctionne comme un repoussoir »<sup>25</sup>.

## 2. Quels débouchés ?

« Vous savez que vous étudiez un secteur bouché ? », « Alors, combien on est de ma promotion à être journaliste ? », « C'est quoi, finalement, les débouchés ? » sont des questions systématiquement entendues lors des entretiens passés lors de notre enquête. Il n'a donc pas été surprenant de découvrir, en lisant l'introduction de son ouvrage *Les diplômés du journalisme, sociologie générale de destins singuliers*, que Géraud Lafage a fait face aux mêmes questions<sup>26</sup>.

Le maître de conférence à l'Université Rennes 1 part d'un double constat : la généralisation de la formation au journalisme et la dégradation des conditions de l'emploi. Quelle carrière les diplômés en journalisme peuvent-ils espérer ? Quels sont les secteurs médiatiques recrutant le plus ? Quelles sont les conditions d'accès au milieu ? Avec son collègue Dominique Marchetti, il tente d'abord de produire des données empiriques<sup>27</sup> sur la composition sociale de la population des étudiants en journalisme. Ils ont fait circuler un questionnaire au début des années 2000 auprès de tous les étudiants des écoles de journalisme reconnues en France<sup>28</sup>. Par la suite, Lafage a lancé un second volet de l'enquête, auprès de ces mêmes anciens étudiants, pour retracer leur parcours professionnel au cours des sept premières années ayant suivi leur diplôme. « Il ressort de notre travail qu'une

---

<sup>25</sup> Gilles Balbastre, « Une information précaire » dans *Actes de la Recherche en Sciences Sociales*, Le journalisme et l'économie, Seuil, p. 84, 2000.

<sup>26</sup> Géraud Lafage, *Les diplômés du journalisme : Sociologie générale de destins singuliers*. [En ligne]. Rennes : Presses universitaires de Rennes, 2019, p. 15.

<sup>27</sup> Données s'appuyant sur l'expérience et l'observation plutôt que sur la théorie.

<sup>28</sup> Parmi la trentaine d'écoles de journalisme existantes en France, seules quatorze sont reconnues par la Commission paritaire nationale de l'emploi des journalistes (CPNEJ) : l'institut universitaire de technologie de Lannion, l'institut universitaire de technologie de Cannes, les universités Celsa, CUEJ, EJCAM, EJDG, EPJT, IFP et IJBA, les écoles privées CFJ Paris, EJT Toulouse et ESJ Lille, et les établissements IEP Paris et IPJ Paris-Dauphine. Site internet de l'Onisep, [consulté le 19 avril 2024] : [https://www.onisep.fr/formation/les-principaux-domaines-de-formation/les-ecoles-de-journalisme#:~:text=Les%20%C3%A9coles%20de%20journalisme%20reconnues%20par%20la%20profession&text=Sept%20universit%C3%A9s%20\(Celsa%2C%20CUEJ%20%2C,%C3%A9cole%20\(bac%20%2B%205\).](https://www.onisep.fr/formation/les-principaux-domaines-de-formation/les-ecoles-de-journalisme#:~:text=Les%20%C3%A9coles%20de%20journalisme%20reconnues%20par%20la%20profession&text=Sept%20universit%C3%A9s%20(Celsa%2C%20CUEJ%20%2C,%C3%A9cole%20(bac%20%2B%205).)

propriété fondamentale du champ journalistique, comme les champs de production culturelle, est d'être un *incerti loci*<sup>29</sup> »<sup>30</sup>.

Les écoles de journalisme offrent des débouchés majoritairement dans le journalisme, la communication ou le *copywriting*, mais cette multiplicité des marchés du travail combinée à la diversité des postes et fonctions font du milieu journalistique un lieu incertain. Comme Devillard, Lafarge constate une importante féminisation du journalisme (il avance que les femmes sont plus nombreuses que les hommes à être admises aux concours : 37,9% contre 24,7% pour les hommes) mais également une forte hiérarchisation de domination masculine qui perdure (32% d'hommes contre 27% de femmes, mais il rappelle que les femmes ont plus souvent quitté le secteur avec 18% de départ chez les femmes contre 14% chez les hommes)<sup>31</sup>.

Plus que les débouchés de chacun, les analyses de Devillard et Lafarge nous apprennent que le capital social des étudiants est un élément clé dans leur parcours professionnel. « “Le réseau” est l'une des ressources, sinon la principale, qu'apportent les formations, et les plus réputées sont celles qui offrent le meilleur réseau de relations avec le monde professionnel pendant et après la scolarité »<sup>32</sup>. Les relations professionnelles qu'ils développent permettent très souvent d'obtenir, non pas un travail, mais des informations sur un potentiel travail.

Valérie Devillard et Guillaume Le Saulnier adoptent un angle socio-économique sur la question des diplômés en journalisme avec dans leur papier *Sortir du journalisme. Les diplômés entre emplois instables et carrières déviantes*. Elle explique l'instabilité de la profession par deux éléments intrinsèquement liés, le premier étant le contexte économique depuis la crise de 2008. Ce contexte a engendré une forte dégradation des accès à un emploi pour les jeunes journalistes : ils sont confrontés à davantage de périodes de chômage ou de reprises d'études pour « ajouter une corde à leur arc ».

---

<sup>29</sup> Lieux incertain. Métaphore bourdieusienne : univers dans lesquels sont mêlés des acteurs dotés inégalement de capitaux utiles pour s'y déplacer et dans lequel des institutions comme les écoles ou les académies ajustent aspirations et débouchés. [Géraud Lafarge, 2019].

<sup>30</sup> Géraud Lafarge, *Les diplômés du journalisme : Sociologie générale de destins singuliers*. [En ligne]. Rennes : Presses universitaires de Rennes, 2019, p. 15.

<sup>31</sup> *Id. Ibid.*, p. 131.

<sup>32</sup> *Id. Ibid.*, p. 257.

Et ceci se voit renforcé par le deuxième élément : les CDI sont devenus une denrée rare. Reprenons le *Profil du journaliste belge en [année]* depuis 2013. Dans leurs trois premières publications, les chiffres suivants ressortent : en 2013, 78% des journalistes interrogés sont salariés<sup>33</sup> ; en 2018, 72,7%<sup>34</sup> ; en 2023, 74,8%<sup>35</sup>. Les employeurs privilégient toujours plus les contrats à durée limitée, quels qu'ils soient : pige, CDD, journaliste stagiaire, assistant journaliste, etc. « Les modalités d'emploi et de rémunération en vigueur dans les entreprises de presse organisent des conditions matérielles propices aux défections »<sup>36</sup>.

Ces conditions difficiles valent de rebaptiser la profession de « métier-passion » ou « métier de sacrifices ». Ainsi, les « sortants » du journalisme dévoilent sans cesse les mêmes raisons de leur départ : usure physique et/ou psychologique, désir de CDI, désir de reconnaissance du degré de diplôme, désir de stabilité financière, désir de vie de famille – souvent pensée comme incompatible avec les horaires d'une carrière dans le journalisme, lassitude de devoir rédiger des articles de mauvaise qualité et peu approfondis car tout doit être fait au plus vite.

### 3. Le secteur de la communication

Devillard et Le Saulnier concluent avec un constat : à cause de ces conditions déplorables, la grande majorité des sortants du journalisme se tournent vers les métiers de la communication. Il est vrai, et il est même parfois sujet tabou, car un journaliste se reconvertissant dans la communication est souvent mal vu par les « puristes ». Le rapprochement des diplômés en journalisme avec les métiers de la communication est souvent constaté suite à une vision désenchantée du monde journalistique de la part du concerné, mais difficile de déterminer si cette vision désenchantée est la cause ou l'effet de cette reconversion.

---

<sup>33</sup> Manon Libert *et al.*, *Portrait des journalistes belges en 2013*, Gent, Academia Press, 2013.

<sup>34</sup> *Id.*, *Portrait des journalistes belges en 2018*, Gent, Academia Press, 2018.

<sup>35</sup> *Id.*, *Portrait des journalistes belges en 2023*, Gent, Academia Press, 2023.

<sup>36</sup> Valérie Devillard et Guillaume Le Saulnier, « Sortir du journalisme : les diplômés en journalisme entre emplois instables et carrières déviantes », dans *Recherches en communication*, vol. 43, Louvain-la-Neuve, UCLouvain, 2020, p.22.

Parmi les journalistes, beaucoup cumulent différents statuts et modes de rémunération, y ajoutent des indemnités de chômage complémentaires, ou les complètent avec une activité complémentaire dans un autre secteur. Dans son enquête sur les demandes de carte de presse (2011), Cégolène Frisque mentionne que 21,7% des pigistes ont déclaré une activité complémentaire. Un secteur revient dans les études de Cégolène Frisque (2014), Lafarge (2019) ou encore Devillard (2020) : la communication. Considéré comme plus stable, ce milieu attire car, contrairement au milieu journalistique, un CDI y est facilement envisageable.

Cégolène Frisque, avec son étude *Précarisation du journalisme et porosité croissante avec la communication*, pose les bases<sup>37</sup>. Certains journalistes ayant « un pied » dans le monde de la communication reposent en fait leur activité sur des techniques quasi journalistiques. On parle alors de « rédaction web » pour un magazine, de « pige » pour la promotion d'un film, de « rédaction d'articles » pour mettre en avant un nouveau parc dans une commune, par exemple. La dimension commerciale est clairement présente, sans retenue et visiblement « opinionnée », et c'est précisément ce qui pose problème aux « puristes » du journalisme, car la déontologie du métier se voit dès lors bafouée.

« Pour certains journalistes instables<sup>38</sup>, il existe des frontières claires entre journalisme et communication, qui relèvent de logiques de production différentes, même si les fondements de cette distinction ne sont pas toujours explicités. Ils classent alors directement le journalisme territorial, institutionnel ou d'entreprise dans les activités de communication. Et la dimension promotionnelle, publicitaire voire commerciale de ces activités fait alors souvent office de repoussoir. Pour d'autres, ce classement ne va pas de soi, et la dimension journalistique de ces activités est présupposée, voire mise en valeur »<sup>39</sup>.

Pour éviter cette situation délicate, d'autres journalistes se tournent vers des activités complémentaires différentes comme l'enseignement ou l'édition.

---

<sup>37</sup> Cégolène Frisque, « Précarisation du journalisme et porosité croissante avec la communication » dans *Les Cahiers du journalisme*, n°26, Lille, Presses de l'École supérieure de journalisme de Lille, 2014, p.106.

<sup>38</sup> Par « journaliste instable », Cégolène Frisque désigne le journaliste dont la situation professionnelle est instable à cause de son emploi.

<sup>39</sup> Cégolène Frisque, « Précarisation du journalisme et porosité croissante avec la communication » dans *Les Cahiers du journalisme*, n°26, Lille, Presses de l'École supérieure de journalisme de Lille, 2014, p.106.

#### 4. Plusieurs types de précarité

La précarité des journalistes se mesure à plusieurs aspects : un aspect lié à la construction de leur réseau professionnel ; un aspect lié à leur salaire ; et un aspect lié à la vie privée. (Lafarge, 2019) En effet, les jeunes journalistes sont très fréquemment « souples » en ce qui concerne leur carrière. Guidés par la crainte de perdre leur emploi, ils acceptent facilement les règles de leur employeur ou de la concurrence, même si celles-ci sont parfois douteuses ou peu scrupuleuses. Ainsi, être rappelé lors de leur jour de repos ou passé la fin de leur journée de travail, subir le stress de devoir rendre un papier trois heures plus tôt que prévu initialement ou recevoir en retard sa paie à plusieurs reprises devient acceptable. L'idée étant de « percer » dans le milieu, ils acceptent à peu près tout dans l'espoir de se voir proposer un meilleur poste en récompense. Leur jeune âge - signifiant généralement l'absence de contraintes familiales – leur permet (et les encourage même à) d'adopter cette position, encore davantage s'ils vivent toujours avec leurs parents. Si l'aspect instable de leur premier emploi ne les déstabilise pas toujours, certains jeunes journalistes font face à des effets secondaires indésirables. On parle alors de précarité amicale dans le cas de jeunes diplômés n'ayant plus le temps de passer du temps avec leurs amis. Certains subiront la précarité familiale ou conjugale.

Les nombreuses raisons d'un départ du monde journalistique citées dans ces premières réflexions nous apprennent deux choses : les journalistes ont rarement une carrière rectiligne et les journalistes sont dotés d'une grande capacité d'adaptation. C'est ce que confirme Cégolène Frisque, en collaboration avec Eugénie Saitta cette fois, dans l'ouvrage *Journalistes de la précarité. Formes d'instabilité et modes d'adaptation*<sup>40</sup>.

Elles discutent d'ailleurs de la porosité travail / hors travail en analysant la conciliation de la sphère sociale et de la sphère professionnelle, l'envahissement de la deuxième sur la première ainsi que les frontières entre les deux. Elles expliquent alors que les frontières sont à installer sur plusieurs niveaux. Une frontière entre vie privée et vie professionnelle est d'autant plus difficile à placer

---

<sup>40</sup> Cégolène Frisque et Eugénie Saitta, *Journalistes de la précarité : formes d'instabilité et modes d'adaptation*, Rapport pour le Département des études, de la prospective et de la statistique, Ministère de la culture et de la communication, 2011.

pour un journaliste travaillant depuis chez lui que pour un journaliste travaillant « sur site ». Une frontière dans la gestion du temps est nécessaire également : le débordement du temps de travail sur le temps de détente et loisirs est parfois inévitable, mais peut causer beaucoup de tort au journaliste comme à son entourage. Notons tout de même que, si le débordement du travail sur les loisirs n'est parfois pas dramatique aux yeux d'un journaliste se disant passionné, il reste considéré comme une contrainte aux yeux de beaucoup.

Dans la sphère conjugale, elles notent trois catégories de journalistes en couple alors qu'ils sont dans une situation instable<sup>41</sup>. Le premier groupe est constitué de couples dans lequel le journaliste instable a un partenaire lui-même dans une situation instable également. Le deuxième groupe est constitué de couples dans lequel le journaliste instable a un partenaire ayant une situation stable, souvent en CDI. Le troisième groupe est constitué de couples dans lequel le journaliste instable a un partenaire dont il est dépendant, principalement financièrement.

La précarité d'un ou d'une journaliste peut également se définir par son genre. Parmi les données chiffrées concernant les femmes dans le monde journalistique, on trouve *Les trajectoires des journalistes détenteurs de carte de presse entre 1990 et 1998. Le monde de la précarité* de Valérie Devillard et Marie-Françoise Lafosse. Professeure en sciences de l'information et de la communication, Devillard s'est beaucoup penchée sur la sociologie du journalisme. Elle a travaillé en collaboration avec Dominique Marchetti, et elle souligne que les jeunes journalistes n'avaient jusqu'alors jamais fait l'objet d'une étude. C'est paradoxal, car les jeunes journalistes ont dû faire face à plus de difficultés que leurs prédécesseurs pour accéder aux marchés du travail journalistique, et ils ont dû accumuler une multitude d'expériences avant de se voir offrir un emploi stable<sup>42</sup>.

---

<sup>41</sup> Cécolène Frisque et Eugénie Saitta, *Journalistes de la précarité : formes d'instabilité et modes d'adaptation*, Rapport pour le Département des études, de la prospective et de la statistique, Ministère de la culture et de la communication, 2011.

<sup>42</sup> Valérie Devillard, « Les trajectoires des journalistes détenteurs de carte de presse entre 1990 et 1998. La montée de la précarité », dans *Communication et langages*, n°133, Dossier : L'information comme cristallisation de l'imaginaire, 2002.

Dans son étude, Devillard commente en réalité deux enquêtes réalisées en parallèle en 2000. La première s'est faite auprès des écoles de journalisme et des recruteurs : elle marque les différents marchés du travail journalistique et ses modalités particulières d'accès. La deuxième, quantitative, compare les modalités d'entrée dans la profession de deux cohortes : les détenteurs pour la première fois de la carte de presse en 1990 et les détenteurs pour la première fois de la carte de presse en 1998. Elle restitue également les parcours professionnels des détenteurs de la carte de 1990. Les bases de données reposent sur un échantillonnage des premières demandes de carte de journaliste professionnel au cours des années 1990 et 1998.

Devillard et Lafosse l'admettent : cette étude a trois limites. Premièrement, les informations recueillies sur l'identité et les trajectoires des journalistes débutants sont par nature déclaratives et toujours lacunaires sur certains aspects (origine sociale et sphère familiale). Deuxièmement, l'étroitesse de la taille des échantillons invite à une certaine prudence pour l'interprétation des résultats issus du croisement des variables. Troisièmement, les journalistes détenteurs de leur première carte de presse en 1990 et 1998 ne représentent pas l'ensemble des professionnels de l'information<sup>43</sup>. Par contre, elle présente tout de même un intérêt : « les déterminants sociaux (sexe, âge, revenu salarial de l'activité journalistique, lieu de résidence, niveau d'instruction et de formation professionnelle) et les indicateurs propres à l'activité journalistique (lieu et entreprise d'exercice professionnel, position dans l'entreprise - statut et niveau hiérarchique - spécialité) ont pu être collectés et traités de manière systématique »<sup>44</sup>.

La chercheuse termine en expliquant qu'un cycle de récession économique a marqué les années nonante, répercutant des conséquences importantes. Après huit ans, 33,7% des concernés ne sont plus détenteurs de la carte de presse. On passe d'une proportion de 48,1% de femmes pour 59,9% d'hommes à 45,1% de femmes pour 54,9% d'hommes. L'évolution du salaire des femmes est moindre que celle des hommes, et celles-ci se font deux fois moins offrir une position hiérarchique

---

<sup>43</sup> Valérie Devillard, « Les trajectoires des journalistes détenteurs de carte de presse entre 1990 et 1998. La montée de la précarité », dans *Communication et langages*, n°133, Dossier : L'information comme cristallisation de l'imaginaire, 2002.

<sup>44</sup> Valérie Devillard et Marie-Françoise Lafosse, « Les trajectoires des journalistes détenteurs de carte de presse entre 1990 et 1998. La montée de la précarité », dans *Communication et langages*, n°133, Dossier : L'information comme cristallisation de l'imaginaire, 2002. p23.

élevée que les hommes (9,8% contre 19,3%). Quatorze ans plus tard, Vincent Cardon et Ionela Roharik confirmeront, mais apporteront une nuance intéressante, dans *Le déploiement temporel des inégalités de genre dans le monde du journalisme* : « l'analyse de la dynamique des parcours féminins met au jour une réduction des inégalités de genre chez les permanents, mais leur persistance chez les pigistes »<sup>45</sup>.

Leur méthode est assez complexe. « On modélise un risque  $h(t)$ , c'est-à-dire la probabilité, au moment  $t$ , pour un individu de connaître un événement (ici de ne pas obtenir la carte de presse) au moment  $t+n$ . Faire tendre la durée  $n$  vers zéro permet de définir le quotient instantané<sup>46</sup> au moment  $t$  »<sup>47</sup>. Ils testent deux modèles. Dans le premier, seul le sexe est indiqué comme variable. Dans le deuxième, une série de variables sont ajoutées : la formation, la continuité de présence sur la période observée, la précocité de l'entrée sur le marché, le statut du premier contrat de journaliste (pigiste ou permanent), la branche d'activité dominante mesurée par le nombre d'années, la stabilité de la relation d'emploi. Le premier modèle est sans équivoque : être une femme augmente le risque de perte de la carte de presse. Le deuxième est plus mesuré : le sexe reste significatif, mais l'absence d'accidents de parcours et l'obtention du diplôme de journalisme d'une des quatorze écoles reconnues par la commission d'attribution de la carte de presse en France préserve contre la perte de cette carte.

Leur conclusion rejoint celle de Devillard : « Le marché du travail journalistique est donc toujours traversé par des processus de discrimination sexuelle, mais ce résultat suggère qu'ils se logent dans la dynamique fine des parcours »<sup>48</sup>. Les femmes présentent des carrières moins longues et plus discontinues. Elles profitent d'un accès moindre aux positions professionnelles élevées et occupent par contre souvent les catégories d'emploi fragile et instable. Cependant, sur la période 2000-2013, ils constatent que des positions professionnelles supérieures sont davantage offertes aux femmes.

---

<sup>45</sup> Vincent Cardon et Ionela Roharik, « Le déploiement temporel des inégalités de genre dans le monde du journalisme » dans *Temporalités*, 2016, p.2.

<sup>46</sup> Le quotient instantané décrit une valeur calculée à un moment précis dans le temps. Il permet d'analyser les phénomènes dynamiques et comprendre comment les variables interagissent.

<sup>47</sup> Vincent Cardon et Ionela Roharik, « Le déploiement temporel des inégalités de genre dans le monde du journalisme » dans *Temporalités*, 2016, p. 7.

<sup>48</sup> *Id. Ibid.*, p.10.

## 5. Le paysage belge

Hormis la thématique, un élément lie ces sources : les auteurs précités sont français et ont étudié un terrain français. À une exception près : Olivier Standaert fait lumière sur le paysage belge avec sa thèse intitulée *Le journalisme flexible : trajectoires d'insertion, identités professionnelles et marché du travail des jeunes journalistes de Belgique francophone*<sup>49</sup>.

Standaert part du même principe : la Belgique francophone propose désormais de nombreuses formations en journalisme – en information et communication en général – mais le marché du travail journalistique subit une importante transformation que la crise de 2008 a aggravée. Jusqu'ici, personne n'avait scientifiquement décrit ce qu'il se jouait à la sortie des études en journalisme en Belgique.

« Le choix d'étudier spécifiquement les nouveaux arrivants [sur le marché du travail] se justifie aussi dans une optique plus large, englobant les politiques de gestion des ressources humaines. Leur connaissance, en Belgique francophone, oscille entre deux pôles : d'une part, celui des apparentes évidences véhiculées par l'abondant discours sur la précarisation des professionnels du journalisme ; d'autre part, l'absence d'exploitation des sources pertinentes pour une analyse scientifique du périmètre géographique de la présente recherche »<sup>50</sup>.

Il choisit alors trois axes de recherche : l'étude des trajectoires d'insertion, des conditions d'emploi et de travail des jeunes journalistes ; l'étude du fonctionnement des politiques de repérages, de recrutement et d'intégration des jeunes journalistes ; et l'étude des identités professionnelles à l'entrée de la profession.

Le chercheur étudie à la fois le parcours des journalistes arrivant sur le marché du travail en Belgique francophone ainsi que les entreprises dans lesquelles se déroule leur insertion. Entre autres, il tente de comprendre comment les jeunes journalistes francophones s'insèrent dans le marché du travail tout en mettant en lumière les tendances du journalisme contemporain marqué par la précarité du milieu et la diversification des activités journalistiques. Il met en avant les défis auxquels sont confrontés les jeunes journalistes comme les contrats instables et l'accumulation d'activités complémentaires pour « joindre les deux bouts ». Il explore les stratégies d'adaptation développées par les concernés qui tentent de faire coexister médias traditionnels et nouvelles

---

<sup>49</sup> Olivier Standaert, *Le journalisme flexible : trajectoires d'insertion, identités professionnelles et marché du travail des jeunes journalistes de Belgique francophone*. Prom. : GREVISSE Benoît, DÉRÈZE Gérard.

<sup>50</sup> *Id. Ibid.*, p. 7.

plateformes ou pratiques journalistiques. Finalement, il propose des pistes de réflexion pour une réelle prise en compte des besoins et des conditions de travail actuels des jeunes journalistes.

Standaert a fait le choix de sélectionner la population qui fera l'objet de son étude selon leurs activités.

« Cette approche permet de suivre au plus près les conditions réelles d'insertion, incluant les aléas de la mobilité professionnelle, les comportements d'accommodation et les efforts consentis pour s'insérer professionnellement dans le marché journalistique. La délimitation de la population d'enquête répond donc à une logique de croisement de sources et de bases de données à partir d'une approche inductive centrée sur l'individu. »<sup>51</sup>.

Plus précisément, il a considéré pertinente chaque personne possédant moins de cinq années complètes d'ancienneté dans le journalisme rémunéré au sein d'une ou plusieurs entreprises de contenu journalistique en Communauté française.

La première étape de son enquête a consisté en l'administration d'un questionnaire en ligne en deux salves (novembre 2011 et février 2012). Y sont abordés : les profils socio-personnels, les conditions d'emploi, les tâches et les affectations des jeunes journalistes. Il a récolté 128 réponses « exploitables », offrant un taux de 38,5% de réponse. La deuxième étape consistait en 79 entretiens non-directifs répartis comme suit : 20 responsables de rédaction et/ou responsables de ressources humaines, 27 individus ayant répondu au questionnaire en ligne et chacun ayant accepté de répondre à deux entretiens espacés de 12 à 18 mois et cinq entretiens exploratoires<sup>52</sup>.

« Les journalistes les mieux payés (au-delà de 2 000 euros bruts mensuels) possèdent en règle générale un contrat à durée indéterminée (CDI) et dans une moindre mesure, un contrat à durée déterminée (CDD). 76 % des journalistes sous CDI et 80 % des CDD affichent des revenus de l'une des deux catégories les plus élevées, mais la catégorie "plus de 2 500 euros" est mieux représentée chez les CDI. L'accès à de tels seuils de rémunération pour les journalistes indépendants et les pigistes salariés est proportionnellement plus rare : 42 % chez les indépendants, 36,5 % chez les salariés »<sup>53</sup>.

Cela explique que les jeunes journalistes alternent souvent plusieurs statuts auprès de différents employeurs, car un seul statut ne leur permettrait sans doute pas une indépendance financière.

Le rythme et la quantité de travail auxquels sont soumis les médias favorisent l'accumulation de ces jobs par les jeunes journalistes. Et c'est principalement la rareté des CDI qui a laissé place au

---

<sup>51</sup> *Id.*, « À l'orée du journalisme, aux marges de ses idéaux » dans *Questions de communication* [En ligne], p. 338.

<sup>52</sup> Olivier Standaert, « À l'orée du journalisme, aux marges de ses idéaux » dans *Questions de communication* [En ligne], p. 338, 2016.

<sup>53</sup> Olivier Standaert, « À l'orée du journalisme, aux marges de ses idéaux » dans *Questions de communication* [En ligne], 2016, p. 338.

travail mesuré à la prestation ou au forfait tels que l'article, la page, le sujet tourné/enregistré et monté, la journée de travail, etc. Intrinsèquement, cette stabilité précaire des modes de rémunération motive les jeunes journalistes à chercher un complément de salaire dans un autre secteur. À côté du Livre Noir des journalistes indépendants, l'AJP avait créé le site « Pigiste, pas pigeon ! » à partir de la même enquête. Plus de cent pigistes avaient répondu, mais ces chiffres n'avaient jamais été publiés. En 2011, l'AJP a entamé le deuxième volet de la campagne et avaient récoltés des données auprès de plus de 150 personnes<sup>54</sup>.

Standaert énonce finalement que l'incertitude du marché du travail journalistique relève autant de paramètres observables que d'une approche psychologique de l'individu. « Les statuts, les candidatures posées et inabouties, sources d'attentes et génératrices de périodes de latence, ainsi que les changements d'employeurs peuvent être interprétés comme les symptômes de l'existence d'une forme d'incertitude »<sup>55</sup>. Ce qui conforte l'idée d'analyser la personnalité des diplômés en journalisme de l'ULiège afin de déceler d'éventuelles différences entre les individus exerçant une carrière dans le journalisme et les sortants du secteur.

---

<sup>54</sup> Association des Journalistes Professionnels : <https://www.ajp.be/pigiste-pas-pigeon/>

<sup>55</sup> *Id. Ibid.*, p. 345.

## Chapitre 2 : La psychologie des journalistes

### 1. Une approche morphologique

Un sociologue français, Gilles Bastin, s'est beaucoup penché sur la situation des journalistes dans *L'approche morphologique des mondes de l'information : modèles et données pour l'analyse séquentielle de la personnalité des journalistes*. Principalement, cet article s'intéresse aux relations identifiables entre analyse du travail des journalistes et analyse de leur trajectoire personnelle. Il réfléchit également aux fondements théoriques pouvant aider à élaborer une approche morphologique de la construction séquentielle<sup>56</sup> de la personnalité des journalistes aujourd'hui.

L'approche morphologique prend ses racines dans la morphologie sociale, traitée dans *De la division du travail social* d'Émile Durkheim (1893). Il s'agit d'une méthode d'analyse se concentrant sur la structure et la forme de la société. Cette méthode a été développée en étudiant les différentes formes de solidarité sociales et Durkheim en identifie deux : la solidarité mécanique ; la solidarité organique. Enfin, il utilise l'approche morphologique pour étudier comment les formes de solidarité influencent la stabilité et la structure sociale.

Ce regard s'explique par l'affaiblissement de la position des journalistes sur le marché du travail contemporain. Bastin recontextualise cette position par :

« Un fort déséquilibre structurel entre offre et demande de travail au détriment de l'offre de travail, un raccourcissement de la durée des carrières individuelles, la concurrence accrue entre amateurs et professionnels, une augmentation des inégalités de rétribution sous l'effet de la dualisation des marchés du travail opposant dans les médias emploi stable protégé, d'un côté, et emploi flexible, pige, auto-entrepreneuriat ou stage de l'autre »<sup>57</sup>.

Bastin se concentre, entre autres, sur le travail du sociologue Max Weber. Celui-ci s'intéressera aux journalistes dès les premières années du 20<sup>ème</sup> siècle. À cette période, les premières formes du

---

<sup>56</sup> La construction séquentielle se concentre sur la manière dont les interactions sociales se déroulent dans un ordre spécifique formant des séquences, elles-mêmes influencées par des normes sociales et des interprétations partagées par les membres d'un groupe.

<sup>57</sup> Gilles Bastin, « L'approche morphologique des mondes de l'information : modèles et données pour l'analyse séquentielle de la personnalité des journalistes » dans *Recherches en communication*, vol. 43, UCLouvain, Louvain-la-Neuve, 2016, p.6.

capitalisme médiatique fondé sur l'extension du marché des lecteurs de journaux et l'industrialisation des processus de production de l'actualité se mettent en place.

« Pour Weber, l'écart entre intérêts "externes" (les contraintes du marché en termes de chances de vie professionnelle ou de gratification du travail) et "internes" des journalistes (les élaborations éthiques qui participent à la construction de leur personnalité) en fait des figures importantes des sociétés modernes, susceptibles de basculer aussi bien dans la pure adaptation aux demandes du marché que dans une forme de résistance à cette production anonyme que seule une conduite de vie guidée par la vocation et soutenue par la possibilité de capitaliser sur son nom peut garantir »<sup>58</sup>.

Finalement, les sciences sociales ont souvent abandonné le champ de la production journalistique pour aller vers la réception, les journalistes et les effets du travail des journalistes. Souvent analysés comme un groupe homogène avec des modes de régulation collective, des valeurs et une identité commune, ce qui intéresse passait à l'arrière-plan, à savoir : l'emploi, la carrière, la *persona*<sup>59</sup>.

Le but de Bastin est de reconstituer les parcours professionnels de journalistes à partir de données rendues publiques par ces derniers sur le réseau social professionnel LinkedIn. Cette méthode repose sur l'interprétation des traces laissées par les individus uniquement – donc, il n'y a aucune possibilité d'intégrer le principal concerné dans sa démarche. Pourtant, l'avis et les explications de l'individu sur son propre parcours peut s'avérer crucial pour la compréhension de celui-ci.

En revanche, de nombreux journalistes utilisent les réseaux sociaux pour leur activité professionnelle. Que cela soit sur LinkedIn, X, Facebook ou même Instagram, partager des éléments de son travail au public sert à se constituer une « vitrine » ou un *curriculum vitae* grandeur nature. Dès lors, les réseaux sociaux « jouent aussi un rôle important de mise en visibilité pour les journalistes dont l'activité est fondée sur la signature de leurs produits dans l'espace public »<sup>60</sup>.

Bastin affirme que cette étude présente cinq avantages : la logique de sélection de la population ne repose pas sur un critère administratif comme la possession de la carte de presse mais sur une logique d'auto déclaration ; le suivi des individus même après qu'ils ont quitté le groupe professionnel pour occuper d'autres emplois ; il est possible de reconstituer les carrières avec un

---

<sup>58</sup> *Ibid.*, p.8.

<sup>59</sup> Latin, de la psychologie analytique de Carl Gustav Jung : Notre personnalité externe, un compromis entre l'individu et la société, comment nous apparaissions en société.

<sup>60</sup> Gilles Bastin, « L'approche morphologique des mondes de l'information : modèles et données pour l'analyse séquentielle de la personnalité des journalistes » dans *Recherches en communication*, vol. 43, UCLouvain, Louvain-la-Neuve, 2016, p.14.

niveau assez fin de grain (jusqu'au mois mentionné sur LinkedIn ; jusqu'au jour mentionné sur Facebook) ; les données existent de façon homogène dans de nombreux pays ; le nombre de journalistes documentant leur profil depuis le début de leur carrière augmente chaque année, offrant des possibilités d'amélioration progressive de la qualité des données offertes<sup>61</sup>.

Les données que le sociologue a récoltées permettent de caractériser chaque activité à partir de la façon dont elle est présentée ainsi que d'autres caractéristiques déduites du profil de carrière. Sont regroupés dans une catégorie *freelance* : à la fois les emplois présentés comme tels, mais aussi ceux qui correspondent à des phases de multiactivité (ce qui est déduit des chevauchements de dates dans le profil LinkedIn). « La part d'activités *freelance* pour les journalistes entrés sur le marché du travail dans les années 1990 dépasse systématiquement les 33%. [...] Ces données permettent aussi de valider le diagnostic d'augmentation de la divergence dans les mondes de l'information. »<sup>62</sup>

En revanche, Bastin nuance en mentionnant trois problèmes à souligner dans cette étude : les données de la CCIJP<sup>63</sup> sont synchroniques et non diachroniques puisqu'elles décrivent l'activité d'un individu au moment où son dossier est constitué ; elles sont par construction dépendantes de la définition que la CCIJP se donne de ce qu'est un journaliste ; les réponses données par les individus aux questions posées sont enfin moins guidées par un enjeu de connaissance que par le désir d'obtenir la carte de presse.

La mesure de l'entropie<sup>64</sup> des trajectoires individuelles leur a permis de mettre en évidence une augmentation de l'incertitude pesant sur ces mêmes trajectoires depuis les années 1980. Il vérifie également une importance accrue des phénomènes de divergence mesurés à la probabilité d'un passage de journaliste à « pas d'activité » ou « autre activité ». « La probabilité de connaître une interruption d'activité pour les journalistes est par exemple passée de 9% pour ceux qui ont

---

<sup>61</sup> Gilles Bastin, « L'approche morphologique des mondes de l'information : modèles et données pour l'analyse séquentielle de la personnalité des journalistes » dans *Recherches en communication*, vol. 43, UCLouvain, Louvain-la-Neuve, 2016, pg. 20-21.

<sup>62</sup> *Id. Ibid.* p. 18.

<sup>63</sup> Commission de la carte d'identité des journalistes professionnels.

<sup>64</sup> Mesure de l'incertitude ou du désordre dans un système.

commencé leur activité dans les années 1980-84 à 19% pour ceux qui l'ont commencée entre 2000 et 2004. »<sup>65</sup>

En bref, cette perspective morphologique conduit à focaliser l'attention sur l'emploi des journalistes plutôt que sur leur travail, et sur les personnes plutôt que sur leurs professions.

« C'est la question de la cohérence de la personnalité des journalistes qui est l'énigme centrale dans des univers régulés par l'incertitude des trajectoires individuelles et où l'on observe plus facilement la carrière des individus que celle de leurs œuvres. »<sup>66</sup>

## 2. Panorama d'études internationales

En Australie, John Henningham explique, dans *The Journalist's Personality: An Exploratory Study*, que très peu d'études ont réellement pris le temps d'étudier la personnalité des journalistes. Convaincu qu'étudier la question permettrait de mieux comprendre les journalistes et leur fonctionnement dans la société, il a mené une étude exploratoire sur un échantillon aléatoire de journalistes en Australie. « Quels types de personnalité prédominent dans le journalisme et comment sont-ils liés aux normes de la population ? La personnalité est-elle liée aux différentes tâches du journalisme ou aux niveaux de réussite ? La personnalité est-elle liée à des valeurs professionnelles ou éthiques ? »<sup>67</sup> sont les questions auxquelles il essaye de répondre.

Il part de stéréotypes récoltés auprès du tout public pour avancer deux hypothèses de travail : H1 = Les journalistes sont plus extravertis que la population générale ; H2 = Les journalistes ne se distinguent pas de la population sur le facteur névrosisme. Pour ces hypothèses, il fait référence à l'un des cinq grands facteurs analysé dans le *Big Five Inventory*<sup>68</sup>. Ce modèle est expliqué dans la partie deux de la présente enquête. Deux cents journalistes ont été tirés au sort à partir de listes de journalistes issus de tous les secteurs médiatiques de tous les États australiens. 173 journalistes en

---

<sup>65</sup> Gilles Bastin, « L'approche morphologique des mondes de l'information : modèles et données pour l'analyse séquentielle de la personnalité des journalistes » dans *Recherches en communication*, vol. 43, UCLouvain, Louvain-la-Neuve, 2016, p. 15.

<sup>66</sup> *Id. Ibid*, p. 20.

<sup>67</sup> John Henningham, "The Journalist's Personality: An Exploratory Study" dans *Journalism & Mass Communication Quarterly*, Association for Education in Journalism and Mass Communication, 1997, pp. 615-624.

<sup>68</sup> Baptiste Lignier, Factor structure, psychometric properties, and validity of the Big Five Inventory-2 facets: evidence from the French adaptation (BFI-2-Fr), 2022.

tout ont participé à l'étude, pour un taux de réponse de 86,5%<sup>69</sup>. Les interviews ont eu lieu en 1994 par téléphone. Les questions étaient tirées d'un questionnaire issu d'une étude plus large menée en 1992, et survolaient les comportements des journalistes face aux problèmes médiatiques, ainsi que leurs positionnements idéologiques et démographiques.

Henningham a utilisé la mesure de la personnalité développée par Hans Jürgen Eysenck<sup>70</sup>. Psychologue britannique d'origine allemande, Eysenck soutient que la personnalité est déterminée par des facteurs biologiques comme la génétique et les processus physiologiques. Dans sa théorie, il pose trois facteurs de personnalité : Extraversion, Névrosisme et Psychotisme. Cette dernière dimension englobe des traits comme l'agressivité, la froideur ou l'impulsivité. Eysenck utilise l'analyse factorielle pour identifier les dimensions fondamentales de la personnalité et se base sur des recherches empiriques.

En comparant les scores obtenus par les journalistes dans la catégorie Extraversion, comparés aux scores obtenus par le reste de la population, Henningham ressort que l'hypothèse 1 est confirmée. Les journalistes se sont révélés un peu plus extravertis que le reste de la population. Les journalistes femmes sont plus extraverties que les hommes, et les jeunes journalistes sont plus extravertis que les plus âgés. En revanche, les journalistes de son échantillon étaient légèrement moins névrotiques que le reste de la population. Cependant, l'écart n'était pas très significatif : il a classé l'hypothèse 2 comme nulle.

De plus, les journalistes australiens ont révélé être de centre-gauche dans leurs tendances politiques et athées dans leurs tendances religieuses. Mais il a constaté que la personnalité n'avait pas réellement de lien avec les idéologies ou la religion. En revanche, Henningham a observé que les journalistes étaient plus susceptibles d'être affecté par des commentaires négatifs adressés par le public.

---

<sup>69</sup> John Henningham, "The Journalist's Personality: An Exploratory Study" dans *Journalism & Mass Communication Quarterly*, Association for Education in Journalism and Mass Communication, 1997, p.619.

<sup>70</sup> EYSENCK J. Hans, "Dimensions of Personality" dans *Explorations in Temperament*, Springer Science+Business Media, New York, 1991.

En Inde, Abha Ballah, et Lakhwinder Singh Kang de l'Université de Guru Kashi, ont tenté d'estimer l'effet des cinq traits de personnalité analysés par le mini-IPIP<sup>71</sup> sur ce qu'ils appellent le work-family balance (WFB). Concrètement, ils ont analysé l'impact de la personnalité de journalistes indiens sur leur capacité à équilibrer leur vie professionnelle au regard de leur vie familiale. Dans leur article *The Role of Personality in Influencing Work–Family Balance Experience: A Study of Indian Journalists*, ils remarquent quatre dimensions au sein du WFB : work-to-family conflict [WFC] ; family-to-work conflict [FWC] ; work-to-family facilitation [WFF] ; et family-to-work facilitation [FWF].

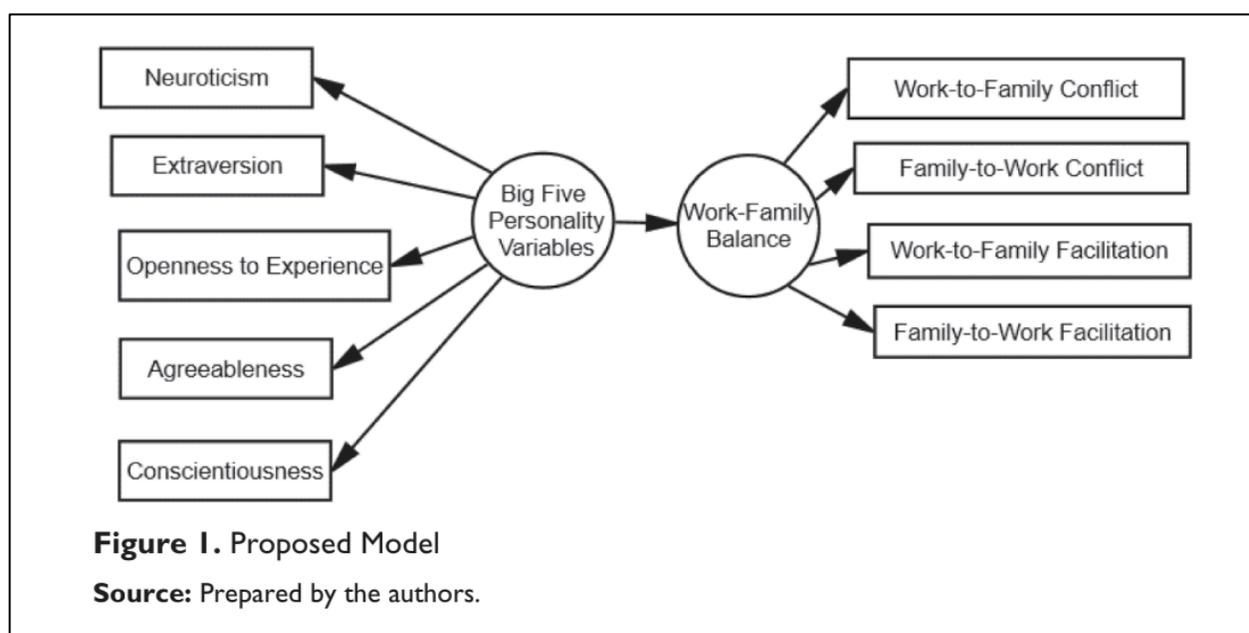


Figure 0 : Modèle proposé par Abha Ballah et Lakhwinder Singh Kang.

« Unexpectedly, conscientiousness did not reduce WFC, given the unpredictable nature of journalism that pressurizes even a conscientious journalist to sacrifice his family life and work lousy hours. Openness behaved like a double-edged sword that escalate both conflict and facilitation experiences. However, extraversion did not increase facilitation experience for journalists. »<sup>72</sup>

Cet article se révèle intéressant en ce que ses auteurs suggèrent que les médias fassent passer des tests de personnalité aux candidats lors d'entretiens d'embauche, afin de s'assurer d'engager les candidats adéquats pour le post pour lequel ils ont postulé. En un sens, ils entendent que cela

<sup>71</sup> Mini-International Personality Item Pool. [Donnellan, Oswald, Baird et Lucas, 2006].

<sup>72</sup> Abha Ballah et Lakhwinder Singh Kang, « The Role of Personality in Influencing Work–Family Balance Experience: A Study of Indian Journalists » dans *Global Business Review*, 21 (4), Guru Nanak Dev University, 2018, p. 3.

permettrait aux employeurs de s'assurer que l'individu arbore les traits de personnalité utiles à la gestion du stress lié à la profession journalistique. Ils concluent en avançant les résultats suivants : les traits de personnalité influencent significativement l'expérience de l'équilibre travail-vie ; les journalistes avec un niveau élevé de névrosisme éprouvent plus de conflits entre travail et vie familiale ; les journalistes ayant un haut niveau d'extraversion et d'ouverture ont une meilleure capacité à équilibrer les deux sphères ; la conscience est également associée à un meilleur équilibre, car elle permet une meilleure gestion du temps.

Du côté des États-Unis, Paul T. Costa et Robert R. McCrae, dans leur étude intitulée *Personality and Vocational Interests in an Adult Sample*, ont fait le choix d'examiner les relations entre les professions et le modèle NEO (Névrosisme, Extraversion, Ouverture)<sup>73</sup>. Ce modèle définit un profil précis de la personnalité basé sur les trois dimensions précitées. Ils sont partis d'un échantillon de 241 hommes et 253 femmes âgées de 21 à 89 ans. Les participants à l'étude étaient membres de l'*Augmented Baltimore Longitudinal Study of Aging*. Il ressort de leur étude :

« *Open men indicate distinctive interest in the occupations of Author, Anthropologist, Free Lance Writer, Journalist and Playwright. Open women choose Free Lance Writer, Author, Independent Research Scientist, Journalist, and Anthropologist.* »<sup>74</sup>

De manière plus générale, leur étude traduit une véritable corrélation entre les facteurs de la personnalité et les professions : certaines vocations professionnelles manifestent toujours l'un ou l'autre facteur en particulier. Les chercheurs nuancent toutefois :

« *Further research, charting the course of both personality and interests, is needed to determine whether vocational interests are the cause or the effect of personality traits, or whether both influence each other. Given the stability of both sets of variables in adulthood, this research would probably need to be begun in childhood or adolescence.* »<sup>75</sup>

Serena Carpenter, Anne Hoag et August E. Grant ont démarré leur recherche avec des jeunes adultes âgés en moyenne de vingt ans dans leur étude *An Examination of Print and Broadcast Journalism Students' Personality Traits*<sup>76</sup>. Pendant six semaines en 2013, ils ont fait passer le Big Five Personality Traits à des étudiants de premier cycle (438 en journalisme audiovisuel et 248 en

---

<sup>73</sup> Paul T. Costa et Robert R. McCrae, « Personality and Vocational Interests in an Adult Sample » dans *Journal of Applied Psychology*, 390-400, 1984.

<sup>74</sup> *Id. Ibid.*, p. 396.

<sup>75</sup> *Id. Ibid.*, p. 397.

<sup>76</sup> Serena Carpenter, Anne Hoag et August E. Grant, « An Examination of Print and Broadcast Journalism Students' Personality Traits » dans *Journalism & Communication Educator*, Vol. 73, pp. 147-166, 2017.

presse écrite) dans trois grandes universités publiques issues de différentes régions aux États-Unis. Les résultats montrent que les étudiants en journalisme audiovisuel ont une haute Extraversion et une haute Conscience. Les étudiants en radiodiffusion étaient plus susceptibles de choisir le journalisme comme diplôme pour des raisons de prestige social, de sport, de reportage et de photographie, tandis que les étudiants en presse écrite étaient plus susceptibles de choisir l'écriture comme motivation principale.

Grâce à cette étude, ils font lumière sur une série de possibilités pour de futures recherches dans le domaine.

*« Research efforts could include assessing what factors shape personality to more precisely determine the internal processes of journalism professionals from both broadcast and print news organizations. Researchers could also determine whether particular positions such as copy editors, reporters, photographers, and producers differ in personalities as well. Other scholars can use this knowledge to predict variables related to ethical decision making, enacted journalistic roles, and job and educational satisfaction. [...] »<sup>77</sup>*

### 3. La théorie du choix vocationnel

Ces chercheurs ont tous admis avoir été inspirés par une théorie pour leur méthodologie : *The Theory of Vocational Choice* (la théorie du choix vocationnel) du psychologue américain John L. Holland<sup>78</sup>. Cette approche psychologique et sociologique reste une des théories les plus utilisées dans le domaine de l'orientation professionnelle. Elle explique comment les individus choisissent leur carrière professionnelle en fonction de leur personnalité.

*« The present theory assumes that at the time of vocational choice the person is the product of the interaction of his particular heredity with a variety of cultural and personal forces including peers, parents and significant adults, his social class, American culture, and the physical environment. »<sup>79</sup>*

À partir de cette expérience, l'individu développe une sorte de processus selon lequel il va opérer des choix. Dans le cadre d'un choix professionnel, l'individu va opérer son choix sur base du processus qu'il a établi, selon une hiérarchie d'importance qu'il a lui-même construite sur base de son expérience.

---

<sup>77</sup> Serena Carpenter, Anne Hoag et August E. Grant, « An Examination of Print and Broadcast Journalism Students' Personality Traits » dans *Journalism & Communication Educator*, Vol. 73, p. 160.

<sup>78</sup> John L. Holland, « A Theory of Vocational Choice » dans *Journal of Counseling Psychology*, Vol. 6, N°1, National Merit Scholarship Corp., 1959.

<sup>79</sup> *Id. Ibid.*, p. 35.

Selon la théorie de Holland, les choix de carrière sont en grande partie déterminés par la personnalité des individus. Il identifie six personnalités de base et chacune correspond à un environnement de travail particulier : *The Motoric Environment* ou *Realistic* (par exemple : fermiers, chauffeur poids lourds), *The Intellectual Environment* ou *Investigative* (par exemple : physicien, anthropologue), *The Supportive Environment* ou *Artistic* (par exemple : professeur, thérapeute), *The Conforming Environment* ou *Social* (par exemple : banquier, secrétaire), *The Persuasive Environment* ou *Enterprising* (par exemple : politicien, vendeur), *The Esthetic Environment* ou *Conventional* (par exemple : musicien, écrivain)<sup>80</sup>.

Selon les critères avancés dans cette théorie, les journalistes (souvent nommés *reporters*) appartiendraient au *Supportive Environment* ou *Artistic*.

« *Persons of this orientation prefer teaching or therapeutic roles, which may reflect a desire for attention and socialization in a structured, and therefore safe, setting. They possess verbal and interpersonal skills. They are also characterized as responsible, socially oriented and accepting of feminine impulses and roles.* »<sup>81</sup>

Holland conclut en proposant d'examiner cette classification des professions et des personnalités de manière plus précise en examinant les professions séparément. Selon lui, si d'autres chercheurs procèdent de la sorte, cela permettrait de vérifier la théorie et d'amener les nuances nécessaires et propres à chaque profession.

---

<sup>80</sup> John L. Holland, « A Theory of Vocational Choice » dans *Journal of Counseling Psychology*, Vol. 6, N°1, National Merit Scholarship Corp., 1959, pp. 35-36.

<sup>81</sup> *Id. Ibid.*, p. 37.

PARTIE 2 :  
APPROCHE MÉTHODOLOGIQUE

La composition professionnelle des diplômés en journalisme de l'ULiège n'a pas encore été établie, et l'analyse de leur personnalité n'a pas encore été étudiée. Existe-t-il des parcours type, à la sortie du Master en Journalism, à finalité spécialisée en Investigation multimédia ? Les personnalités des individus influencent-elles les parcours ? L'objectif de notre recherche est de répondre à ces questions. Et, plus précisément, comprendre si des traits de personnalité précis se retrouvent chez les personnes exerçant une carrière dans le journalisme après avoir suivi ce cursus, ainsi que chez les personnes ayant quitté le monde du journalisme.

Notre enquête se concentre donc sur les trajectoires professionnelles des sortants des études de journalisme à l'ULiège. Nous avons procédé à une approche qualitative hypothético-déductive. Nous avons priorisé les données : l'expérience vécue sur le terrain par les interrogés et les données chiffrées récoltées. Nous avons d'abord procédé à une recherche quantitative avec un questionnaire largement diffusé, et puis à une étude qualitative avec des entretiens approfondis auprès de 40 personnes.

#### **Notre enquête a suivi ces étapes :**

- 1) Octobre 2023 : Sur les réseaux sociaux LinkedIn et Facebook, publication d'un texte dans lequel j'annonce chercher tous les diplômés en journalisme de l'ULiège entre 2001 et 2023. Recensement détaillé, dans un tableau, des noms retrouvés.
- 2) Novembre 2023 : Création d'un questionnaire en ligne sous la forme d'un Google Forms. Celui-ci comprenait des questions sur la personne (nom, prénom, sexe, âge, année de diplôme, nationalité, pays de résidence) ; des questions sur sa carrière professionnelle (vous considérez-vous comme journaliste ou non, quelle profession exercez-vous actuellement, dispose d'une carte de presse ou non, pour quel média travaillez-vous/avez-vous travaillé, etc.) ; une question concernant un éventuel entretien approfondi.
- 3) Novembre 2023 : Prise de contact avec les diplômés retrouvés (via Facebook Messenger, message privé sur LinkedIn, ou e-mail lorsque j'avais une adresse) et envoi du questionnaire en ligne.
- 4) Décembre 2023 – janvier 2024 : Première analyse des réponses reçues, évaluation des profils et choix des critères de sélection des profils élus pour l'entretien approfondi.

- 5) Janvier 2024 : Création d'un carnet d'entretien à suivre lors des entretiens semi-directifs. Ce carnet comprend des questions précises organisées dans un ordre préétabli et est suivi du test de personnalité BFI-2 (Soto & John, 2017).
- 6) Février 2024 : Reprise de contact avec les diplômés choisis pour les entretiens approfondis et fixation du rendez-vous pour l'entretien.
- 7) Mars – avril 2024 : Passation des entretiens.

Avoir le maximum de professions, d'âges et d'expériences générales permettait de représenter au mieux le paysage constitué par les sortants des études de journalisme à l'ULiège. Les critères de sélection pour les entretiens approfondis étaient les suivants : deux personnes par année de promotion et le même nombre de femmes que d'hommes. Donc, un homme et une femme pour chacune des 23 années de promotion. Si ces critères ont tenu tout au long de l'enquête, ils n'ont pas pu être rigoureusement respectés dans chaque cohorte. Nous y reviendrons. Pour cette investigation, trois catégories ont été scindées : les journalistes, les anciens journalistes et les personnes n'ayant jamais été journaliste.

## Chapitre 1 : Identifier les diplômés en journalisme de l'ULiège malgré le RGPD<sup>82</sup>

### 1. La voie administrative : Radius, Apparitorat, Alumni

Notre enquête a débuté par retrouver les diplômés du master en journalisme de l'Université de Liège entre 2001 et 2023. Le service de Récolte et Analyse des Données d'Utilité Stratégique (RADIUS) de l'ULiège a été le premier contacté. La demande était simple : obtenir la liste (nom, prénom et, si possible, un moyen de contact) des diplômés.

La réponse du DPO<sup>83</sup> de l'ULiège était claire :

« Bonjour Madame Hoebeke,

---

<sup>82</sup> Règlement général sur la protection des données.

<sup>83</sup> Délégué à la protection des données.

Du point de vue de la législation relative à la protection de la vie privée (RGPD), votre demande de communication de données pose une difficulté. En effet, les données des (anciens) étudiants ont été exclusivement collectées pour des finalités d'inscription, de gestion du parcours académique et de diplomation. Tout autre traitement de ces données n'est possible qu'à la condition d'identifier un cadre juridique permettant cette utilisation. En l'espèce, l'Université ne m'apparaît pas en mesure de communiquer ces données à des tiers librement ; je ne peux donc remettre qu'un avis négatif sur cette demande. Croyez bien que j'en suis désolé.

Bien à vous,  
Pierre-François Pirlet »

Après avoir insisté, proposant d'envoyer le « Formulaire d'information et de consentement RGPD pour un travail de fin d'étude » ainsi que la « Checklist RGPD pour les promoteurs de mémoire et les mémorants »<sup>84</sup>, les deux documents signés de la main du promoteur, la réponse est restée inchangée.

« Bonjour Madame Hoebeke,

Après discussion avec Monsieur Pirlet, il ressort qu'un document signé par votre promoteur ne permettrait pas de faire avancer la situation. De manière générale, la Cellule RADIUS n'est pas habilitée à donner des informations détaillées. Nous produisons uniquement des rapports qui reprennent des données agrégées, afin de préserver l'anonymat des étudiants et des anciens diplômés. Nous ne pouvons prendre la décision de vous fournir des données « illégalement ».

Nous espérons que vous trouverez un autre moyen de contacter les anciens diplômés.

Bien cordialement,  
Anne-Catherine Lange »

L'apparitorat a été contacté avec la même demande. Ce service gère, entre bien d'autres choses, les programmes annuels d'études (PAE). Cela s'est avéré infructueux également.

« Mademoiselle,

Je ne sais par quel biais vous pensiez contacter ces anciens étudiants. Les données dont je dispose sont leur adresse mail Student et privées. Or, une fois diplômé, l'adresse Student n'est plus effective. Une autre piste serait de les contacter par leur adresse alumni. Je vous invite à contacter ce service qui pourrait vous aider.

A défaut, je vous invite à revenir vers moi et nous réfléchissons à ce qui pourrait être mis en place tout en appliquant la règle RGPD.

Bien à vous,  
Sabine Theunens »

---

<sup>84</sup> Disponibles sur le site ULiège.

Nous avons dès lors abordé le service alumni, chargé d'accompagner les diplômés « tout au long de leur parcours personnel et professionnel »<sup>85</sup>. Nous n'avons jamais reçu de réponse. Nous nous sommes tournés vers une personne de contact à l'apparitorat : nous n'avons plus reçu de réponse non plus.

## 2. L'obstacle du Règlement Général sur la Protection des Données (RGPD)

Chaque jour, nous laissons une trace numérique<sup>86</sup> derrière nous. En s'inscrivant à une newsletter, en demandant une carte de fidélité dans un magasin, ou en s'inscrivant sur un site en ligne. Mais depuis le 25 mai 2018, une réglementation européenne établit la manière dont les services et personnes doivent traiter les données personnelles. Cette réglementation, appelée Règlement Général sur la Protection des Données (RGPD), vise à renforcer la protection des données personnelles des habitants de l'Union européenne.

Le Journal officiel de l'Union européenne<sup>87</sup> du 4 mai 2016 stipule que le RGPD s'applique à toute entreprise, organisation et administration publique traitant des données personnelles de résidents de l'UE, quelle que soit leur localisation. En d'autres termes, l'Université de Liège est concernée par cette réglementation. C'est pourquoi les services d'administration refusaient de divulguer les informations dont nous avons besoin.

Dans le cas de cette investigation, c'est principalement la notion de consentement qui posait problème au DPO de l'ULiège, comme stipulé dans les paragraphes 32 et 33 de l'acte législatif repris dans le Journal officiel de l'Union européenne :

---

<sup>85</sup> Site de l'Université de Liège. [Consulté le 26 avril 2024] : [https://www.uliege.be/cms/c\\_9280689/fr/service-alumni-uliege](https://www.uliege.be/cms/c_9280689/fr/service-alumni-uliege)

<sup>86</sup> Une trace numérique est une empreinte laissée par un individu après avoir visité un site web, après avoir envoyé un message sur un réseau social, après avoir fait un achat en ligne, etc. Pour minimiser notre trace numérique, des solutions sont envisageables. Par exemple, l'application de messagerie Signal et le moteur de recherche DuckDuckGo sont des dispositifs présentant l'avantage de ne pas « tracer » leurs utilisateurs. Nous ne laissons donc pas de trace numérique derrière nous après l'utilisation de ceux-ci. [JENOTTE Alain, Techniques numériques du journalisme, Université de Liège.]

<sup>87</sup> Ce journal est disponible en 24 langues différentes sur le site EUR-Lex, en version HTML ou PDF : <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/FR/TXT/?uri=CELEX%3A32016R0679>

L 119/6 (32) Le consentement devrait être donné par un acte positif clair par lequel la personne concernée manifeste de façon libre, spécifique, éclairée et univoque son accord au traitement des données à caractère personnel la concernant, par exemple au moyen d'une déclaration écrite, y compris par voie électronique, ou d'une déclaration orale.

L 119/6 (33) Souvent, il n'est pas possible de cerner entièrement la finalité du traitement des données à caractère personnel à des fins de recherche scientifique au moment de la collecte des données. Par conséquent, les personnes concernées devraient pouvoir donner leur consentement en ce qui concerne certains domaines de la recherche scientifique, dans le respect des normes éthiques reconnues en matière de recherche scientifique. Les personnes concernées devraient pouvoir donner leur consentement uniquement pour ce qui est de certains domaines de la recherche ou de certaines parties de projets de recherche, dans la mesure où la finalité visée le permet.

Les différents services étaient prévenus qu'une liste de chaque année de promotion avec les noms et prénoms des concernés suffirait. Une fois les personnes retrouvées et contactées, elles auraient donné elles-mêmes – ou pas – leurs informations en répondant au questionnaire ou, le cas échéant, en participant aux entretiens approfondis. Finalement, une nuance propre au type de recherche que nous élaborions apparaît :

L 119/6 (156) Le traitement des données à caractère personnel à des fins archivistiques dans l'intérêt public, à des fins de recherche scientifique ou historique ou à des fins statistiques devrait être soumis à des garanties appropriées pour les droits et libertés de la personne concernée, en vertu du présent règlement. Ces garanties devraient permettre la mise en place de mesures techniques et organisationnelles pour assurer, en particulier, le respect du principe de minimisation des données. Le traitement ultérieur de données à caractère personnel à des fins archivistiques dans l'intérêt public, à des fins de recherche scientifique ou historique ou à des fins statistiques doit être effectué lorsque que le responsable du traitement a évalué s'il est possible d'atteindre ces finalités grâce à un traitement de données qui ne permettent pas ou plus d'identifier les personnes concernées, pour autant que des garanties appropriées existent (comme par exemple la pseudonymisation des données).

La demande de ces données ayant été faite afin de réaliser une enquête dans le cadre d'un mémoire, et, pour des raisons de confidentialité, l'anonymat des intervenants diplômés ayant été conservé, une exception aurait dû être accordée à notre demande. C'est en tout cas ce que nous pensions. En revanche, un expert<sup>88</sup> en RGPD, certifié CIPP/E (Certified Information Privacy Professional/Europe) de l'IAPP (International Association of Privacy Professionals) a nuancé :

« Madame Hoebeke,

Conformément au RGPD, tout traitement de données à caractère personnel doit reposer sur l'une des bases légales imposée par l'article 6 du RGPD. Pour l'Université, le traitement de données concerné consiste en la transmission

---

<sup>88</sup> Pour des raisons qui lui sont personnelles, l'expert a fait la demande de rester anonyme et de ne pas divulguer le nom de son entreprise.

d'informations sur d'anciens étudiants en journalisme à des tiers pour la recherche. Pour effectuer ce traitement, l'Université doit justifier d'une des 6 bases légales du RGPD. En l'espèce, trois pourraient être envisageables :

- Le consentement ;
- L'intérêt public ;
- L'intérêt légitime du responsable de traitement ou d'un tiers.

Cependant, la base légale de l'intérêt légitime nécessite une évaluation rigoureuse, appelée "balance des intérêts", qui consiste à peser les intérêts légitimes de l'Université ou de la personne demandant les données (vous) contre les droits et libertés fondamentaux des personnes concernées (les anciens étudiants). Dans le cas présent, il semble que le DPO de l'ULiège a procédé à cette balance des intérêts et que l'analyse a démontré que les risques potentiels pour la vie privée des anciens étudiants, ainsi que leur droit à la protection de leurs données personnelles, priment sur les intérêts de votre recherche.

Concernant la base légale de l'intérêt public, elle s'applique généralement à des situations où le traitement des données est nécessaire pour l'exécution d'une mission d'intérêt public ou relevant de l'exercice de l'autorité publique (traitements des communes, entités publiques, etc.). Dans le contexte de votre mémoire, il est plus difficile de justifier que la transmission des données personnelles d'anciens étudiants réponde à un intérêt public impérieux.

Il reste donc la base légale du consentement valide pour vous transmettre les informations. Il faudrait donc, avant de vous transmettre les coordonnées, que l'Université demande le consentement à tous les étudiants en journalisme sortis entre 2000 et 2023 ; ce qu'ils pourraient faire mais cela demanderait beaucoup d'efforts (efforts qui pourraient être considérés comme disproportionnés).

De plus, ils peuvent justifier que d'autres approches existent pour contacter les étudiants telles que des approches via des canaux institutionnels ou des annonces publiques sur les réseaux sociaux. C'est certes beaucoup moins efficace pour vous, mais c'est une manière de faire plus conforme aux règles du RGPD. Cela permet à l'Université de se prémunir contre d'éventuelles plaintes d'anciens étudiants qui ne seraient pas d'accord sur la transmission d'informations à des tiers, même pour de la recherche.

En espérant que cela vous éclaire,

**Elisa Zavagné** »

### 3. Méthodes de recherche des diplômés en journalisme de l'ULiège

Une personne, dont nous gardons l'anonymat, a fourni les noms et prénoms des diplômés des promotions 2014 à 2023. Une autre, les noms et prénoms de la promotion 2002. Cela représente onze années de promotion. Il ne restait plus qu'à retrouver les douze manquantes : la reconstitution des promotions s'est faite assez rapidement. Chaque personne recensée sur les listes des onze années de promotion prémentionnées a été contactée. Pour les personnes diplômées entre 2014 et 2023, cette prise de contact s'est faite sur Facebook Messenger ou LinkedIn, puisque seuls leurs noms et prénoms étaient donnés. Pour la promotion 2002 par contre, les numéros de téléphone de chaque personne avaient été communiqués. Ils ont dès lors été contactés par message, leur laissant le choix, comme aux autres, de répondre ou non.

Au fur et à mesure des réponses reçues, nous avons établi un premier tableau de données. Les diplômés partageaient une adresse e-mail de contact, recensée à côté de leur nom, prénom et année de promotion. Plusieurs anciens diplômés retrouvés ont proposé d'envoyer les contacts de leur anciens camarades de classes. Certains avaient tardé à rendre leur mémoire de fin d'études, leur nom apparaissait dès lors dans une année suivante – parfois plusieurs années suivantes. En retrouvant au moins une personne dans chaque année de promotion, celle-ci pourrait ensuite renseigner d'autres personnes, et ainsi de suite. En tout, cette recherche des diplômés en journalisme de l'ULiège aura duré quatre mois.

En conséquence de cette méthode, les listes des diplômés par promotion reconstituées ne sont pas exhaustives. Il est certain que des noms nous ont échappé. Deux raisons expliquent cela. La première : il y a des individus réfractaires aux réseaux sociaux. Leur trace numérique est extrêmement mince, voire inexistante. Difficile alors de les contacter. La deuxième : il y a des individus tout simplement plus discrets. Ces personnes, n'ayant déjà que peu de contacts pendant leurs études, coupent parfois « les ponts » avec leurs anciens camarades. Sans contact, difficile à nouveau de les retrouver.

Certains anciens diplômés contactés sur Messenger n'ont jamais « vu »<sup>89</sup> le message et n'ont jamais répondu. Certains voient le message à l'heure où ces lignes sont rédigées et répondent tout juste. Certains n'ont jamais répondu au message ou message, sans doute par choix. Au total, 328 étudiants diplômés en journalisme de l'ULiège ont été retrouvés, ainsi que le contact de 219 d'entre eux. Après les avoir contacté, 131 individus ont répondu au questionnaire Google Forms, soit un taux de réponse de 59,8%. Parmi les 131 personnes ayant répondu au questionnaire en ligne, 40 ont été vues en entretien approfondi, soit un taux de 32,8%. (Figure 1)

---

<sup>89</sup> Sur Facebook Messenger, l'individu reçoit une « demande de message » lorsqu'une personne n'étant pas amie avec lui sur le réseau social tente de le contacter. Comme les « spams » dans les courriels, c'est une façon de préserver la tranquillité des utilisateurs. Problème : tout le monde ne pense pas à vérifier régulièrement ses demandes. Facebook Messenger a la particularité de laisser apercevoir si l'utilisateur a lu notre message ou non.

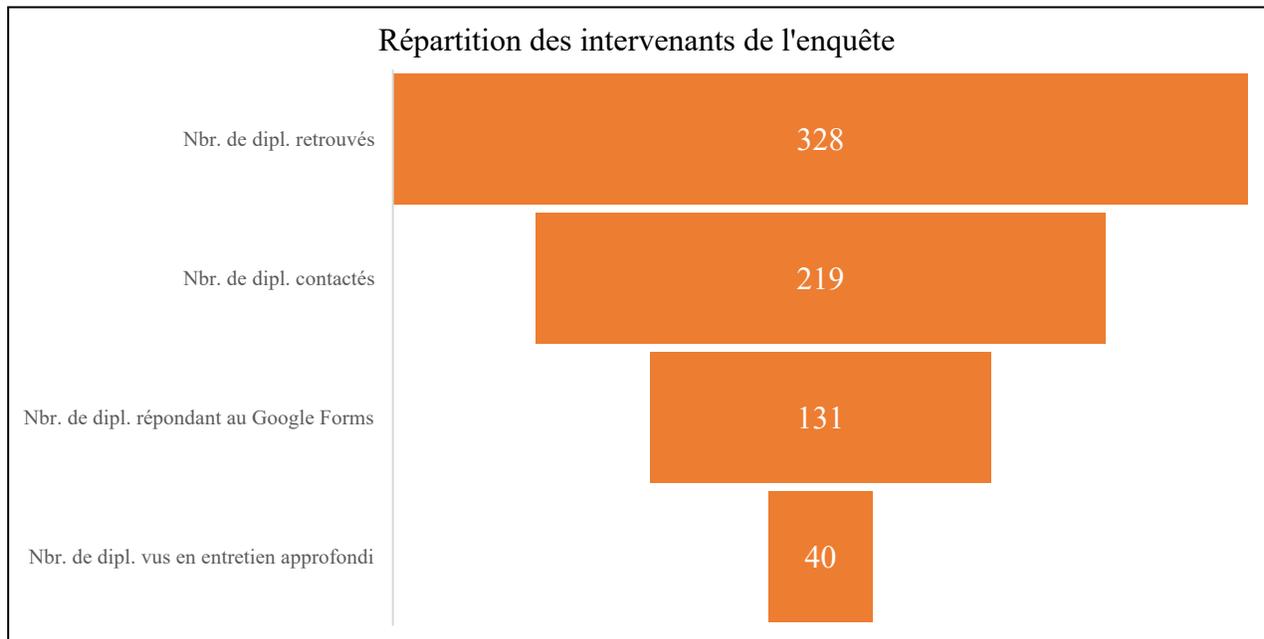


Figure 1 : Répartition chiffrée des intervenants de l'enquête (Nbr. de dipl. = Nombre de diplômés).

## Chapitre 2 : Les étapes de l'enquête

### 1. Le questionnaire

Il était impossible de voir tout le monde en entretien approfondi. Le questionnaire Google Forms a donc été pensé de sorte à récolter le plus de données précises possible en amont des entretiens. Les questions visent à décrire les profils socio-professionnels des répondants, leur parcours académique, leur emploi actuel et passé, la manière dont ils ont accédé à leur emploi respectif, les raisons pour lesquelles ils ont quitté le journalisme ou n'ont jamais essayé d'y entrer le cas échéant, etc. Le questionnaire est consultable en Annexe 2.

#### 1.1. Avantages organisationnels

Pour la présente enquête, l'usage d'un questionnaire Google Forms représentait un moyen simple et efficace de poser les mêmes questions – à quelques différences près – à toutes les personnes dont le contact avait été recensé. La plateforme est gratuite dans sa version de base et très intuitive. La plupart des personnes ayant répondu à l'enquête avaient déjà utilisé ce dispositif, car il devient assez régulièrement utilisé. Nous envoyions le lien du formulaire aux diplômés contactés, et eux n'avaient qu'à cliquer sur le lien pour accéder au formulaire. Finalement, le formulaire généré par cette plateforme peut être rempli depuis n'importe quel appareil disposant d'une connexion internet, offrant un gain de temps considérable puisqu'il est possible de répondre avec son smartphone où que l'on soit, lorsqu'on le souhaite.

#### 1.2. Avantages méthodologiques

Un questionnaire Google Forms est entièrement personnalisable. Il est possible d'ajouter des images, des vidéos, des questions de tous types (choix multiples, question courtes ou longues, échelles de notation, calendrier, etc.). Et, plus important encore, il est possible d'y intégrer des sous-sections dépendant de la réponse du participant. C'est pourquoi tout le monde a répondu au même questionnaire à quelques différences près. Une personne n'ayant jamais été journaliste ne répondra pas répondre aux questions liées à l'exercice de métier de journaliste. Une personne

répondant « non » à la question « Vous considérez-vous, à l'heure actuelle, comme journaliste professionnel·le ? » ne recevait alors pas les mêmes questions qu'une personne ayant répondu « oui ».

Un second avantage est la collecte et l'analyse des données, directement générées par la plateforme. Une fois les réponses collectées, Google Forms fournit automatiquement un fichier tableur reprenant les données brutes, ainsi que des outils permettant d'analyser les données, comme des graphiques ou des tableaux. Il est évident qu'il ne suffit pas de se fier à cela seulement, mais cette première mise en forme des résultats facilite leur analyse. Enfin, Google Forms est sécurisé, protégeant les données des utilisateurs des regards extérieurs, et ce y compris le chiffrement des données et la gestion des autorisations d'accès. Dans une enquête où l'anonymat des intervenants est nécessaire, c'était indispensable. Toutefois, Google collecte nos données lorsque nous utilisons leurs services. Leur politique de confidentialité est longue et stipule explicitement les données qu'il collecte et pourquoi il les collecte<sup>90</sup>.

## 2. Les entretiens

Les entretiens ont été organisés en deux temps. La première partie consistait en un document de cinq pages reprenant trente questions ouvertes. La deuxième partie consistait en la passation du test de personnalité BFI-2 (*Big Five Inventory 2* – Soto & John, 2017).

### 2.1. Carnet d'entretien

Le carnet d'entretien est divisé en trois parties distinctes : les études ; la carrière professionnelle ; et la personnalité (Annexe 3). L'objectif, en posant ces questions, était d'avoir un aperçu global parcours personnel et professionnel de chaque individu passant l'entretien. Les questions étaient pensées en fonction des réponses reçues au Google Forms.

---

<sup>90</sup> Politique de confidentialité Google : [https://www.gstatic.com/policies/privacy/pdf/20240328/kqt85t47/google\\_privacy\\_policy\\_fr-CA\\_eu.pdf](https://www.gstatic.com/policies/privacy/pdf/20240328/kqt85t47/google_privacy_policy_fr-CA_eu.pdf)

La première partie –les études – tentait de retracer leurs parcours lors du master en journalisme à l’ULiège. L’objectif était de savoir pourquoi ils avaient choisi des études de journalisme, si les expériences de stages ou de cours spécifiques les ont influencés dans leur choix de carrière professionnelle, s’ils ont eu l’impression de ne pas être assez préparés au monde professionnel, etc.

La deuxième partie –la carrière professionnelle – visait aussi bien leur choix de carrière que la mentalité avec laquelle ils se sont lancés dans la « vie active ». Parmi une série de critères, il leur a été demandé de sélectionner les trois qui leur avaient semblé primordiaux lors de leur choix de carrière. Il leur a aussi été demandé s’ils avaient dû passer outre leur valeurs personnelles lorsqu’ils étaient journalistes, ou s’ils ont déjà dû rappeler les limites de leur disponibilité à leur employeur.

La troisième partie – la personnalité – était plus minime. Elle amorçait le test de personnalité. Il leur a, entre autre, été demandé si leur santé mentale avait déjà été affectée par la profession de journaliste, s’ils considèrent le métier de journaliste comme un métier-passion, et d’exemplifier.

## 2.2. Test de personnalité

Faire passer un test de personnalité lors des entretiens était indispensable pour répondre aux questions « Un (ou plusieurs) trait de personnalité se retrouve-t-il chez les journalistes ? Et chez les personnes ayant quitté le journalisme ou n’ayant jamais été journaliste ? ». Michel Hansenne, professeur ordinaire à la Faculté de Psychologie et spécialisé en psychologie de la personnalité et des différences individuelles, a recommandé le test BFI-2 (*Big Five Inventory* version 2).

Ce test de personnalité américain révisé par Soto & John, présente la particularité de mettre en lumière les **cinq grands axes**, les cinq grandes dimensions constituant la personnalité d’un individu (Plaisant, *et al.*, 2021). Aussi appelés sous l’acronyme OCEAN, ces cinq facteurs sont : l’Ouverture, la Conscience, l’Extraversion (ou émotivité positive), l’Agréabilité et le Névrosisme (ou émotivité négative).

L'**ouverture** est une dimension de style cognitif<sup>91</sup> distinguant les personnes imaginatives et créatives des personnes plus conventionnelles. Une personne ayant un score élevé dans cette dimension est considérée « ouverte » : elle est curieuse intellectuellement, apprécie la beauté et l'art, et a tendance à être plus consciente de ses sentiments. Les personnes considérées comme « intellectuelles » ont généralement un score élevé dans cette dimension. Les personnes présentant un score faible dans ce facteur préfèrent les choses franches et évidentes.

La **conscience** concerne la manière dont nous contrôlons nos réactions. Une personne ayant un score élevé dans ce facteur réagit avec une forme d'intelligence de situation : elle pense aux conséquences avant d'agir, elle n'est pas impulsive. À l'inverse, une personne ayant un score faible dans cette dimension est plutôt spontanée et impulsive. Ce n'est pas forcément quelque chose de négatif : les individus spontanés peuvent être vus comme dynamiques par les autres.

L'**extraversion, ou émotivité positive**, concerne un engagement vers le monde externe. Une personne présentant un score élevé dans cette dimension est extravertie : elle prend plaisir à être avec les autres, elle a beaucoup d'énergie et voit les expériences comme des occasions de vivre des émotions positives. Cela concerne souvent les personnes bavardes, qui aiment prendre de la place dans un groupe et se faire entendre. Une personne ayant un score faible, en revanche, est introvertie. Elle a tendance à être discrète et calme. Attention, ce n'est pas forcément de la timidité : un introverti aime simplement son indépendance et sa réserve.

L'**agréabilité** est un facteur intéressant en ce qu'il reflète les différences individuelles concernant la coopération et l'harmonie sociale. Une personne avec un score élevé est dite « agréable » : elle sait comment faire avancer les autres, elle est prévenante, amicale, généreuse. Elle peut parfois même confondre son intérêt avec celui des autres. Une personne avec un score faible a tendance à placer son intérêt avant celui des autres. Elle ne se sent pas forcément concernée par les autres et a moins tendance à rendre service. Elle peut être perçue comme peu amicale.

Le **névrosisme, ou émotivité négative**, est relatif à la gestion des émotions. Une personne au score élevé dans ce facteur a tendance à réagir sous le coup de l'émotion. Elle est émotionnellement

---

<sup>91</sup> Relatif à l'acquisition de connaissances.

réactive : elle a des réaction plus intenses. Cela peut concerner des personnes réfléchissant trop ou surinterprétant des évènements ou paroles. Ce mode de fonctionnement peut diminuer la capacité à penser clairement et faire face au stress. Un faible score, en revanche, indique une personne moins facilement contrariée. Elle a tendance à être plus calme et détendue et éprouve rarement des sentiments ou pensées négatives. Attention, l'absence de sentiments négatifs ne signifie pas forcément que ces scores faibles en névrosisme éprouvent beaucoup de sentiments positifs (eux étant mesurés par le facteur d'extraversion).

Le Professeur Hansenne a recommandé ce test car il permet d'en apprendre davantage sur les individus et leurs réactions émotionnelles ou comportementales dans plusieurs situations. Dans une perspective clinique, connaître le type de personnalité des individus permet d'orienter leurs actions et comportements vers ce qui est réellement important et prioritaire pour eux (Lignier, 2022). Autrement dit, ce test permet d'avoir une idée de l'impact des traits de la personnalité sur le choix de carrière des individus.

En réalité, le test BFI-2 de Christopher J. Soto et Oliver P. John est la deuxième version, révisée et précisée, du test BFI-1 d'Oliver P. John, E. M. Donahue et R. L. Kentle. Dès 1991, les trois chercheurs ont développé un inventaire évaluant les cinq facteurs cités plus haut à l'aide de 44 *items*<sup>92</sup>, mais des recherches ultérieures ont démontré que ces facteurs peuvent « regrouper plusieurs composantes ou facettes avec une validité discriminante et prédictive élevée »<sup>93</sup>. Le duo Soto & John a alors développé une nouvelle version du BFI, permettant d'évaluer quinze facettes en plus des cinq facteurs précités à l'aide de soixante *items*. Le test a été traduit et validé en danois, allemand, français, néerlandais, russe et slovaque.

La Figure 2 offre une vue d'ensemble des cinq dimensions ainsi que les 15 facettes qu'elles recouvrent dans la version 2 du BFI<sup>94</sup> :

---

<sup>92</sup> *Item* est un anglicisme tiré des sciences signifiant « élément » ou « unité ». Ici, *items* = questions.

<sup>93</sup> Baptiste Lignier, Factor structure, psychometric properties, and validity of the Big Five Inventory-2 facets: evidence from the French adaptation (BFI-2-Fr), p. 1, 2022.

<sup>94</sup> Fabien Beltrame, Fiche pédagogique : le test de personnalité selon le modèle des Big Five, 2024, p. 7. [En ligne].

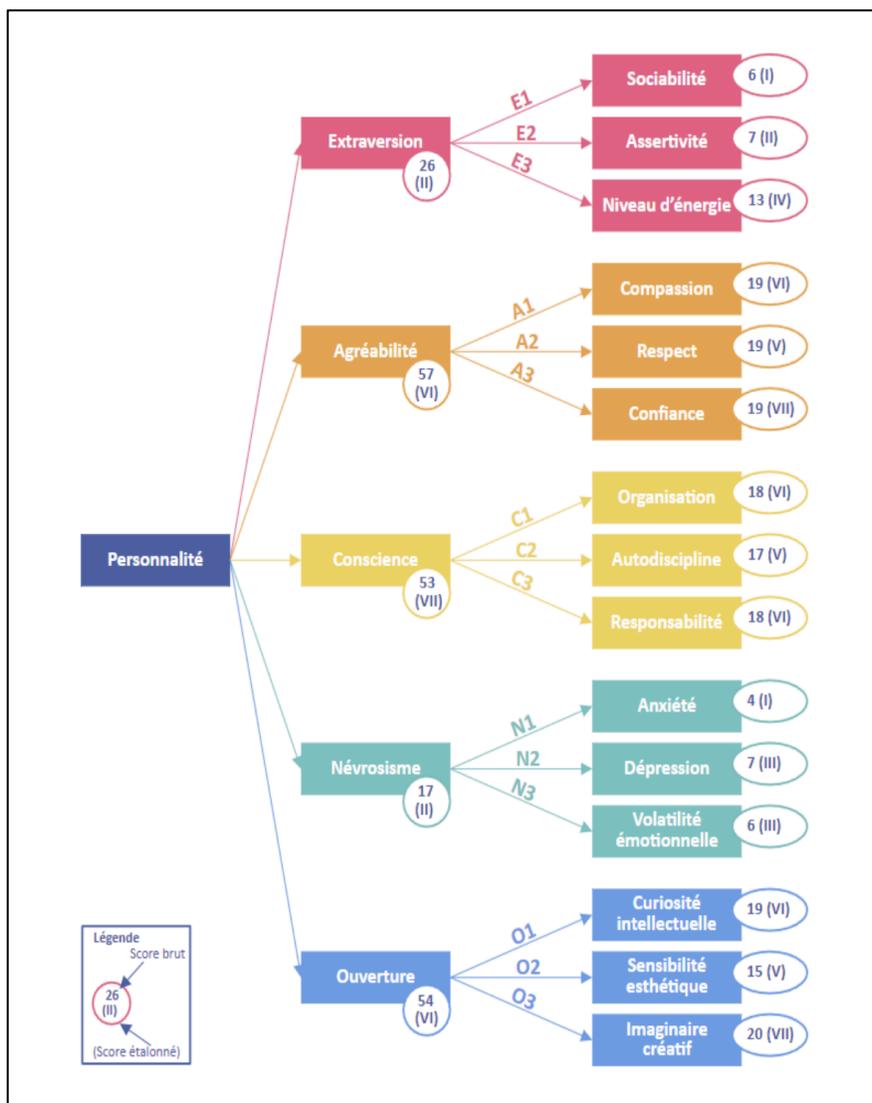


Figure 2 : Les cinq dimensions de la personnalité et les facettes qu'elles recouvrent.

Le test BFI-2 se compose de soixante questions auxquelles les individus répondent en utilisant une échelle de Likert<sup>95</sup> en cinq points allant de « Désapprouve fortement » à « Approuve fortement ». Il évalue les quinze facettes imbriquées dans les cinq grands traits. Chaque facette est évaluée avec quatre questions revenant toutes les quinze questions, dont deux sont formulées positivement et deux sont formulées négativement. La Figure 3 offre un exemple issu du test vierge relatif à une facette.

<sup>95</sup> Aussi appelée « échelle de satisfaction », elle est composée de cinq ou sept points couvrant toutes les opinions allant d'un extrême à l'autre.

	1	2	3	4	5
	Désapprouve fortement	Désapprouve un peu	N'approuve ni ne désapprouve	Approuve un peu	Approuve fortement
	<b>Je suis quelqu'un qui...</b>				
15.	Est inventif, trouve des solutions astucieuses pour faire les choses				
30.	Est peu créatif				
45.	N'a pas beaucoup d'imagination				
60.	Est original, trouve de nouvelles idées				

Figure 3 : Extrait du test BFI-2 vierge.

À chaque réponse donnée aux questions du test, les individus « marquent des points » dans les cinq grands facteurs, le minimum de la note brut dans chaque facteur étant 12 et le maximum étant 60. Pour les facettes, le minimum de la note brut est 4 et le maximum est 20. Cette note brute est alors transformée en note standard selon un étalonnage en 7 classes. Lors de l'analyse (chapitre 3) des résultats obtenus, sur recommandations du Professeur Michel Hansenne, seules les notes brutes seront prises en compte.

Dans la présente enquête, pour chaque test BFI-2, les réponses des participants ont été encodées dans un programme analysant systématiquement les réponses envoyées<sup>96</sup>. Le site internet français Département orientation : « outils gratuits d'aide à l'évolution professionnelle et l'orientation scolaire pour les professionnels de l'accompagnement »<sup>97</sup> propose cela. Il s'agit d'un site internet offrant une panoplie de questionnaires pour auto-évaluer son niveau de maîtrise des compétences et, dès lors, s'orienter vers une carrière professionnelle suivant les résultats. Il propose aussi une recherche de fiche ROME (référentiel conçu par France Travail). Chaque test proposé sur le site renvoie à une série de documents scientifiques recontextualisant le test également.

Le site présente l'avantage de fournir un graphique montrant la répartition des cinq grands facteurs chez chaque individu ainsi qu'une explication de la signification de chaque score pour chaque

<sup>96</sup> [http://deporientation.free.fr/BFI-2-Fr/BFI-2-Fr\\_Consigne.php](http://deporientation.free.fr/BFI-2-Fr/BFI-2-Fr_Consigne.php)

<sup>97</sup> <http://deporientation.free.fr/>

facteur. C'est très visuel, et les intervenants de l'enquête demandant leurs résultats pouvaient interpréter facilement le graphique. En-dessous du titre du graphique, se trouve un rectangle coloré. La couleur du rectangle correspond à la couleur du facteur dominant chez l'individu. La Figure 4 montre un exemple de ce graphique. Le rectangle de couleur en haut du graphique montre la couleur du facteur le plus élevé chez l'individu.

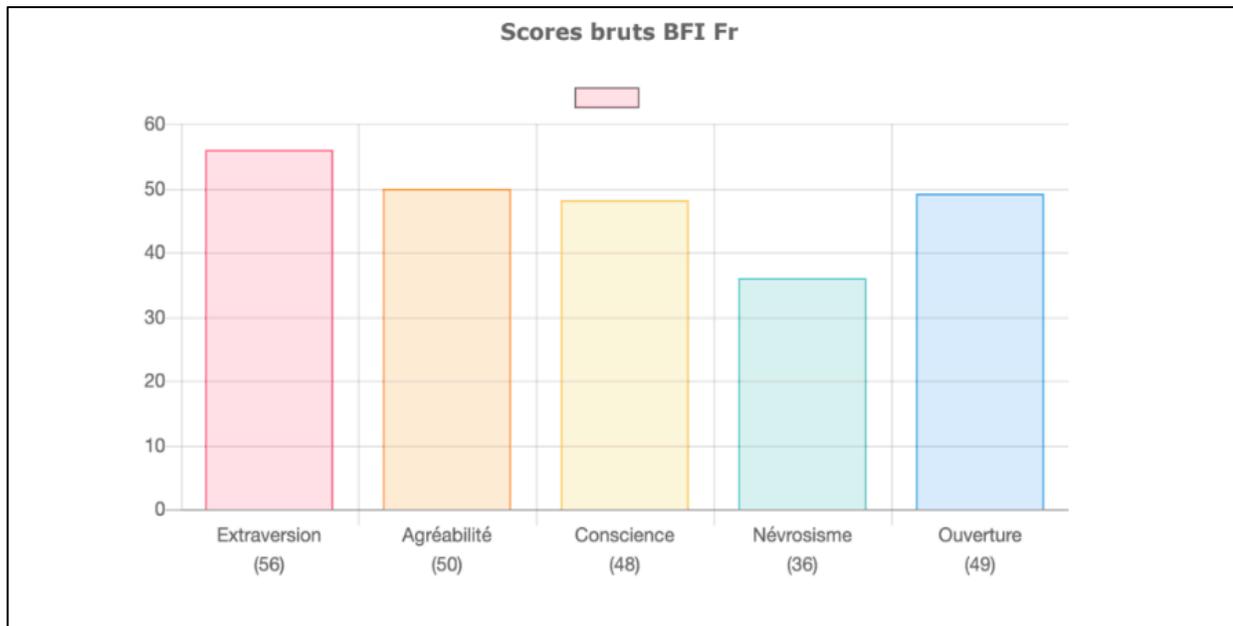


Figure 4 : Résultats tirés de l'entretien n°35.

### 2.3. Les entretiens semi-directifs

L'entretien semi-directif permet de poser de nouvelles questions lors des entrevues si besoin, rendant les rendez-vous avec chaque individu plus ciblés en fonction de leur profil. Chaque personne a passé le même entretien de base, mais chaque parcours est différent. Dès lors, si poser une question supplémentaire propre au parcours de l'individu était nécessaire, ces entretiens nous le permettaient. Dans le cas de cette enquête, l'entretien semi-directif se présente comme le plus adapté car il « s'organise dans un cadre strict (l'enquêteur connaît les points précis qu'il désire aborder) qui conserve un principe de liberté de parole (l'enquête se déroule dans un climat de confiance et de souplesse) ».<sup>98</sup>

<sup>98</sup> Université Libre de Bruxelles, *Petit guide de méthodologie de l'enquête*, 2015.

Quarante entretiens ont été réalisés. Les trois premiers étaient des « tests » : ils ont eu lieu exactement dans les mêmes conditions que tous les suivants, mais l'expérience de ces trois premiers a servi à ajuster au besoin le carnet d'entretien ou la méthode de prise de contact avant de continuer l'enquête. Il leur a été demandé s'ils avaient des remarques. La première participante a recommandé de préciser dans le courriel précédent l'entretien que certaines questions aborderont les thématiques de santé mentale et physique. Un autre individu a recommandé d'ajouter une possibilité de choix parmi les critères à sélectionner lors de leur choix de carrière. Cela permet d'avancer le deuxième avantage de ce type d'entretien : il était possible de « recalibrer » ou préciser les questions pour la suite.

### 2.3.1. Critères de sélection pour les entretiens semi-directifs

Pour cette enquête, trois catégories d'individus ont été dessinées : les journalistes, les anciens journalistes et les personnes n'ayant jamais été journaliste (jamais-journalistes). L'objectif est d'essayer de comprendre si des traits de personnalité se distinguent parmi ces groupes.

Il a été particulièrement difficile de retrouver les diplômés en journalisme de l'ULiège des années 2000 et 2008. Pour des raisons encore inconnues, l'année 2008 de promotion n'a jamais été mentionnée ni dans les réponses du Google Forms, ni dans les entretiens passés. Concernant l'année 2000, quelqu'un avait mentionné être diplômé en 2000 dans le Google Forms, mais il a mentionné durant l'entretien s'être trompé et avoir reçu son diplôme en 2001.

La liste des diplômés du département Information et Communication pour ces deux années a finalement été communiquée. Avant 2015, il n'existait pas de master en journalisme à finalité spécialisée en investigation multimédia. Il existait le master en information et communication à finalité spécialisée en journalisme, aux côtés de la finalité spécialisée en anthropologie, de la finalité spécialisée en sociologie, et de la finalité spécialisée en arts du spectacle. La liste des diplômés reprenaient ces différents masters, et chaque personne sur cette liste a été contactée, en espérant retrouver les diplômés en journalisme. Ce fût un échec. Sans doute n'y a-t-il pas eu de réponse pour les mêmes raisons mentionnées plus haut ; pas l'envie, pas de temps, ou pas vu le message.

Il est arrivé, pour quelques promotions, de recevoir une réponse uniquement de femmes ou uniquement d'hommes. Dès lors, la volonté de voir en entretien une femme et un homme de chaque année de promotion s'est avérée être irréalisable. Les années 2006, 2007, 2012, 2015 et 2020 ne comprennent des entretiens qu'avec des femmes. Les années 2002, 2009 et 2021 ne comprennent des entretiens qu'avec des hommes. En tout, 22 femmes et 18 hommes ont été consultés.

### 2.3.2. Déroulement des entretiens semi-directifs

Tous les rendez-vous ont été fixés entre le 26 février 2024 et le 5 avril 2024. Chaque personne entretenue a suivi exactement le même entretien, avec les mêmes questions, le même test de personnalité, dans le même ordre et selon le même laps de temps. Tous les entretiens ont eu lieu en visioconférence, sauf deux – ceux-ci ont eu lieu au Grand Poste Media Campus. Au départ, il était systématiquement proposé aux individus de les rencontrer. Mais par manque de temps, ou simplement par souci logistique, ils demandaient de faire cela par téléphone. La visioconférence était cependant la solution la plus pertinente : elle permettait de discuter en face à face avec les concernés sans « intrusion » chez eux ou les faire se déplacer.

Les entretiens se sont déroulés de la sorte :

- 1) Prise de contact avec la personne et fixation du rendez-vous ;
- 2) Par email : envoi de la confirmation de rendez-vous (avec date, heure, et lien de la visioconférence), du carnet d'entretien, du test de personnalité, et des consignes à suivre (Annexe 4).
- 3) Par email : retour des documents (questions ouvertes et test de personnalité) complétés par les concernés.
- 4) Lecture de leur carnet d'entretien complété et prise de note des questions supplémentaires en fonction de leurs réponses.
- 5) Entrée des réponses données au test de personnalité sur le site Département orientation et enregistrement du graphique affichant les résultats.
- 6) Première analyse du graphique sorti du test de personnalité.
- 7) Passation de l'entretien – entre 20 et 45 minutes en moyenne.
- 8) Envoi des résultats du test de personnalité aux concernés et remerciements.

Le carnet d'entretien comprenant cinq pages de questions demandant réflexion, il a été envoyé aux individus en amont des rendez-vous pour qu'ils prennent le temps de compléter le document. Poser les questions en direct afin d'obtenir leurs réponses « sur le vif » était envisageable. Cela aurait notamment été intéressant pour jauger leur réponse selon les cinq facteurs du test de personnalité et observer directement si leur réponse correspondait à ce qui ressortait du test de personnalité. Mais leur envoyer en amont a permis de revenir plusieurs fois sur leurs réponses au carnet d'entretien si besoin. Ils ont pu prendre le temps de réfléchir à des exemples et nuancer leur propos. Ainsi, la plupart des interrogés ont renvoyé un document de huit pages ; certains ont rendu jusqu'à douze pages. En conséquences : beaucoup de lecture, mais surtout beaucoup de données pertinentes qui n'auraient pas été récoltées en posant les questions « sur le vif ».

Lorsque les entretiens étaient passés, le procédé était toujours le même : remise au propre de la prise de note des réponses données aux questions supplémentaires ; première mise en relation des réponses données au carnet d'entretien avec les résultats du test de personnalité. Afin de préserver l'anonymat des interrogés, et par facilité pour les lecteurs de ce mémoire, chaque entretien a été numéroté. Tous se sont vus attribuer un nombre entre un et quarante, dans l'ordre dans lequel ils ont été contactés.

### Chapitre 3 : Hypothèses liées au test de personnalité BFI-2

Le BFI-2 est un test de personnalité américain, traduit et validé en français, comprenant soixante questions et nécessitant environ dix minutes pour être complété. Il présente la particularité de mettre en lumière cinq grands axes constituant la personnalité d'un individu (Plaisant, *et al.*, 2021). Aussi appelés sous l'acronyme OCEAN, ces cinq facteurs sont : l'Ouverture, la Conscience, l'Extraversion (ou émotivité positive), l'Agréabilité et le Névrosisme (ou émotivité négative). Les cinq facteurs sont expliqués en détail dans la partie 3 : Méthodologie également.

Les cinq facteurs analysés dans le test BFI-2 ont émergé de décennies de recherche en psychologie de la personnalité, mais les travaux initiaux tiennent de Gordon Allport et Henry Odbert (1936). Ils ont mené une étude lexicale en relevant, dans un dictionnaire anglais, tous les termes décrivant la personnalité. La liste complète comptait presque 18 000 termes permettant de distinguer le comportement d'une personne. Ils ont identifié quatre catégories principales : les traits de personnalité (par exemple : courageux) ; les états temporaires (par exemple : effrayé) ; les jugements de conduite (par exemple : respectable) ; les caractéristiques physiques (par exemple : fort), les talents (par exemple : habile) et les capacités (ne pouvant être inclus dans aucune des autres catégories). En procédant de la sorte, ils se sont rendu compte que les distinctions entre les classes étaient arbitraires et devaient être abolies. Par la suite, de nombreux chercheurs ont tenté de trouver une solution : Chaplin, John et Goldberg (1988) ; Cattell (1943) ; Fiske (1949) ; ou encore Norman (1949). Finalement, Soto & John clarifieront les choses avec le modèle BFI<sup>99</sup>.

Lors de notre recherche, les diplômés avec qui nous sommes entretenus seront classés en trois catégories : les journalistes professionnels, les anciens journalistes (les personnes qui ont quitté la profession) et les jamais-journalistes (les personnes n'ayant jamais exercé la profession). Dans la présente enquête, nous avançons deux hypothèses au regard des résultats au test BFI-2 : H1 = Les Journalistes Professionnels présentent un facteur plus prépondérant que les deux autres groupes ; H2 = Les journalistes ne présentent aucun facteur plus prépondérant que les deux autres groupes.

---

<sup>99</sup> Odile Plaisant, et al., « Histoire des Big Fives : OCEAN des cinq grands facteurs de la personnalité. Introduction du Big Five Inventory français ou BFI-Fr » dans *Annales Médico-Psychologiques*, N°168, 2010.

**PARTIE 3 :**  
**RÉSULTATS**

## Chapitre 1 : Le questionnaire en ligne

### 1. Sexe, nationalité et pays de résidence

Pour 131 réponses, nous retrouvons 67 femmes, 63 hommes, et une personne s'identifiant comme X (Annexe 5). En ce qui concerne la nationalité des diplômés, la répartition se fait comme suit : 117 Belges, 9 Français, 2 Espagnols, 1 Allemand, 1 Marocain, et 1 Portugais (Annexe 6). Le pays de résidence majoritaire pour les diplômés reste la Belgique, mais certains Belges ont décidé de s'expatrier. Ainsi, les chiffres montrent 115 Belges restés en Belgique, deux en Allemagne, deux en Suisse, deux au Luxembourg, un en Pologne, et un en France (Annexe 7).

### 2. Professions

Sur 131 personnes, 98 (74,8%) diplômés en journalisme de l'ULiège ne sont, à l'heure actuelle, pas journalistes. 33 (25,2%) exercent en revanche la profession. Parmi les 98 non-journalistes actuels, 54 (41,3%) n'ont jamais pratiqué le métier ; les 44 (33,5%) autres ont quitté la profession.

#### 2.1. Les journalistes (n=33)



Figure 5 : Répartition des journalistes et des non-journalistes parmi les diplômés.

Parmi les 33 journalistes, 20 (60,6%) sont journalistes indépendants et 13 (39,4%) sont salariés en CDI ou CDD ; 28 (84,8%) sont journalistes à temps plein ; et 5 (15,2%) exercent la profession à temps partiel. Au sein de ces cinq derniers, 2 sont totalement dépendants des piges qu'ils effectuent et sont obligés de trouver une autre profession à côté du journalisme pour subvenir à leurs besoins.

« Je ne saurais pas donner mon pourcentage ETP, cela dépend des piges que l'on me propose et des sujets qui me sont acceptés. Par exemple : au mois de janvier, j'ai eu treize dates à la RTBF. Mais on ne m'en a proposé aucune pour le mois de février. »

Propos tirés du formulaire n° 106. Diplômé en 2013.

23 (70%) possèdent une carte de presse délivrée par l'Association des Journalistes Professionnels (AJP). 10 (30%) n'en possèdent pas, pour diverses raisons : le média pour lequel ils travaillent ne la requière pas ; ils ne sont pas journalistes à titre principal ; ils sont jeunes journalistes et n'ont pas encore accumulé les deux années entières en tant que journaliste à titre principal requises pour demander une carte de presse ; leur dossier n'a pas encore été évalué par la commission consultative<sup>100</sup> ; ou ils n'ont simplement pas encore reçu la décision de la commission d'agrégation au moment de répondre au questionnaire – celle-ci prenant en moyenne deux mois avant de rendre son verdict.

La RTBF, L'Avenir et SudInfo sont les plus gros employeurs, suivis par RTL, RTC Télé Liège et Le Vif/L'Express. Le graphique ci-dessous donne une représentation de la répartition des divers médias pour lesquels notre échantillon de journalistes diplômés en journalisme de l'ULiège travaillent actuellement ou ont travaillé. Certains ont travaillé pour plusieurs médias différents – simultanément ou non. Cela explique que le total des données de ce graphique est supérieur au nombre de journalistes (33).

---

<sup>100</sup> Celle-ci se réunit trois fois par an : en février, en juin et en octobre. Association des Journalistes Professionnels [consulté le 1<sup>er</sup> mai 2024] : <https://www.ajp.be/journaliste-professionnel/>

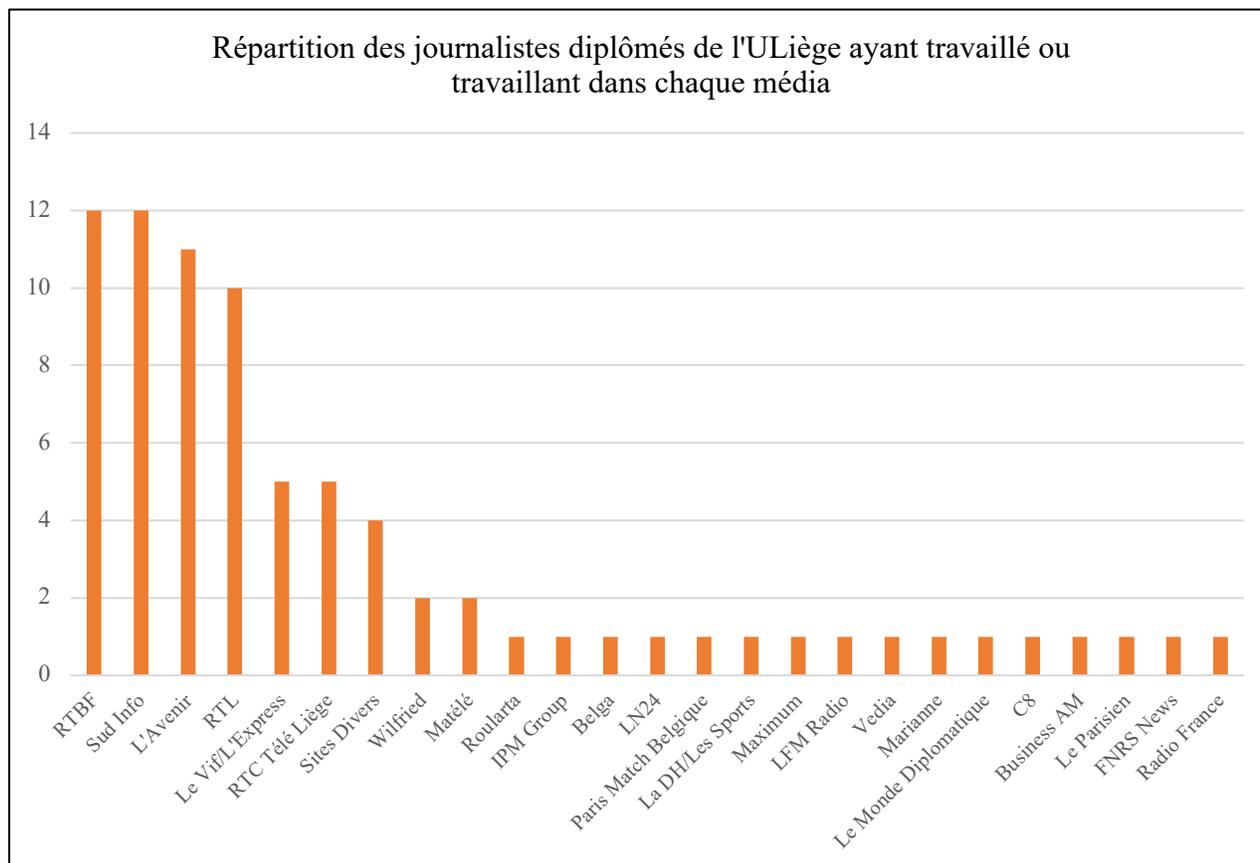


Figure 6 : Répartition des médias pour lesquels les diplômés en journalisme de l'ULiège travaillent.

La catégorie « Sites divers » contient des médias en ligne. Il s'agit de journalistes spécialisés dans un domaine et rédigeant principalement des articles de vulgarisation scientifique. Ainsi, cette catégorie concerne : l'actualité juridique, les paris en ligne, le football, et les sciences.

Seules 3 personnes (9,9%) parmi ces 33 n'ont jamais exercé une autre profession que le journalisme. Ils sont issus des promotions : 2001, 2004 et 2006. Deux sont salariés, un est indépendant. 30 (90,1%) ont dû, à un moment ou à un autre, exercer une autre profession afin d'avoir un temps plein ou simplement afin d'avoir de quoi payer les factures. Le graphique ci-dessous représente les principaux autres secteurs dans lesquels certains journalistes ont travaillé en parallèle à leur carrière de journaliste. Certains n'ont pas désiré expliquer dans quel autre secteur ils ont travaillé. C'est pourquoi le nombre total représenté par ce tableau est 21 et non 30 comme le nombre de journalistes concernés par le sujet.

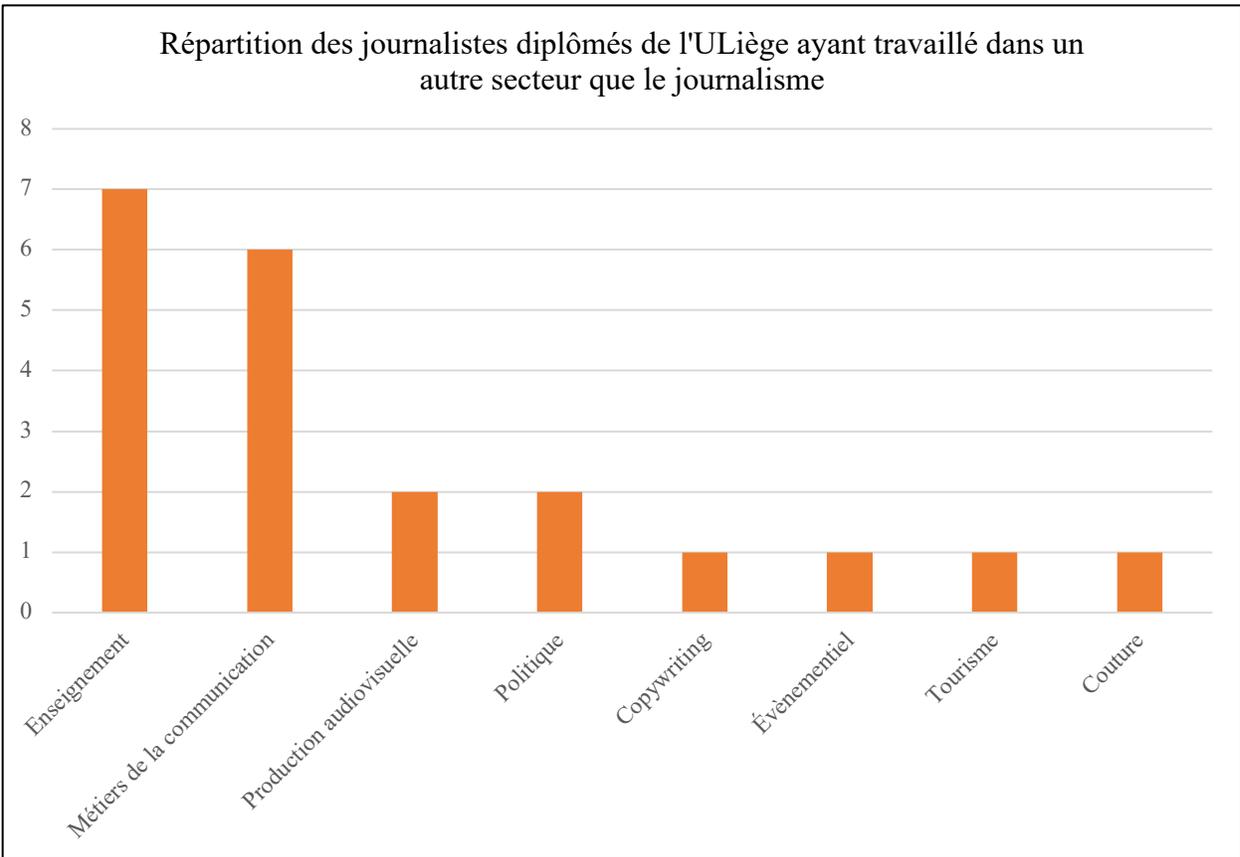


Figure 7 : Répartition des autres secteurs dans lesquels les diplômés en journalisme ont travaillé.

L'enseignement et les métiers de la communication sont les secteurs les plus récurrents. Cela contredit quelque peu les propos de Ségolène Frisque dans son étude *Précarisation du journalisme et porosité croissante avec la communication*. Considéré comme plus stable, le milieu de la communication attirent car les possibilités d'emplois y sont plus nombreuses et, à termes et contrairement au milieu journalistique, un CDI y est facilement envisageable. Mais l'enseignement passe devant la communication dans notre cas.

8 journalistes (24,2%) ont admis avoir accepté de travailler en parallèle dans un autre secteur uniquement en attendant de « percer » dans le monde du journalisme, et pas pour abandonner définitivement le journalisme une fois qu'un CDI dans ce secteur leur sera proposé.

## 2.2. Les non-journalistes (n=98)

98 diplômés en journalisme de l'ULiège sur 131 (75%), à l'heure actuelle, ne sont pas journalistes. Cela ne veut pas dire que 75% des diplômés en journalisme de l'ULiège n'ont jamais été journaliste depuis leur sortie des études. Il s'agit dès lors de faire une distinction entre : les diplômés ayant été, à un moment donné, journaliste et puis qui ont quitté le secteur ; et les diplômés n'ayant jamais été journaliste.

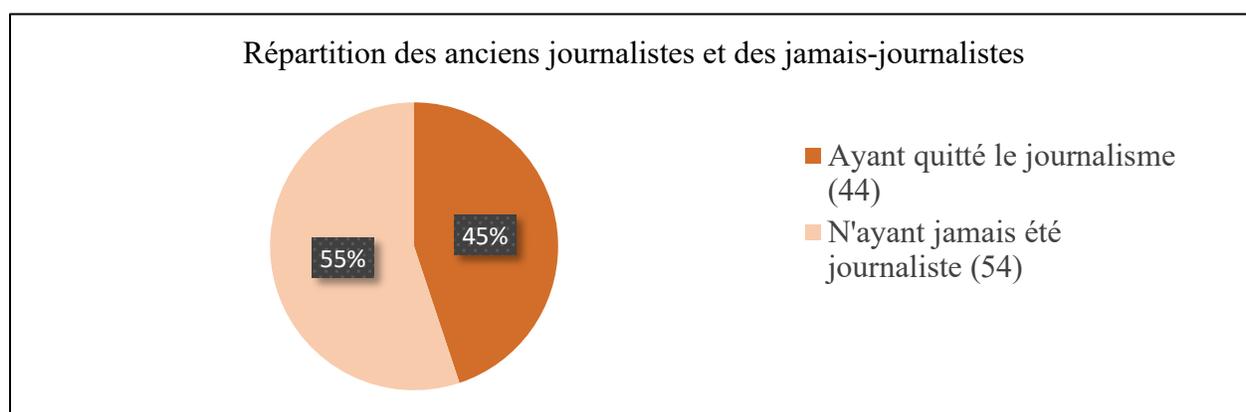


Figure 8 : Répartition des non-journalistes et des jamais-journalistes.

### 2.2.1. Les jamais-journalistes (n=54)

La question « Si n'avez jamais été journaliste, quelles en sont les raisons ? » a permis de mettre en avant les raisons principales ayant motivé leur choix de ne pas se lancer dans le journalisme.

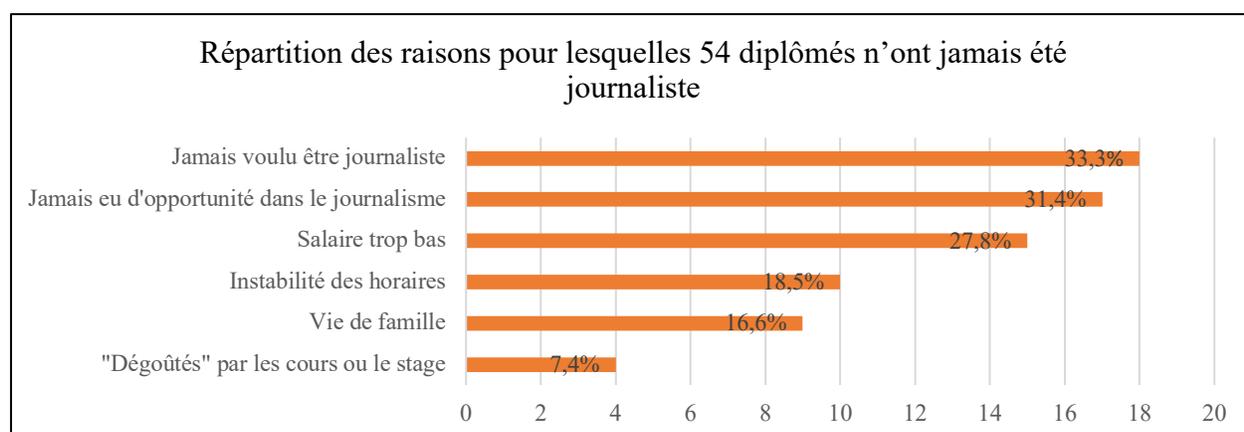


Figure 10 : Répartition des raisons pour lesquelles 54 diplômés n'ont jamais été journaliste.

54 personnes ont affirmé n'avoir jamais été journaliste depuis leur sortie des études. 18 (33,3%) d'entre elles ont affirmé avoir au départ choisi des études de journalisme « par dépit ». Donc, sur base des 131 réponses récoltées dans le questionnaire en ligne, 1 étudiant sur 7 inscrits en journalisme à l'ULiège y serait sans avoir de conviction particulière lors de son choix d'études. Ils ont vu le master en journalisme comme un moyen d'acquérir des connaissances dans de nombreuses matières ainsi qu'un moyen de parfaire leur qualité d'écriture. Ceux-ci ont confirmé que les apprentissages acquis durant le cursus sont toujours mis en œuvre dans leur emploi.

La deuxième raison la plus fréquente est l'absence d'opportunité d'emploi dans le secteur. Les secteurs de la communication ou l'enseignement sont les mieux représentés : ils ont offert un emploi aux diplômés en journalisme de l'ULiège qui n'ont pas voulu faire carrière dans le journalisme ou qui ont quitté le secteur, ceux-ci ayant saisi l'opportunité au vu de la difficulté du secteur journalistique. La troisième raison est un salaire trop bas, avec 15 mentions de cet aspect sur les 54 personnes (27,8%). L'instabilité des horaires suit avec 10 mentions (18,5%). La vie de famille et un dégoût du métier s'illustrent avec respectivement 9 (16,6%) et 4 (7,4%) mentions.

J'aurais aimé poursuivre le métier de journaliste, toutefois je pense qu'il faut être réellement passionné et patient pour persévérer. Les débuts sont rudes et mon confort de vie a pris plus de valeur à mes yeux que l'extase de travailler pour un média national.  
 Propos tirés du formulaire n° 24. Diplômé en 2010.

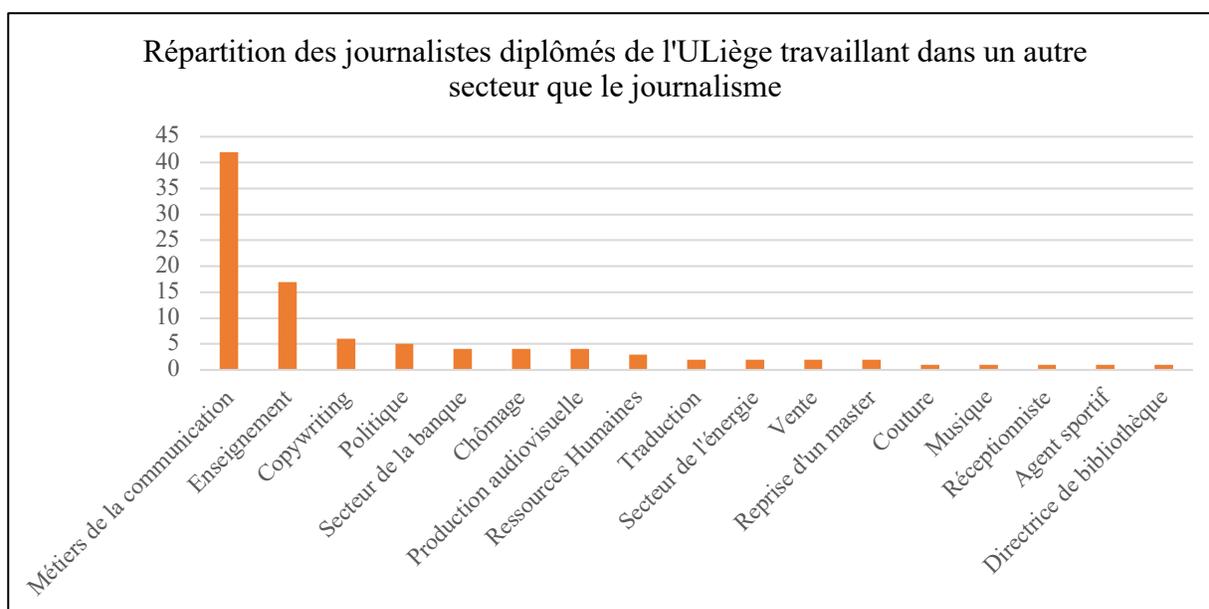


Figure 11 : Répartition des métiers des jamais-journalistes.

Sur 54 personnes, 42 travaillent dans les métiers de la communication, soit 77,7%. 17 travaillent dans l'enseignement, soit 31,4%. On retrouve ensuite : le copywriting (6 sur 54 soit 11,1%) ; les métiers de la politique (5 sur 54 soit 9,2%) ; le secteur bancaire, le chômage et la production audiovisuelle sur un pied d'égalité (4 sur 54 soit 7,4%) ; les relations humaines (3 sur 54 soit 5,5%) ; la traduction, le secteur de l'énergie, la vente et la reprise d'études (2 sur 54 soit 3,7%) ; et enfin, la couture, la musique, la réception, le suivi de sportifs et la direction de bibliothèque (1 sur 54 soit 1,8%).

### 2.2.2. Les anciens journalistes (n=44)

44 personnes ont répondu avoir été journaliste – à temps plein ou à temps partiel – avant de quitter le secteur et réorienter leur carrière professionnelle. La question « Si vous avez été journaliste et que vous avez quitté la profession, quelles en sont les raisons ? » a mis en avant les raisons principales ayant motivé leur départ.

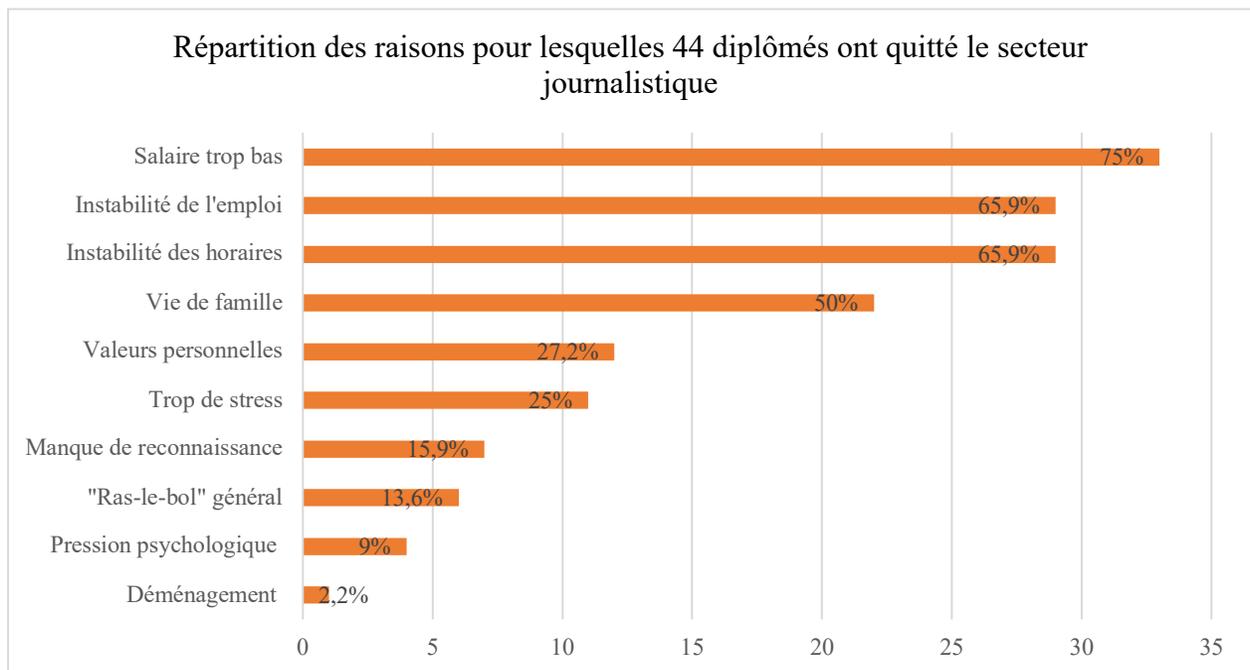


Figure 9 : Répartition des raisons pour lesquelles 44 diplômés ont quitté le secteur journalistique.

33 des 44 anciens journalistes (75%) ont avancé le salaire comme raison ayant motivé leur départ, faisant du salaire trop bas et trop peu représentatif du travail la raison principale d'un départ

prématuré du journalisme. Les anciens journalistes les mieux payés étaient salariés sous CDI. Les journalistes travaillant à la pige (à l'article, à la page, à la journée, au forfait, etc.) sont les moins bien payés. 5 personnes ont rapporté avoir été payé des mois en retard et ce, à plusieurs reprises. Cela s'explique souvent par leur employeur qui prenait du retard administratif et envoyait les fiches de paie trop tard.

Parmi les 29 anciens pigistes, 21 (72,4%) ont rapporté travailler avec la Smart<sup>101</sup> pour déclarer leurs prestations et développer leur activité professionnelle. En 2014, la Smart comptait 533 journalistes ayant effectué au moins une prestation via les outils que la plateforme met à disposition. « Au total, les journalistes membres ont presté près de 20.000 jours au cours de l'année 2014, soit un total de 90 équivalents temps plein. Ils ont travaillé pour plus de 300 clients et ont émis pour 3,6 millions d'euros de factures via Smart »<sup>102</sup>. Les anciens pigistes ayant travaillé avec Smart rapportent qu'ils n'avaient généralement pas de retard de paie grâce à cette plateforme. De fait, la plateforme débloque le versement de l'argent sur le compte du journaliste sept jours après le dernier jour de prestation de travail. Par exemple : un journaliste disposant d'un contrat de travail pour les 7, 18 et 23 avril se verra payé le 30 avril.

« J'étais indépendante, je bossais énormément d'heures pour très peu d'argent (ma comptable ne me faisait pas payer ses prestations tellement elle avait pitié de mes revenus !). J'aimais ce travail, et j'ai commencé à pas mal voyager à cette époque car c'était un de mes objectifs de vie. Mais sur un plus long terme, ce n'était pas viable ».

Propos tirés du formulaire n° 64. Diplômé en 2004.

En moyenne, les journalistes travaillant pour la télévision publique sont les mieux payés, avec un salaire d'environ 2000 euros par mois pour un salarié en CDI. Les journalistes dans la presse écrite sont les moins bien payés, avec un salaire d'environ 1300 euros net par mois pour un salarié en CDI. Certains font exception : un journaliste de presse écrite quotidienne spécialisé dans un sport, étant le seul dans sa spécialisation, a rapporté toucher 3100 euros par mois, mais il garde 1000€ sur un compte en banque pour les impôts en fin d'année.

---

<sup>101</sup> Smart est un hébergeur de projets pour indépendants ou entrepreneur sous forme de coopérative. Elle permet à tout le monde de développer une activité économique sans avoir besoin de créer une entreprise. Elle porte la responsabilité de la rémunération et de toutes les déclarations sociales et fiscales découlant de l'activité de l'individu. (Smart : <https://smartbe.be/fr/smart-en-bref/>).

<sup>102</sup> Adrien De Fraipont, *et al.*, *De la précarisation à la recherche de nouveaux moyens d'action*, Éditions Smart, Les Cahiers, 2015, p. 4.

« Tu peux gagner de l'argent dans le journalisme comme partout. Mais il y a une règle : plus tu produis, plus tu gagnes de l'argent. Donc, soit tu travailles beaucoup pour avoir un style de vie confortable mais tu as des horaires qui ne te permettent pas de profiter de ton argent ; soit tu ralentis le rythme et financièrement ça ne suit pas.

Propos tirés du formulaire n° 31. Diplômé en 2021.

L'instabilité de l'emploi est la deuxième raison majeure d'un départ prématuré de la profession. À ceci s'ajoute l'instabilité des horaires. Jeunes, les journalistes sont motivés et prêts à beaucoup pour mettre en avant leur disponibilité. Mais sur le long terme, ça ne tient souvent pas. 29 anciens journalistes sur 44 (65,9%) ont mentionné cette raison de quitter le journalisme.

4 personnes ont quitté le milieu après avoir subi une pression psychologique de la part d'un collègue ou d'un supérieur au sein de leur rédaction. Dans ces cas, la meilleure solution est de faire appel à une personne de confiance au sein de l'entreprise. Parfois, une ou deux personnes par rédaction sont chargées d'être à l'écoute des journalistes, mais ça n'est malheureusement pas toujours le cas. Et si cette personne n'est pas aussi collaborative et attentive que souhaité, il est possible de porter plainte auprès du Contrôle du bien-être au travail. Ces quatre concernés ont admis avoir parlé trop tard de ce qu'il leur arrivait, par peur ou par honte.

24 anciens journalistes (54,5%) ont mentionné que la passion, à un stade, n'est plus suffisante.

En ce qui me concerne, les mauvaises conditions de travail m'ont motivée [à quitter le métier]. J'étais dans une petite rédaction, la charge de travail était importante, on était surmené. Il fallait se montrer constamment disponible. Je pouvais réaliser un montage le matin (rendez-vous à 5h à l'aéroport pour une interview), puis un autre l'après-midi, puis un le soir car une conférence de presse s'est [intercalée]. Il y avait peu d'ordinateurs disponibles, je devais me dépêcher d'écouter mes interviews et écrire mon sujet pour libérer l'ordinateur pour les monteurs (qui attendaient parfois debout à côté de moi pour me mettre la pression...). J'écrivais parfois les sujets dans la voiture sur mon smartphone pour gagner du temps ! Le salaire est la deuxième raison. Pour les heures prestées et aucun autre avantage en échange. Mon salaire était parfois versé avec trois mois de retard et je devais vivre sur mes réserves.

Sur papier, ça fait beaucoup. Mais dans les faits, j'ai des souvenirs de tournages magnifiques. J'ai énormément donné au métier et j'ai très peu reçu en retour. Je pense que l'offre d'embauche dans la communication est arrivée au bon moment. J'avais besoin d'autre chose. Je n'ai aucun regret.

Propos tirés du formulaire n° 82. Diplômé en 2016.

## **Synthèse des résultats du questionnaire en ligne**

Sur 131 personnes, 98 (74,8%) diplômés en journalisme de l'ULiège ne sont pas journalistes. 33 (25,2%) exercent la profession. Parmi les 98 non-journalistes, 54 (41,3%) n'ont jamais pratiqué le métier ; les 44 (33,5%) autres ont quitté la profession. Parmi les 54 personnes ayant affirmé n'avoir jamais été journaliste depuis leur sortie des études, 42 travaillent dans les métiers de la communication, soit 77,7%. 17 travaillent dans l'enseignement, soit 31,4%. On retrouve ensuite : le copywriting ; les métiers de la politique ; le secteur bancaire, le chômage et la production audiovisuelle ; les relations humaines ; la traduction, le secteur de l'énergie, la vente et la reprise d'études ; et enfin, la couture, la musique, la réception, le suivi de sportifs et la direction de bibliothèque.

Parmi les 33 journalistes, 20 (60,6%) sont journalistes indépendants et 13 (39,4%) sont salariés en CDI ou CDD ; 28 (84,8%) sont journalistes à temps plein ; et 5 (15,2%) exercent la profession à temps partiel.

## Chapitre 2 : Les entretiens semi-directifs

Les entretiens avaient deux objectifs : (1) tenter de préciser ce qu'il ressortait du questionnaire en ligne ; (2) comprendre si on peut réellement rapprocher personnalité et carrière professionnelle chez les (non)-journalistes.

113 personnes sur 131 (86,2%) ont accepté de passer l'entretien. Parmi ces 113 se trouvaient 30 journalistes et 83 personnes issues d'autres professions. Quarante entretiens ont été passés en tout, divisées en trois groupes : les journalistes professionnels (JP ; n=14) ; les jamais-journalistes (JJ ; n=14) et les anciens journalistes (AJ ; n=12). Annexe 8 : répartition des sexes, groupe et promotion. Annexe 9 : répartition des professions.

### 3. Les études

La question « Pourquoi avoir choisi des études de journalisme ? » a mis en avant les raisons principales ayant motivé leur choix.

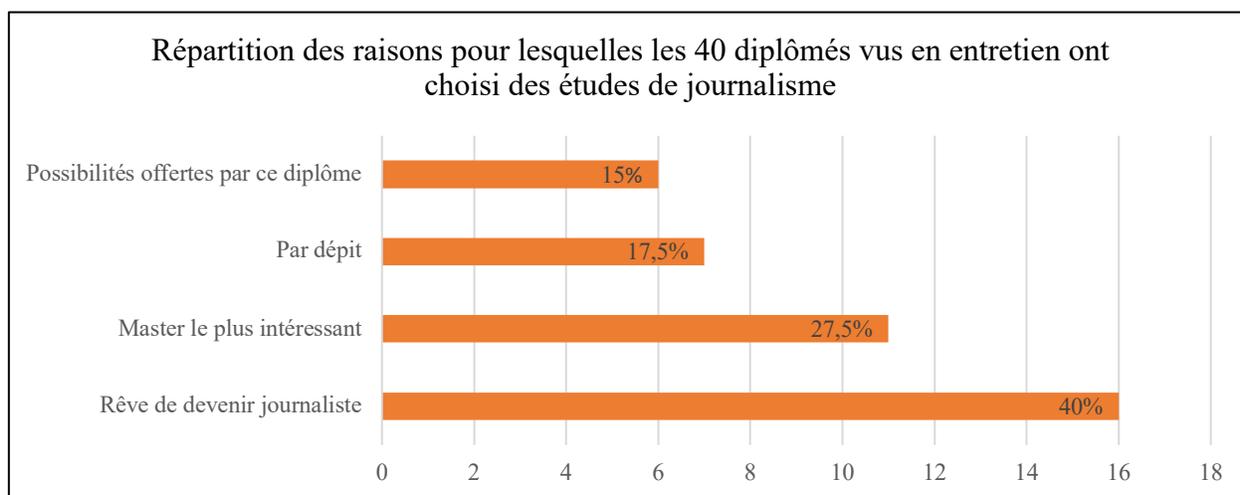


Figure 10 : Répartition des raisons pour lesquelles les 40 diplômés vus en entretien ont choisi des études de journalisme.

16 personnes (40%) ont déclaré que le journalisme est attaché à un souvenir d'enfance ou de leur adolescence. Ils ne se sont alors pas du tout posé la question au moment de choisir leurs études. Pour eux, c'était une évidence.

C'est un métier qui m'a toujours attirée : être en contact avec les gens, que chaque jour soit différent, raconter ce qu'il se passe. Quand j'étais petite, j'enregistrais des journaux parlés avec mon frère sur des cassettes !  
Propos tirés de l'entretien n° 15. Diplômé en 2023.

11 personnes (27,5%) ont expliqué que le master en journalisme était pour eux le plus intéressant concernant le contenu des cours. Elles ont hésité entre plusieurs cursus, et ont finalement choisi le master en journalisme pour la diversité des cours qu'il proposait. Ils n'ont pas réfléchi à leur future carrière professionnelle à ce moment-là. 7 personnes (17,5%) ont admis avoir choisi le master en journalisme par dépit. Totalement perdues quant à leur avenir professionnel, elles ont choisi le master qui leur avait l'air le plus attrayant. Finalement, 6 personnes (15%) ont expliqué avoir choisi le master en journalisme pour le nombre de possibilités de carrières qu'il offrait. À la différence de la deuxième catégorie, eux ont réfléchi à leur avenir professionnel au moment de faire leur choix et ont pris le master leur permettant le plus de possibilités.

#### 4. La préparation au monde professionnel

La question « À la sortie des études, vous êtes-vous senti préparé au milieu professionnel ? » a mis en avant qu'offre le master en journalisme de l'ULiège et, surtout, le rôle décisif que ce master joue sur le choix de carrière de chacun.

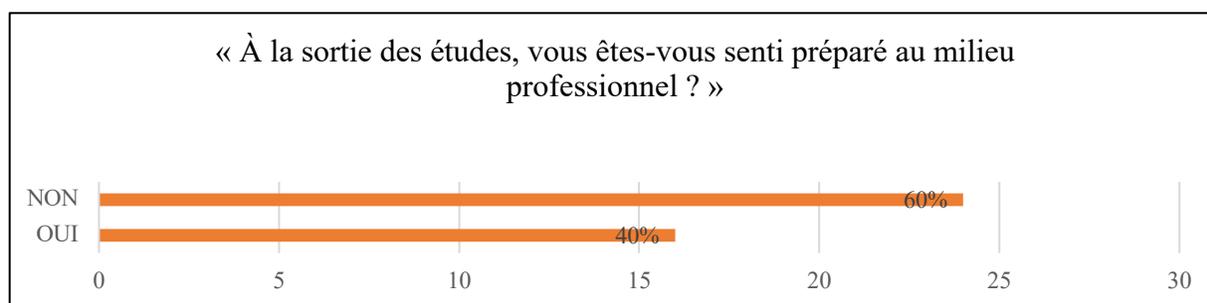


Figure 11 : Répartition des réponses à la question « À la sortie des études, vous êtes-vous senti préparé au milieu professionnel ? »

16 personnes ont répondu « oui » ; 24 ont répondu « non ». Parmi les 40, 3 diplômés ayant suivi leur cursus ou une partie de leur cursus à la Grand Poste ont été consultés. Et parmi ces trois, 2 ont mentionné ne pas s'être sentis préparés au milieu professionnel. En revanche, parmi les 16 personnes ayant répondu s'être sentie préparées, 15 personnes sont issues de promotions n'ayant pas eu accès au Média Campus de la Grand Poste.

Depuis 2021, le master en journalisme de l'Université de Liège s'est nettement modernisé grâce à son implantation sur le Média Campus de la Grand Poste de Liège. Sont désormais à disposition des étudiants en tout temps : une salle de classe, deux studios radio, un studio multimédia de 50 places permettant notamment d'y installer un plateau de télévision, neuf salles de montage, trois studios face caméra, un studio data et une salle de rédaction<sup>103</sup>. Avec de tels outils mis à disposition, les étudiants sont forcément beaucoup plus préparés à l'aspect pratique du métier de journaliste que les années précédentes.

Le master en journalisme à la Grand Poste est très utopique. Le métier est très tiré sur le positif, sur l'aspect romantique de la profession. Mais au final, quand on sort, on se rend compte qu'il ne l'est pas tant que ça. On redescend vite de notre petit nuage. On a notre diplôme, mais on se demande : « Et maintenant, je fais quoi ? ». Propos tirés de l'entretien n° 15. Diplômé en 2023.

Peut-être ont les désirs des diplômés évolué ? Ils ont aimé être formés à la pratique, mais désirent être davantage préparés aux aspects administratifs et organisationnels du métier et recevoir plus d'informations quant aux différents statuts qu'ils pourraient avoir dans le journalisme. Parmi les 40 interrogés, 36 (90%) auraient souhaité recevoir des conseils comme choisir un bon comptable, les pièges à éviter en tant que pigistes, connaître les droits d'auteur et droits de reprographie. Cela aurait pu prendre la forme d'une formation en collaboration avec l'Association des Journalistes Professionnels. Finalement, 25 (62,5%) ont affirmé qu'il serait judicieux de proposer, sous forme d'option, des cours de comptabilité pour les personnes désireuses de devenir indépendantes.

Il est clair qu'en arrivant sur le terrain, j'ai dû tout comprendre moi-même. En Haute-École, j'avais reçu des formations sur ce qu'était la Smart, comment cela fonctionnait, c'était bien. Une petite formation sur les possibilités de statut post-diplôme ne serait pas de trop dans le cursus universitaire. Propos tirés de l'entretien n° 20. Diplômé en 2021.

---

<sup>103</sup> Université de Liège, Site du Département Médias, Culture et Communication, [Consulté le 6 mai 2024] : [https://www.infocom.uliege.be/cms/c\\_4570518/fr/infocom-grand-poste-media-campus](https://www.infocom.uliege.be/cms/c_4570518/fr/infocom-grand-poste-media-campus)

On se retrouve totalement perdus à devoir effectuer plein de démarches administratives qui ne nous sont pas non plus expliquées par les employeurs et à payer des tas de choses avec un salaire qui ne permet absolument pas de vivre. Résultat : on se retrouve parfois en défaut par rapport à certaines choses, juste par ignorance. Propos tirés de l'entretien n° 40. Diplômé en 2023.

## 5. La carrière professionnelle

La première question concernant la carrière professionnelle était la suivante : « Parmi les critères suivants, quels sont les trois qui se sont montrés primordiaux à vos yeux lors de votre choix de carrière professionnelle ? ». Elle laissait aux individus le choix parmi neuf critères : Intérêt pour le milieu et la thématique générale du métier ; stabilité financière ; stabilité des horaires ; proximité du domicile ; volonté de fonder une famille ; avantages extra-salariaux ; ambiance de travail ; cohérence avec vos valeurs personnelles ; charge de travail.

Parmi les 14 journalistes, 13 (92,9%) ont choisi la cohérence avec leurs valeurs personnelles ; 11 (78,6%) ont choisi l'intérêt pour le milieu et la thématique générale du métier ; 10 (71,4%) ont choisi l'ambiance de travail.

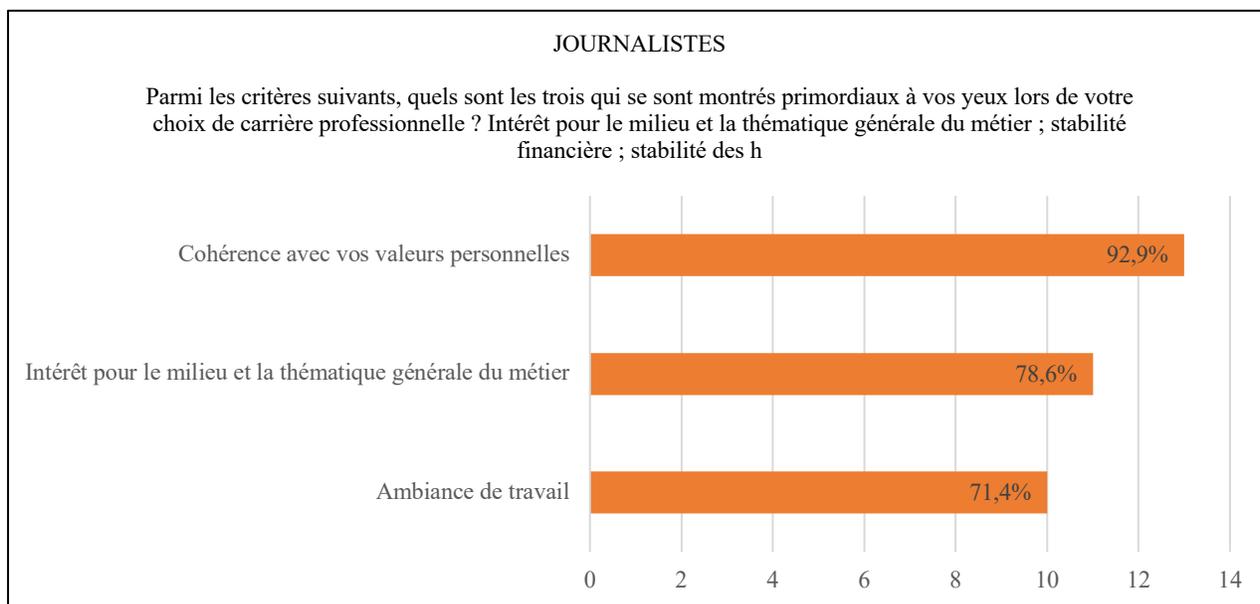


Figure 12 : Répartition des réponses à la question « Parmi les critères suivants, quels sont les trois qui se sont montrés primordiaux à vos yeux lors de votre choix de carrière professionnelle ? ».

Parmi les 26 non-journalistes, 22 (84,6%) ont choisi la stabilité financière ; 19 (73%) ont choisi l'intérêt pour le milieu et la thématique générale ; 16 (61,5%) ont choisi la stabilité des horaires ; 6 (23%) ont choisi la volonté de fonder une famille.

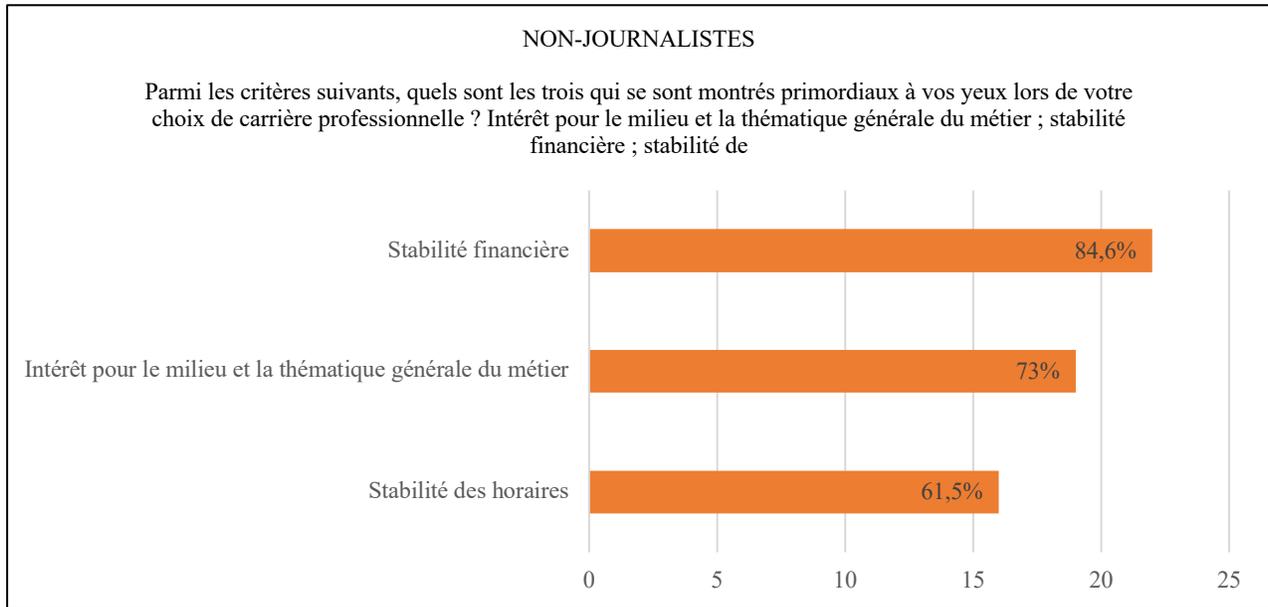


Figure 13 : Répartition des réponses à la question : « Parmi les critères suivants, quels sont les trois qui se sont montrés primordiaux à vos yeux lors de votre choix de carrière professionnelle ? ».

Sur les 40 individus, 9 (22,5%) issus de promotions entre 2001 et 2010 n'ont choisi que l'ambiance de travail ou la cohérence avec les valeurs personnelles. Ils ont justifié leur choix par le fait qu'à leur époque, ils réfléchissaient moins à ce qu'ils voulaient comme travail, et ils prenaient ce qu'on leur proposait. Cela est très certainement expliqué par le caractère très théorique de leurs études à l'époque : se sentant peu préparés au monde professionnel par leur cursus.

La question suivante était : « Lors de vos études de journalisme, avez-vous reçu des commentaires de votre entourage vous avertissant de la difficulté du secteur dans lequel vous vous lanciez ? Cela vous a-t-il influencé dans votre choix de carrière professionnelle ? ». Parmi les 14 journalistes, 12 personnes (85,7%) ont répondu « oui » et 5 (37,5%) ont admis que cela les a fait remettre en questions leur choix d'études. 4 (28,5%) ont expliqué que cela les avaient motivé à redoubler d'effort pour se faire remarquer, et 3 (21,4%) ont expliqué ne pas y avoir prêté attention. Parmi les

26 non-journalistes, 20 personnes (76,9%) ont répondu « oui » et 16 (61,5%) ont admis que cela a joué dans leur choix de quitter le journalisme. 4 (15,3%) n'y ont pas prêté attention non plus.

## 6. Les professions parentales

La question « Vos parents étaient-ils salariés ou indépendants ? Pensez-vous que cela a influencé votre choix de carrière ? » visait à entrevoir des relations entre la profession des parents et la profession des enfants. 27 des 40 individus (67,5%) ont affirmé que le statut de leurs parents avait influencé leur choix de carrière professionnelle.

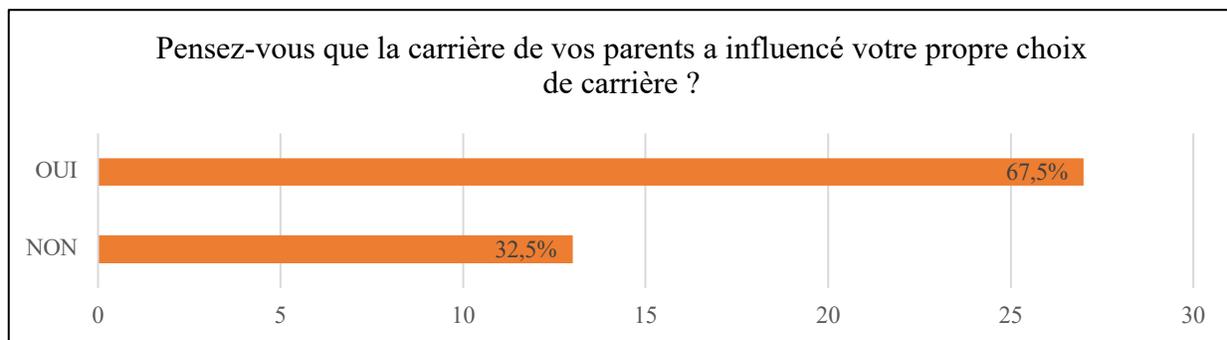


Figure 14 : Répartition des réponses à la question : « Pensez-vous que la carrière de vos parents a influencé votre propre choix de carrière ? ».

Chez 10 individus (37,1%), le fait d'avoir un parent indépendant ou deux parents indépendants a fait réaliser ne pas vouloir se lancer dans l'auto-entrepreneuriat et désirer des horaires plus stables. À l'inverse, 6 (22,2%) ont affirmé que leurs parents, salariés, ont donné l'impression de s'ennuyer dans ces horaires plus répétitifs. Cela leur a donné envie de se lancer dans une activité offrant plus de possibilités et d'ouverture. Le sentiment de sécurité de se lancer dans quelque chose de connu est également ressorti. Dans 4 cas (14,8%), avoir un parent indépendant a poussé l'enfant à devenir indépendant à son tour. De cette façon, si le diplômé avait une quelconque question, le parent aurait pu y répondre. En revanche, 7 individus (25,9%), habitués à des parents salariés et n'ayant aucune connaissance de l'auto-entrepreneuriat, ont décidé de rester dans une fonction de salarié et ne pas prendre de risques. Finalement, 5 personnes ont mentionné que cela relevait du caractère. De fait, deux parents ambitieux et aventureux s'étant lancés comme indépendants n'auront peut-être pas

un enfant partageant ce goût. À l'inverse, deux parents plutôt calmes et casaniers auront peut-être un enfant plus aventureux. L'incertitude que souligne cette hypothèse en soulève une nouvelle question : peut-être aurait-il fallu faire passer un test de personnalité aux parents également ? Dans ce cas, il aurait été possible d'objectiver une possible corrélation entre personnalité et carrière de l'enfant et personnalité et carrière des parents.

## 7. Les conditions du métier de journaliste

Cette partie du carnet d'entretien évoquait l'aspect financier comme l'aspect humain, l'aspect organisationnel, ou l'aspect vie privée de la profession journalistique. L'idée est de mettre en relation l'avis des 14 journalistes sur les conditions du métier avec les raisons avancées par les anciens journalistes comme explication de leur départ du secteur, ou avec les raisons avancées par ceux qui n'ont jamais exercé la profession.

### 7.1. La valorisation financière

La première question concernant la valorisation financière du journalisme était : « Pensez-vous que le métier de journaliste n'est pas assez valorisé financièrement ? ». Parmi les journalistes, 10 (71,4%) ont répondu « oui », 4 (28,5%) ont répondu « non ». Les quatre journalistes ayant répondu « non » sont des employés du plus grand média public de Belgique francophone, et estiment être bien payés. Ce qu'ils regrettent est le salaire des pigistes et de leurs collègues de la presse écrite.

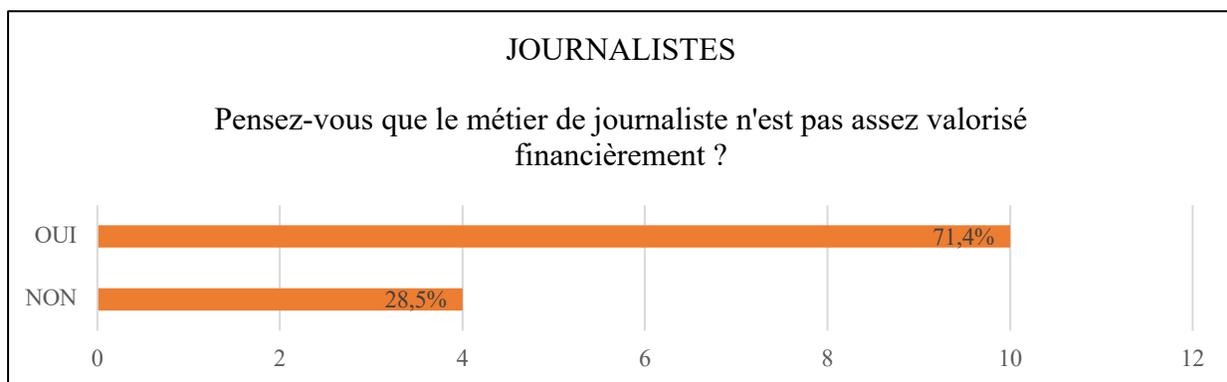


Figure 15 : Répartition des réponses à la question : « Pensez-vous que le métier de journaliste n'est pas assez valorisé financièrement ? ».

« Pas plus tard qu'en décembre, j'ai vu que [REDACTED] recherchait un « pigiste à temps plein pour l'année 2024 ». Comment peux-tu consciemment publier une telle annonce de travail ? Un pigiste à temps plein ! Évidemment, puisque ça coûte moins cher qu'un salarié. Mais la définition d'un pigiste, c'est qu'il a la liberté d'aller où il veut ! J'aurais franchement pu porter plainte rien que pour l'intitulé de l'annonce ».  
Propos tirés de l'entretien n° 4. Diplômé en 2004.

## 7.2. L'évolution professionnelle

« Pensez-vous que le métier de journaliste offre peu de possibilités d'évolution professionnelle ? ». Plus que « oui » et « non », il ressort surtout des réponses optimistes, et des réponses pessimistes.



Figure 16 : Répartition des réponses à la question : « Pensez-vous que le métier de journaliste offre peu de possibilités d'évolution professionnelle ? ».

9 journalistes sur 14 (64,2%) ont répondu qu'effectivement, le métier offre peu d'évolutions de carrière. Pour eux, un pigiste ne peut qu'évoluer en obtenant de meilleures collaborations mieux rémunérées ; un salarié ne peut évoluer qu'en devenant rédacteur en chef ou occuper la tête d'une émission radiophonique ou télévisuelle réputée. Le CDI est souvent revenu au centre des discussions : les CDI partant à la retraite dans les médias ne sont pas souvent renouvelés.

5 journalistes (35,7%) ont répondu qu'au contraire, le métier de journaliste offre une possibilité d'évolution. Le journaliste est libre de changer de média, de spécialisation, de moyen d'expression (écrit, audio, audiovisuel, ...), etc. Le journaliste a la liberté de choisir la forme qu'il désire que prenne son métier, contrairement à d'autres métiers considérés plus redondants à leurs yeux.

Parmi les 26 non-journalistes, 18 (69,2%) ont avancé que le métier de journaliste était une profession à « pistons » : si l'on ne connaît pas d'autres journalistes, il n'est pas réellement possible de vivre du journalisme. Poser cette question aux principaux concernés était dès lors primordial. Les journalistes ont nuancé : 9 (64,3%) ont rapporté qu'il est nécessaire d'avoir des contacts dans le milieu du journalisme pour y faire carrière, mais ce n'est pas le plus important. À l'évidence, avoir des contacts sans avoir de compétences à revendiquer est voué à l'échec. Les médias n'ont pas le « luxe » de se permettre d'engager quelqu'un d'incompétent. Cela contredit les croyances des jamais-journalistes. 5 (35,7%) ont rapporté penser également que les contacts sont plus importants. Il s'agissait de journalistes à qui une place promise n'avait finalement pas été offerte, celle-ci ayant été proposée à une connaissance du rédacteur en chef ou d'un autre supérieur.

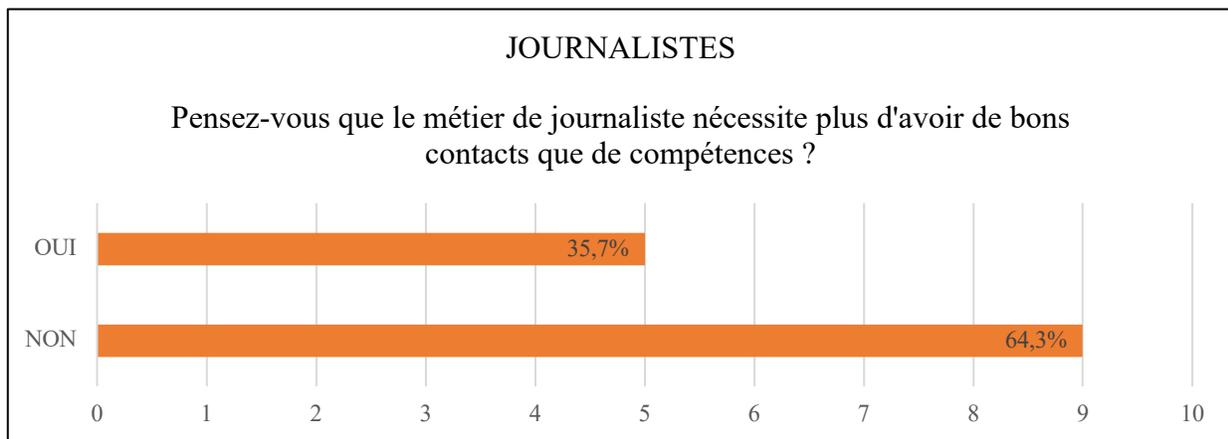


Figure 17 : Répartition des réponses à la question : « Pensez-vous que le métier de journaliste nécessite plus d'avoir de bons contacts que de compétences ? ».

## 8. La santé mentale

La notion de « métier-passion » a régulièrement surgi dans les entretiens. C'est-à-dire que quelqu'un de réellement passionné par la profession tient le rythme effréné du traitement de l'actualité chaude quotidienne, la pression des chiffres d'audience de la télévision, l'incertitude de savoir où il va travailler le mois suivant et quand il sera payé, etc. Les passionnés voient plutôt ça comme un défi, un « bon stress », un *challenge*. Cela les motive et leur apporte une certaine adrénaline.

C'est exaltant ! J'ai horreur de la routine. Cette incertitude, moi, je la vois comme un *challenge*. Je me sens sans cesse stimulé. Peut-être qu'un psychologue y verrait une façon de fuir quelque chose... Mais ça, c'est un autre problème et une autre vision !  
Propos tirés de l'entretien n° 27. Diplômé en 2016.

Mais parfois, le stress va trop loin. Ceux qui aiment le journalisme mais n'en sont pas « mordus » ne tiennent généralement pas le coup. Ils voient cela presque comme une pénitence, ou en tout cas comme une pression psychologique. C'est entre autres pourquoi aborder la santé mentale de chacun lors des entretiens approfondis était nécessaire. La question était formulée comme suit : « Votre santé mentale a-t-elle été affectée par la profession de journaliste ? ». L'objectif était de comprendre si les quatorze journalistes ou les quatorze anciens journalistes parmi les 26 non-journalistes avaient déjà été confrontés à des problèmes affectant leur santé mentale dans le cadre de leur emploi. Et si ces deux groupes différaient significativement.

### 8.1. La santé mentale des journalistes

Parmi les 14 journalistes vus en entretien, 9 (64,3%) ont affirmé avoir vu leur santé mentale affectée par l'exercice de leur profession. Les raisons rejoignent certaines explications du départ de la profession des anciens journalistes : stress, pression, fatigue chronique, compétition excessive, etc.

« Un ancien patron m'a poussée à me mettre dans une situation mentale assez inquiétante. J'avais des idées noires, je faisais des crises d'angoisse à l'idée de me rendre au travail. Il me donnait une charge de travail excessive, me contactait lors de mes jours de repos et congé, et me menaçait de me licencier si je n'acceptais pas de me rendre disponible. Je me suis fait aidé, et j'ai changé de média. Maintenant, tout va bien. »  
Propos tirés de l'entretien n° 29. Diplômé en 2016.

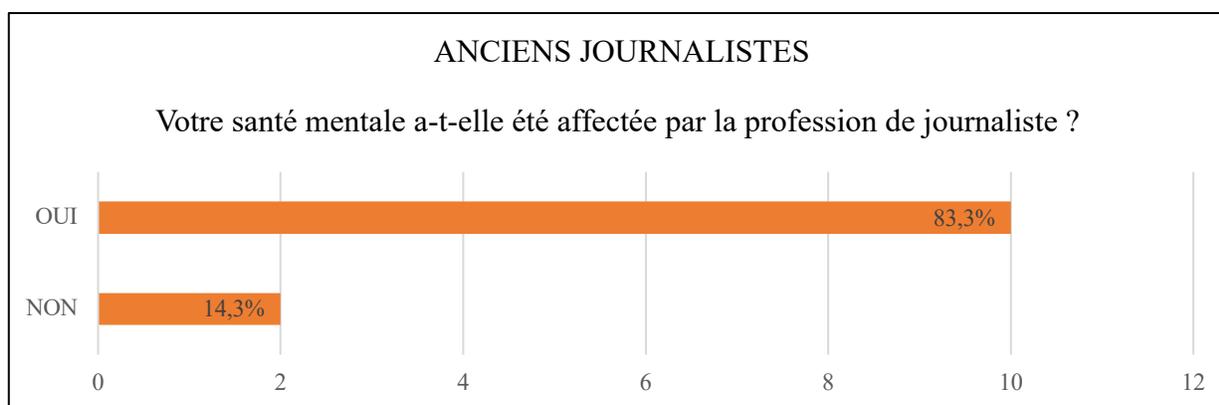


Figure 18 : Répartition des réponses à la question : « Votre santé mentale a-t-elle été affectée par la profession de journaliste ? ».

## 8.2. La santé mentale des anciens journalistes

Parmi les 12 anciens journalistes, 10 (83,3%) ont affirmé avoir vu leur santé mentale affectée par ce travail, et c'est d'ailleurs majoritairement cela qui les a poussé à quitter leur emploi. Les raisons sont semblables à celles des journalistes, mais eux ont décidé que ce n'était pas uniquement la situation dans laquelle ils étaient qui les inquiétait, mais les conditions du métier en général.

« Le stress et la pression permanente (notamment de la rédaction et des supérieurs pour la tenue de délais, beaucoup d'imprévus, l'exigence constante, le toujours plus avec toujours moins de moyens etc.) amènent à beaucoup de fatigue et de charges mentales. Surtout, la concurrence entre collègues. C'est un milieu où la loyauté, les valeurs amicales, n'existent pas. On se tire dessus dès qu'il y a l'occasion pour pouvoir évincer des concurrents, les places sont chères et certaines personnes se perdent beaucoup trop par ambition ou l'envie de « réussir ». Quand on n'a pas cette mentalité, c'est très dur de tenir le coup moralement car le harcèlement et l'observation de son travail sont très présents. »  
Propos tirés de l'entretien n° 39. Diplômé en 2017.



## **Synthèse des résultats des entretiens semi-directifs**

Quarante entretiens ont été passés en tout, divisées en trois groupes : les journalistes professionnels (JP ; n=14) ; les jamais-journalistes (JJ ; n=14) et les anciens journalistes (AJ ; n=12). 16 personnes (40%) ont déclaré que le journalisme est attaché à un souvenir d'enfance ou de leur adolescence. 11 personnes (27,5%) ont expliqué que le master en journalisme était pour eux le plus intéressant concernant le contenu des cours. Ils n'ont pas réfléchi à leur future carrière professionnelle à ce moment-là. 7 personnes (17,5%) ont admis avoir choisi le master en journalisme par dépit. 6 personnes (15%) ont expliqué avoir choisi le master en journalisme pour le nombre de possibilités de carrières qu'il offrait.

Parmi les quarante personnes, 16 personnes (40%) ont affirmé se sentir préparé au monde professionnel à la sortie des études ; 24 (60%) ont confié ne pas s'être senti préparé. 27 des 40 individus (67,5%) ont affirmé que le statut de leurs parents avait influencé leur choix de carrière professionnelle.

Parmi les 14 journalistes vus en entretien, 9 (64,3%) ont affirmé avoir vu leur santé mentale affectée par l'exercice de leur profession. Parmi les 12 anciens journalistes, 10 (83,3%) ont affirmé avoir vu leur santé mentale affectée par ce travail, et c'est d'ailleurs majoritairement cela qui les a poussé à quitter leur emploi.

**PARTIE 4 :**  
**ANALYSE DES TRAITS DE PERSONNALITÉ**

Après l'observation des données factuels ressortant de notre enquête, nous observerons, dans cette partie, les degrés de représentation des cinq dimensions analysées par le BFI-2 (Extraversion, Agréabilité, Conscience, Névrosisme, Ouverture) au sein de nos trois groupes : les Journalistes Professionnels (JP) ; les Anciens Journalistes (AJ) ; les Jamais-Journalistes (JJ). L'objectif est de tenter de déterminer si un facteur (ou plusieurs) ressort dans nos groupes.

## Chapitre 1 : Analyse des cinq dimensions du BFI-2 au sein de nos trois groupes (JP, AJ, JJ)

Dans un premier temps, nous avons analysé les cinq dimensions de la personnalité au sein de nos trois groupes grâce à une Courbe de Gauss (Annexe 10). Cependant, l'échantillon de données étant petit, les 15 graphiques ne se sont pas révélés significatifs.

Pour déterminer si un facteur ressort dans un des groupes, et donc pour comparer les trois groupes, il a été nécessaire de réaliser une Analyse de la Variance (Anova) car cette méthode statistique permet de comparer des moyennes de trois groupes ou plus. « Elle est généralement utilisée lorsque l'on a une seule variable indépendante, ou facteur, et que l'objectif est de vérifier si des variations, ou des niveaux différents, de ce facteur ont un effet mesurable sur une variable dépendante »<sup>104</sup>. L'Anova présente une limite : elle indique si au moins une paire de moyennes est significativement différente, mais elle n'indique pas laquelle<sup>105</sup>. Afin d'analyser les cinq facteurs par rapport aux trois groupes, cinq Anova ont été réalisées en tout (Annexes 11, 12, 13, 14 et 15).

La valeur de F détermine si les différences entre les groupes sont statistiquement significatives. Elle offre deux interprétations de la valeur : hypothèse nulle (H0) = les moyennes sont égales ; hypothèse alternative (H1) = au moins une des moyennes est différente. Si la valeur de F est grande, elle indique que la variance entre les groupes est plus grande que la variance au sein des groupes, suggérant que les groupes montrent des moyennes significativement différentes. La valeur F est

---

<sup>104</sup> JPM Statistical Discovery, Portail des connaissances statistiques, [Consulté le 1<sup>er</sup> août 2024] : [https://www.jmp.com/fr\\_fr/statistics-knowledge-portal/one-way-anova.html](https://www.jmp.com/fr_fr/statistics-knowledge-portal/one-way-anova.html)

<sup>105</sup> *Ibid.*

comparée à une valeur critique d'une distribution F : si la valeur F est supérieure à la valeur critique, on rejette l'hypothèse nulle.

La p-valeur indique si les différences observées entre les moyennes des groupes sont statistiquement significatives ou si elles sont dues au hasard. Elle est utilisée pour tester l'hypothèse nulle ( $H_0$  = les moyennes sont égales). Deux interprétations de la p-valeur existent : petite p-valeur ( $\leq 0.05$ ) : on rejette l'hypothèse nulle, les différences entre les moyennes sont statistiquement significatives ; grande p-valeur ( $> 0.05$ ) : on ne peut rejeter l'hypothèse nulle, les différences entre les moyennes ne sont pas statistiquement significatives.

Le test *post hoc* est une procédure effectuée après avoir trouvé un résultat dans l'Anova. Elle permet de mener des comparaisons par paires en contrôlant le taux d'erreur de type I (probabilité de rejeter incorrectement l'hypothèse nulle). Nous avons choisi le test de Tukey car la taille de notre échantillon est faible. L'échantillon étant faible, il faut être prudent lors de l'interprétation des résultats si aucune différence se démarque.

Le facteur  $\omega^2$  est une mesure de l'effet de taille : il estime la proportion de la variance totale dans les données expliquées par les différences entre les groupes. Donc,  $\omega^2$  quantifie l'ampleur de l'effet observé, indépendamment de la taille de l'échantillon. Il varie entre 0 et 1 : une valeur proche de 0 indique que la variation entre les groupes est faible ; une valeur plus élevée indique que les différences entre les groupes expliquent une proportion significative de la variance totale.

#### 1. Le facteur Extraversion (Annexe 11)

Les moyennes (Mean) pour le facteur Extraversion sont les suivantes : JP (39.786) ; JJ (41.857) ; AJ (44.833). Les écarts types (SD) sont respectivement : 5.833 ; 7.378 ; 6.952. Les moyennes du facteur Extraversion varient donc légèrement, mais les différences ne sont pas assez nettes pour être significatives. La valeur de F (1.818) est faible. La p-valeur (0.177) est au-dessus du seuil de 0.05 : nous ne pouvons rejeter l'hypothèse nulle. Les comparaisons entre les groupes grâce au test *post hoc* ne montrent aucune différence significative :

$$\text{JP vs JJ : } p = 0.697$$

JP vs AJ :  $p = 0.152$

JJ vs AJ :  $p = 0.507$

Il n'y a pas réellement de différence significative sur le facteur Extraversion entre les trois groupes.  $\omega^2$  est de 0.039, ce qui est très faible, indiquant que seulement une petite portion (3.9%) de la variance totale est expliquée par le groupe.

## 2. Le facteur Agréabilité (Annexe 12)

Les moyennes (Mean) pour le facteur Agréabilité sont les suivantes : JP (48.071) ; JJ (49.429) ; AJ (48.417). Les écarts types (SD) sont respectivement : 3.792 ; 3.857 ; 4.417. Ils suggèrent une similarité dans la variabilité des scores d'Agréabilité entre les groupes. La valeur de F (0.427) est faible, suggérant que les différences entre les groupes ne sont pas significatives. La p-valeur (0.656) est nettement au-dessus du seuil de 0.05 : nous ne pouvons rejeter l'hypothèse nulle.

Les résultats de l'Anova et des tests post hoc indiquent qu'il n'y a pas de différence statistiquement significative entre le groupe des Journalistes Professionnels (JP), celui des Jamais-Journalistes (JJ) et celui des Anciens Journalistes (AJ). Les différences observées dans les moyennes des scores d'Agréabilité sont probablement dues au hasard plutôt qu'à des différences réelles entre les groupes. Notons tout de même que le groupe des Jamais-Journalistes semble indiquer un facteur Agréabilité légèrement plus élevé que les deux autres groupes.  $\omega^2$  est de 0.000 indiquant que pratiquement aucune variance dans les scores du Facteur Conscience n'est expliquée par le groupe auquel appartient un individu.

## 3. Le facteur Conscience (Annexe 13)

Les moyennes (Mean) pour le facteur Conscience sont les suivantes : JP (49.214) ; JJ (48.643) ; AJ (48.083). Les écarts types (SD) sont respectivement : 6.693 ; 7.581 ; 5.977. Les moyennes des trois groupes sont très proches les unes des autres, il n'y a pas de différence significative entre les groupes. La valeur de F (0.089) est faible, suggérant que les différences entre les groupes ne sont pas significatives. La p-valeur (0.915) est au-dessus du seuil de 0.05 : nous ne pouvons rejeter l'hypothèse nulle.

Il n'y a pas de différence statistiquement significative entre le groupe des Journalistes Professionnels (JP), celui des Jamais-Journalistes (JJ) et celui des Anciens Journalistes (AJ). Il n'y a pas de preuve que l'appartenance à un groupe influence significativement les scores.  $\omega^2$  est de 0.000 indiquant que le groupe n'explique pratiquement aucune des variations dans l'agréabilité.

#### 4. Le facteur Névrosisme (Annexe 14)

Les moyennes (Mean) pour le facteur Conscience sont les suivantes : JP (36.143) ; JJ (32.143) ; AJ (29.667). Les écarts types (SD) sont respectivement : 9.726 ; 7.675 ; 10.299. Les moyennes montrent des différences, notamment une moyenne de Névrosisme plus élevée chez les journalistes professionnels, mais ces différences ne sont pas statistiquement significatives. Les comparaisons entre les groupes suivant le test *post hoc* ne montrent aucune différence significative :

$$\text{JP vs JJ : } p = 0.493$$

$$\text{JP vs AJ : } p = 0.190$$

$$\text{JJ vs AJ : } p = 0.776$$

Il n'y a pas de différence significative entre les groupes sur le facteur Névrosisme.  $\omega^2$  est de 0.031 indiquant que seulement une petite portion (3.1%) de la variance totale est expliquée par le groupe.

#### 5. Le facteur Ouverture (Annexe 15)

Les moyennes (Mean) pour le facteur Conscience sont les suivantes : JP (48.643) ; JJ (46.857) ; AJ (50.167). Les écarts types (SD) sont respectivement : 7.012 ; 4.276 ; 6.308. Les moyennes des trois groupes indiquent de légères différences, mais il n'y a pas de différence significative. La valeur de F (1.005) suggère que les différences entre les groupes ne sont pas significatives. La p-valeur (0.376) est au-dessus du seuil de 0.05 : nous ne pouvons rejeter l'hypothèse nulle. Les comparaisons entre les groupes suivant le test *post hoc* ne montrent aucune différence significative :

$$\text{JP vs JJ : } p = 0.710$$

$$\text{JP vs AJ : } p = 0.794$$

$$\text{JJ vs AJ : } p = 0.346$$

Il n'y a pas de différence significative entre les groupes sur le facteur Névrosisme.  $\omega^2$  est de  $2.255 \times 10^{-4}$ , ce qui est extrêmement faible, indiquant que seulement une petite portion (0.1%) de la variance totale est expliquée par le groupe.

## Chapitre 2 : Analyse des cinq dimensions du BFI-2 au sein de nos trois groupes en comparaison à l'échantillon (660 personnes) du Professeur Hansenne

À titre informatif, nous avons comparé nos moyennes à celles obtenues par le Professeur Michel Hansenne auprès d'un échantillon de 660 personnes représentatif de la population belge francophone. Celui a réalisé deux tableaux Excel, un pour les femmes, et un pour les hommes. En encodant les notes brutes (celles calculées par l'addition des réponses aux questions) dans le tableau, cela actualise les scores standards (ceux qui sont comparables). Les scores standards sont interprétées comme suit : 45-55 moyens, 56-65 élevés, >65 très élevés, 35-44 faibles et <35 très faibles.

Très faible		Faible			Moyen	Elevé			Très élevé	
- 30	31-34	35-38	39-41	42-44	45-55	56-58	59-61	62-65	66-69	70 +
Trait saillant	Tendance marquée	Forte tendance	Tendance	Légère tendance		Légère tendance	Tendance	Forte tendance	Tendance marquée	Trait saillant

Figure 18 : Tableau d'interprétation des scores bruts obtenus au BFI-2.

Nous avons subdivisé nos trois groupes (JP ; AJ ; JJ) en deux sous-groupes respectifs séparant les hommes des femmes. Nous obtenons dès lors six groupes : Journalistes Professionnels Hommes (JPH) ; Journalistes Professionnels Femmes (JPF) ; Anciens Journalistes Hommes (AJH) ; Anciens Journalistes Femmes (AJF) ; Jamais-Journalistes Hommes (JJH) ; Jamais-Journalistes Femmes (JJF). Un document Excel par groupe a été réalisé afin de calculer la moyenne de chaque facteur de chaque groupe. Les moyennes ont ensuite été encodées dans les documents Excel du Pr. Hansenne (Annexe 16 à 21). L'objectif est de déterminer si un groupe présente un trait plus ou moins saillant. Cependant, notons que nous comparons nos groupes à un échantillon séparant

simplement les sexes, mais pas les professions. De plus, en séparant les sexes au sein de nos trois groupes initiaux, nous obtenons des échantillons davantage petits. Dès lors, il est compliqué de sortir des conclusions de ces résultats peu significatifs.

Les différents tableaux (Annexe 15 à 20) montrent qu'il est difficile de se fier sereinement aux résultats obtenus. En effet, la répartition d'hommes et de femmes dans chaque groupe est différente (JP : 6 hommes et 9 femmes ; AJ : 6 hommes et 7 femmes ; JJ : 6 hommes et 6 femmes). Les moyennes des femmes peuvent influencer les résultats, et inversement.

## DISCUSSION

La présente enquête a permis de faire l'état des lieux de ce que deviennent les 131 diplômés en journalisme de l'ULiège ayant accepté de répondre à notre questionnaire. 74,8% d'entre eux ne sont à l'heure actuelle pas journalistes professionnels : 41,3% n'ont jamais pratiqué le métier ; 33,5% ont quitté la profession.

De nos données, il ressort que, parmi les personnes n'ayant jamais exercé le métier, 77,7% travaillent dans les métiers de la communication ; 31,4% travaillent dans l'enseignement ; 11,1% travaillent dans le copywriting ; 9,2% exercent un métier en rapport avec la politique ; 7,4% travaillent dans le secteur bancaire, le chômage ou la production audiovisuelle ; 5,5% travaillent dans les relations humaines ; 3,7% travaillent dans la traduction, le secteur de l'énergie, la vente et la reprise d'études ; et 1,8% travaillent dans la couture, la musique, la réception, le suivi de sportifs ou la direction de bibliothèque.

Parmi les 44 anciens journalistes, 65,9% ont mentionné comme raison de quitter le secteur l'instabilité de l'emploi. 65,9% également ont mentionné l'instabilité des horaires, et 50% ont mentionné une volonté de vie de famille. Il aurait été intéressant de leur faire passer un test de personnalité également afin d'observer leur répartition des cinq facteurs du BFI-2. De la sorte, nous aurions pu comparer nos données à celles de Abha Ballah, et Lakhwinder Singh Kang et vérifier si leurs traits de personnalité influencent significativement l'équilibre travail-vie.

À la question « À la sortie des études, vous êtes-vous senti préparé au milieu professionnel ? », 60% ont répondu par la négative et 40% ont répondu par l'affirmative. Le cursus offert par le master en journalisme à l'Université de Liège a longtemps été la cause de ce résultat. L'ancienne formule du cursus, trop théorique selon les diplômés interrogés, ne préparait pas les étudiants à l'exercice de la profession. L'implantation du master sur le Média Campus de la Grand Poste depuis 2021 devrait, au long terme, améliorer ces résultats. L'infrastructure et le matériel mis à disposition préparent mieux les étudiants à leur future carrière. Si les prochaines promotions se voient proposer davantage de séances d'information sur – par exemple – le fonctionnement

administratif des journalistes indépendants ou encore sur les pièges à éviter en tant que pigiste, le taux d'étudiants devenant journalistes pourrait accroître.

Cependant, ce taux se verra toujours en étroite corrélation avec les conditions du métier. Les pigistes sont de plus en plus désireux de reconnaissance pour leur métier. Il en résulte que seule une amélioration des conditions des pigistes pourra résoudre.

L'analyse approfondie des quarante diplômés en journalisme tentait de mettre en avant leurs traits de personnalité et facettes que ces derniers peuvent cacher. Il serait intéressant de se pencher davantage sur la Théorie du Choix Vocationnel<sup>106</sup> de John L. Holland. Dans le cadre d'un choix professionnel, l'individu va opérer son choix sur base du processus qu'il a établi, selon une hiérarchie d'importance qu'il a lui-même construite sur base de son expérience. L'individu développe alors une sorte de processus selon lequel il va opérer des choix. À partir de cette théorie, nous pourrions expliquer comment les diplômés en journalisme choisissent leur carrière professionnelle en fonction de leur personnalité.

L'analyse de la personnalité des journalistes par le test BFI-2 peut s'avérer pertinente et offrir une nouvelle clé pour comprendre comment les diplômés en journalisme s'insèrent dans le milieu professionnel. Cependant, la comparaison des cinq dimensions (Extraversion ; Agréabilité ; Conscience ; Névrosisme ; Ouverture) avec Analyse de la variance (Anova) de nos trois groupes (JP ; JJ ; AJ) indique qu'aucun facteur de personnalité ne ressort de façon significative.

Parmi les quarante entretiens semi-directifs et tests de personnalité BFI-2 réalisés, les journalistes exerçant dans la presse nationale, la presse régionale, ou encore la presse magazine n'ont pas été dissociés. Pour être plus précis, peut-être aurait-il fallu classifier les profils par sous-catégorie et analyser la personnalité de chaque personne appartenant à leur sous-catégorie respective. De cette façon, il aurait été intéressant d'observer si un trait de personnalité se retrouve régulièrement dans la presse locale, dans la presse nationale, ou dans les métiers de la communication, par exemple.

---

<sup>106</sup> John L. Holland, « A Theory of Vocational Choice » dans *Journal of Counseling Psychology*, Vol. 6, N°1, National Merit Scholarship Corp., 1959.

Cependant, procéder de la sorte aurait conduit à des échantillons de plus petite taille encore, ce qui aurait rendu l'analyse davantage incertaine.

Rejoignant les propos de Paul T. Costa et Robert R. McCrae dans leur étude intitulée *Personality and Vocational Interests in an Adult Sample*, des recherches plus approfondies et retraçant l'évolution de la personnalité semblent nécessaires pour déterminer si les intérêts professionnels sont la cause ou l'effet des traits de personnalité des diplômés en journalisme, ou si les deux s'influencent mutuellement. Il faudrait probablement commencer cette recherche dès l'enfance ou l'adolescence, étaler l'analyse sur davantage de temps et séparer hommes et femmes.

Cela étant dit, il ressort de nos résultats que le facteur Névrosisme serait plus prépondérant chez les Journalistes Professionnels, mais la taille de l'échantillon, trop petite, ne permet pas d'affirmer une différence significative. Les faibles valeurs de F et les p-valeurs élevées indiquent que les variations entre les groupes sont probablement dues au hasard. De plus, les valeurs de  $\omega^2$  montrent que les groupes n'expliquent qu'une très petite portion de la variance totale. Ces résultats suggèrent que, pour les facteurs étudiés, il n'y a pas de différence significative entre les groupes de journalistes professionnels, jamais-journalistes, et anciens journalistes.

John Henningham expliquait, dans *The Journalist's Personality: An Exploratory Study*<sup>107</sup>, que son hypothèse première (H1) était retenue : les journalistes sont légèrement plus Extravertis que les autres. Ce n'est pas quelque chose que nous retrouvons dans la présente enquête. En revanche, en comparant le facteur Névrosisme chez ses 173 journalistes australiens, Henningham a observé que les journalistes étaient plus susceptibles d'être affectés par des commentaires négatifs adressés par le public. Cela coïncide avec nos résultats traduisant un Névrosisme – comprenant l'émotivité négative – légèrement plus élevés chez les Journalistes Professionnels. Nous pourrions alors conserver notre première hypothèse également : H1 = Les Journalistes Professionnels présentent un facteur plus prépondérant que les deux autres groupes.

---

<sup>107</sup> John Henningham, "The Journalist's Personality: An Exploratory Study" dans *Journalism & Mass Communication Quarterly*, Association for Education in Journalism and Mass Communication, 1997.

## CONCLUSION

Nous avons établi le paysage professionnel constitué par un échantillon de diplômés en journalisme pour les vingt dernières années. Il ressort que 74,8% des diplômés en journalisme de l'ULiège ne sont pas journalistes ; 25,2% exercent la profession. Les métiers de la communication se profilent au sein des personnes non journalistes, avec 77,7% d'individus concernés, au côté de l'enseignement avec 31,4%. Parmi les journalistes, 60,6% sont indépendants et 39,4% sont salariés en CDI ou CDD ; 28 (84,8%) sont journalistes à temps plein ; et 5 (15,2%) exercent la profession à temps partiel.

Nous avons également analysé la personnalité des diplômés en journalisme de l'ULiège avec approche qualitative hypothético-déductive. Les personnalités des individus influencent-elles les parcours ? Les journalistes professionnels arboreraient un facteur Névrosisme plus élevé que les non-journalistes : ils seraient plus concernés par l'émotivité négative. Ils auraient tendance à réagir sous le coup de l'émotion et avoir des réactions plus intenses. Cela peut concerner des personnes réfléchissant trop ou surinterprétant des événements ou paroles, et ce mode de fonctionnement peut diminuer la capacité à penser clairement et faire face au stress. Cependant, notre recherche révèle une limite non négligeable : l'échantillon de quarante personnes se révèle trop petit pour nous permettre de tirer des conclusions significatives.

Cette enquête soulève un point intéressant : l'effet générationnel, concernant les rapports parents-enfants ou concernant la santé mentale, sur le choix de carrière des diplômés. Les promotions plus âgées étaient moins minutieuses concernant les offres d'emploi qu'elles recevaient. Convaincus que leur formation limitait leur possibilité d'emploi, ils acceptaient plus facilement ce qui leur était proposé, dans le milieu journalistique ou non. Désormais, les plus jeunes promotions, mieux formées, sont plus pointilleuses.

Finalement, lors de cette enquête, de nombreuses problématiques relevées dans ces pages restent en suspens et ouvrent la porte à de nouvelles possibilités d'études : l'importance que joue l'effet générationnel sur les promotions des diplômés en journalisme, l'effet du suivi d'un cursus en journalisme à l'ULiège comparé à un autre cursus, la place qu'occupent les diplômés en

journalisme au sein des métiers de la communication et son impact, la place d'un rêve d'enfance dans le choix d'une carrière professionnelle, et bien d'autres.

## BIBLIOGRAPHIE

### OUVRAGES

ACCARDO Alain, *Journalistes précaires, journalistes au quotidien*, Agone, Marseille, 1995.

BASTIN Gilles, *Petit lexique du journalisme*, Grenoble, Presses universitaires de Grenoble, 2018.

DE BURGH Hugo, *Investigative journalism*, Ovon, Routledge, 2008.

DERÈZE Gérard, *Méthodes empiriques de recherche en communication*, Bruxelles, Éditions De Boeck Université, 2009.

FENNETEAU Hervé, *L'enquête : entretien et questionnaire*, Paris, Dunod, 3e éd., 2015.

HANSENNE Michel, *Psychologie de la personnalité*, De Boeck Supérieur, Bruxelles, 2021.

LABARTHE Gilles, *Mener l'enquête*, Lausanne, Éditions Antipodes, 2020.

LIBERT Manon, *et al.*, *Portrait des journalistes belges en 2023*, Academia Press, Gent, 2023.

LEFRESNE Florence, *Les Jeunes et l'emploi*, La Découverte, Paris, 2003.

LÉVI-STRAUSS Claude, *Anthropologie structurale*, Paris, Plon, 1996.

LUGEN Marine, Université Libre de Bruxelles, *Petit guide de méthodologie de l'enquête*, 2015.

STANDAERT Olivier, *Le journalisme flexible : trajectoires d'insertion, identités professionnelles et marché du travail des jeunes journalistes de Belgique francophone*, prom. GREVISSE Benoît et DERÈZE Gérard, Louvain-la-Neuve, 2015.

### ARTICLES SCIENTIFIQUES

Association des Journalistes Professionnels, *Le Guide du Pigiste, Être journaliste indépendant en Belgique*, Bruxelles, maison des journalistes, 2015.

BASTIN Gilles, « Max Weber et le démon du journalisme : Ordre de vie, anonymat et personnalité dans le siècle de la presse » dans *Travailler avec Max Weber* (GROSSEIN Jean-Pierre et HIBOU Béatrice), Maison des Sciences de l'Homme, 2022.

BASTIN Gilles & MACHUT Antoine, *Gravitation et dispersion dans les carrières des journalistes passés par la presse quotidienne nationale*, Temporalités, 2016.

BASTIN Gilles, « L'approche morphologique des mondes de l'information : modèles et données pour l'analyse séquentielle de la personnalité des journalistes » dans *Recherches en communication*, Vol. 43 : La (dis)continuité des carrières journalistiques : enjeux individuels et collectifs, Louvain-la-Neuve, UCLouvain, 2016.

BALLAH Abha et KANG S. Lakhwinder, « The Role of Personality in Influencing Work–Family Balance Experience: A Study of Indian Journalists » dans *Global Business Review*, 21 (4), Guru Nanak Dev University, 2018.

CARDON Vincent et ROHARIK Ionela, « Le déploiement temporel des inégalités de genre dans le monde du journalisme » dans *Temporalités*, [En ligne], 2016.

DE FRAIPONT Adrien, *et al.*, *Le métier de journaliste : de la précarisation à la recherche de nouveaux moyens d'action*, Les Cahiers, Éditions Smart, 2015.

CARPENTER Serena, HOAG Anne et GRANT August E., « An Examination of Print and Broadcast Journalism Students' Personality Traits » dans *Journalism & Communication Educator*, Vol. 73, pp. 147-166, 2017.

COSTA Paul T. et MCCRAE Robert R., « Personality and Vocational Interests in an Adult Sample » dans *Journal of Applied Psychology*, 390-400, 1984.

DEUZE Mark, « What is journalism? Professional identity and ideology of journalists reconsidered », *Journalism*, 6(4), 2005.

DEVILLARD Valérie *et al.*, *L'insertion et les parcours professionnels des diplômés de formations en journalisme*, Paris, Université Panthéon-Assas, 2017.

DEVILLARD Valérie, « Les trajectoires des journalistes détenteurs de carte de presse entre 1990 et 1998 : la montée de la précarité » dans *Communication et langages*, n°133, Dossier : L'information comme cristallisation de l'imaginaire, Presses universitaires de France (PUF), 2002.

DEVILLARD Valérie et LE SAULNIER Guillaume, « Sortir du journalisme : les diplômés en journalisme entre emplois instables et carrières déviantes » dans *Recherches en communication*, Vol. 43 : La (dis)continuité des carrières journalistiques : enjeux individuels et collectifs, Louvain-la-Neuve, UCLouvain, 2020.

EYSENCK J. Hans, “Dimensions of Personality” dans *Explorations in Temperament*, Springer Science+Business Media, New York, 1991.

FRISQUE Cégolène et SAITTA Eugénie, *Journalistes de la précarité : formes d’instabilité et modes d’adaptation*, Rapport pour le Département des études, de la prospective et de la statistique, Ministère de la culture et de la communication, 2011.

FRISQUE Cégolène, « Précarisation du journalisme et porosité croissante avec la communication » dans *Les Cahiers du Journalisme*, Lille, Presses de l’École supérieure de journalisme de Lille, 2014.

FOUQUET Annie, *Travail, emploi et activité – Une histoire sociale*, Centre d’Étude de l’Emploi, Noisy-le-Grand, 1998.

HENNINGHAM John, “The Journalist’s Personality: An Exploratory Study” dans *Journalism & Mass Communication Quarterly*, Association for Education in Journalism and Mass Communication, 1997, pp. 615-624.

HOLLAND John L., « A Theory of Vocational Choice » dans *Journal of Counseling Psychology*, Vol. 6, N°1, National Merit Scholarship Corp., 1959.

LAFARGNE Géraud, *Les diplômés du journalisme : sociologie générale de destins singuliers*, Rennes, Presses universitaires de Rennes, 2019.

LIGNIER Baptiste, SOTO Christopher J. et JOHN Oliver P., « Factor structure, psychometric properties, and validity of the Big Five Inventory-2 facets: evidence from the French adaptation (BFI-2-Fr) » dans *Current Psychology*, 2022.

MARCHETTI Dominique, *et al.*, « Les marchés du travail journalistique » dans *Devenir journalistes : les conditions d’entrée sur le marché du travail*, Centre européen de sociologie et de science politique et Centre d’Analyse et de Recherche Interdisciplinaires sur les Médias, 2001.

PLAISANT Odile, *et al.*, « Histoire des Big Fives : OCEAN des cinq grands facteurs de la personnalité. Introduction du Big Five Inventory français ou BFI-Fr » dans *Annales Médico-Psychologiques*, N°168, 2010.

STANDAERT Olivier, « À l’orée du journalisme, aux marges de ses idéaux » dans *Marchés du travail et trajectoires d’insertion des nouveaux journalistes de Belgique francophone*, Metz, Presses universitaires de Lorraine, 2016.

SOTO Christopher J. et JOHN Oliver P., “The Next Big Five Inventory (BFI-2): Developing and Assessing a Hierarchical Model With 15 Facets to Enhance Bandwidth, Fidelity and Predictive Power” dans *Journal of Personality and Social Psychology*, American Psychological Association, 2016.

TOURMEN Claire, « Activité, tâche, poste, métier, profession : quelques pistes de clarification et de réflexion » dans *Santé publique*, Vol. 19, Éditions S.F.S.P., 2007.

WAGNER Anne-Catherine Wagner, « Habitus » dans *Sociologie, les 100 mots de la sociologie*, Paris, Presses universitaires de France, coll. « Que sais-je ? », 2012.

## NOTES DE COURS

DURAND Pascal, *Analyse des institutions culturelles*, Université de Liège.

DURAND Pascal, *Introduction aux médias et à l’information*, Université de Liège.

JENOTTE Alain, *Techniques numériques du journalisme*, Université de Liège.

## SITOGRAPHIE

Association des Journalistes Professionnels (AJP) :

<https://www.ajp.be/presentation-ajp/#:~:text=L'AJP%2C%20la%20VVJ%20et,les%20professionnels%20de%20l'information>

Département Orientation :

<http://deporientation.free.fr/>

EUR-Lex :

<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/FR/TXT/?uri=CELEX%3A32016R0679>

Fédération Wallonie-Bruxelles, Service Général de l'Audiovisuel et des Médias (SGAM) :

<https://audiovisuel.cfwb.be/missions/service-medias/>

Google - Politique de confidentialité :

[https://www.gstatic.com/policies/privacy/pdf/20240328/kqt85t47/google\\_privacy\\_policy\\_fr-CA\\_eu.pdf](https://www.gstatic.com/policies/privacy/pdf/20240328/kqt85t47/google_privacy_policy_fr-CA_eu.pdf)

JPM Statistical Discovery, Portail des connaissances statistiques :

[https://www.jmp.com/fr\\_fr/statistics-knowledge-portal/one-way-anova.html](https://www.jmp.com/fr_fr/statistics-knowledge-portal/one-way-anova.html)

Onisep :

[https://www.onisep.fr/formation/les-principaux-domaines-de-formation/les-ecoles-de-journalisme#:~:text=Les%20%C3%A9coles%20de%20journalisme%20reconnues%20par%20la%20profession&text=Sept%20universit%C3%A9s%20\(Celsa%2C%20CUEJ%20%2C,%C3%A9cole%20\(bac%20%2B%205](https://www.onisep.fr/formation/les-principaux-domaines-de-formation/les-ecoles-de-journalisme#:~:text=Les%20%C3%A9coles%20de%20journalisme%20reconnues%20par%20la%20profession&text=Sept%20universit%C3%A9s%20(Celsa%2C%20CUEJ%20%2C,%C3%A9cole%20(bac%20%2B%205)

Université de Liège :

[https://www.uliege.be/cms/c\\_8699436/fr/uliege](https://www.uliege.be/cms/c_8699436/fr/uliege)

Université de Liège, Site du Département Médias, Culture et Communication :

[https://www.infocom.uliege.be/cms/c\\_4570518/fr/infocom-grand-poste-media-campus](https://www.infocom.uliege.be/cms/c_4570518/fr/infocom-grand-poste-media-campus)

**[Toutes ces sources ont été consultées pour la dernière fois le 13 août 2024.]**

# TABLE DES MATIÈRES

<i>REMERCIEMENTS</i> .....	2
<i>AVANT-PROPOS</i> .....	4
<i>INTRODUCTION</i> .....	6
<i>PARTIE 1</i> :.....	11
<i>PAYSAGE THÉORIQUE</i> .....	11
Chapitre 1 : Le marché journalistique .....	12
1. Plusieurs marchés.....	13
2. Quels débouchés ? .....	15
3. Le secteur de la communication .....	17
4. Plusieurs types de précarité.....	19
5. Le paysage belge .....	23
Chapitre 2 : La psychologie des journalistes.....	26
1. Une approche morphologique .....	26
2. Panorama d'études internationales.....	29
3. La Théorie du Choix Vocationnel.....	33
Chapitre 3 : Hypothèses liées au test de personnalité BFI-2 .....	55
<i>PARTIE 2</i> :.....	35
<i>APPROCHE MÉTHODOLOGIQUE</i> .....	35
Chapitre 1 : Identifier les diplômés en journalisme de l'ULiège malgré le RGPD .....	37
1. La voie administrative : Radius, Apparitorat, Alumni.....	37
2. L'obstacle du Règlement Général sur la Protection des Données (RGPD).....	39
3. Méthodes de recherche des diplômés en journalisme de l'ULiège .....	41
Chapitre 2 : Les étapes de l'enquête .....	44
1. Le questionnaire.....	44
1.1. Avantages organisationnels.....	44
1.2. Avantages méthodologiques .....	44
2. Les entretiens.....	45
2.1. Carnet d'entretien .....	45
2.2. Test de personnalité .....	46
2.3. Les entretiens semi-directifs.....	51
<i>PARTIE 3</i> :.....	56
<i>RÉSULTATS</i> .....	56
Chapitre 1 : Le questionnaire en ligne.....	57
1. Sexe, nationalité et pays de résidence .....	57
2. Professions .....	57
2.1. Les journalistes (n=33).....	57
2.2. Les non-journalistes (n=98) .....	61
Chapitre 2 : Les entretiens semi-directifs.....	67
3. Les études .....	67
4. La préparation au monde professionnel .....	68

5.	La carrière professionnelle.....	70
6.	Les professions parentales.....	72
7.	Les conditions du métier de journaliste.....	73
7.1.	La valorisation financière.....	73
7.2.	L'évolution professionnelle.....	74
8.	La santé mentale.....	75
8.1.	La santé mentale des journalistes.....	76
8.2.	La santé mentale des anciens journalistes.....	77
<i>PARTIE 4 :.....</i>		<i>79</i>
<i>ANALYSE DES TRAITS DE PERSONNALITÉ.....</i>		<i>79</i>
Chapitre 1 : Analyse des cinq dimensions du BFI-2 au sein de nos trois groupes (JP, AJ, JJ).....		80
1.	Le facteur Extraversion (Annexe 11).....	81
2.	Le facteur Agréabilité (Annexe 12).....	82
3.	Le facteur Conscience (Annexe 13).....	82
4.	Le facteur Névrosisme (Annexe 14).....	83
5.	Le facteur Ouverture (Annexe 15).....	83
Chapitre 2 : Analyse des cinq dimensions du BFI-2 au sein de nos trois groupes en comparaison à l'échantillon (660 personnes) du Professeur Hansenne.....		84
<i>DISCUSSION.....</i>		<i>86</i>
<i>CONCLUSION.....</i>		<i>89</i>
<i>BIBLIOGRAPHIE.....</i>		<i>91</i>
OUVRAGES.....		91
ARTICLES SCIENTIFIQUES.....		91
NOTES DE COURS.....		94
<i>SITOGRAPHIE.....</i>		<i>95</i>
<i>TABLE DES MATIÈRES.....</i>		<i>96</i>
<i>ANNEXES.....</i>		<i>98</i>

## ANNEXES

**Annexe 1** - Répartition des réponses à la question « Vous considérez-vous, à l'heure actuelle, comme journaliste professionnel·le ? ».



**Annexe 2** – Questionnaire Google Forms.

Lien : [https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSdftbdh0WrqlcXZkGS-UBsyiv4iAlJjy7jLK1G4PKdk3WAmqQ/viewform?usp=sf\\_link](https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSdftbdh0WrqlcXZkGS-UBsyiv4iAlJjy7jLK1G4PKdk3WAmqQ/viewform?usp=sf_link)

**Annexe 3** – Carnet d'entretien.

Lien : <https://docs.google.com/document/d/1efS5f0C5yVpRuORphPBC6ObNiLdFe-0E/edit>

**Annexe 4** – Exemple d'e-mail de confirmation du rendez-vous pour l'entretien.

Bonjour ■■■■,

Vous avez normalement reçu un e-mail d'invitation à notre rendez-vous visio du mardi 12 mars 2024 à 11h00.

Au cas où, voici le lien : [REDACTED]

En pièce jointe, vous trouverez le document avec les questions, et le document avec le test de personnalité. Normalement, vous n'avez même pas besoin d'imprimer les dossiers, vous pouvez directement rédiger dessus avec votre ordinateur.

Dans l'ordre : vous commencez par les questions ouvertes, et puis le test de personnalité.

Puis-je vous demander de me renvoyer ces documents complétés pour le 10 mars 11h00 au plus tard ?

Attention - Le document avec les questions ouvertes comprend des questions assez personnelles. Sentez-vous libre de ne pas répondre à certaines questions si vous le désirez.

Merci pour votre temps,

Laura Hoebeke

#### **Annexe 5 – Répartition des réponses à la question « Sexe : » dans le questionnaire en ligne.**

SEXE	NOMBRE
HOMME	63
FEMME	67
X	1
	131

#### **Annexe 6 – Répartition des réponses à la question « Nationalité : » dans le questionnaire en ligne.**

NATIONALITÉ	NOMBRE
BELGE	117
FRANÇAIS	9
ESPAGNOL	2
ALLEMAND	1
MAROCAIN	1
PORTUGUAIS	1
	131

**Annexe 7** - Répartition des réponses à la question « Pays de résidence : » dans le questionnaire en ligne.

PAYS DE RÉSIDENCE	NOMBRE
BELGIQUE	115
FRANCE	7
SUISSE	2
GRAND DUCHÉ DU LUX.	2
ALLEMAGNE	2
CANADA	1
TUNISIE	1
POLOGNE	1
	131

**Annexe 8** - Répartition des sexes des 40 personnes vues en entretien, ainsi que le groupe auquel ils appartiennent et leur année de promotion. 14 JP = journalistes professionnels ; 14 JJ = jamais-journalistes ; 12 AJ = anciens journalistes.

ANNÉE DE PROMOTION	HOMME(S)	FEMME(S)
2001	1 JP	1 JJ
2002	1 AJ et 1 JJ	/
2003	1 JJ	1 AJ
2004	1 JP	1 JJ
2005	/	1 JJ
2006	/	1 AJ – 1 JJ
2007	/	1 AJ – 1 JJ
2008	/	/
2009	1 AJ	
2010	1 JJ	1 AJ
2011	1 JP	1 JJ
2012	/	1 AJ – 1 JP
2013	1 AJ	1 JJ
2014	1 AJ	1 JP
2015	/	1 JJ
2016	1 JP	/
2017	1 JJ	1 AJ
2018	1 JP	1 JP
2019	1 JP	1 JP
2020	/	1 JP

2021	1 JP – 1 AJ	/
2022	1 AJ	1 JP
2023	1 JJ	1 JJ – 1 JP
	18 HOMMES	22 FEMMES

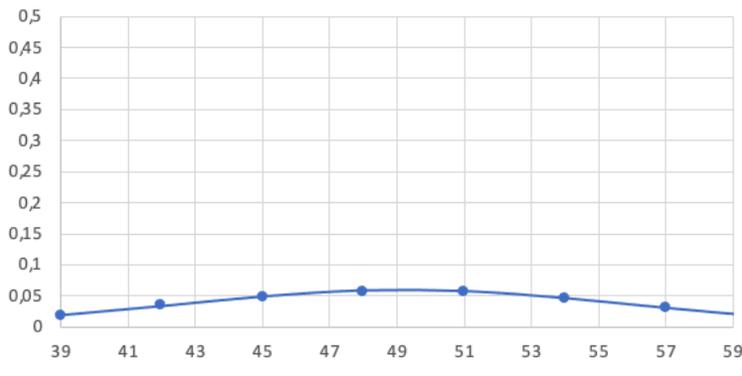
**Annexe 9 - Professions des 40 personnes vues en entretien.**

PROFESSION	HOMME(S)	FEMME(S)
Journaliste	7	7
Chargé/resp. de com.	1	7
Politique	1	2
Attaché de presse	2	/
Recherche universitaire	1	1
Chômage	1	1
Traducteur	1	/
Secteur de l'énergie	1	/
Responsable RH	/	1
Agent sportif	1	/
Enseignant	/	1
Réceptionniste	/	1
Formateur	1	/
Gestionnaire de projet	1	/
Responsable distribution pour un média	/	1
	18 HOMMES	22 FEMMES

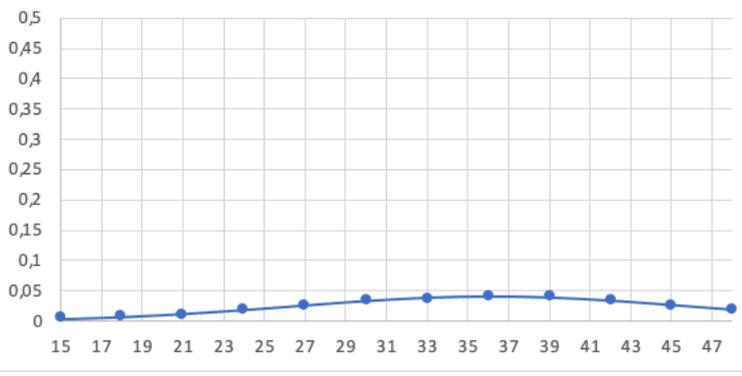
**Annexe 10** – Courbes de Gauss des cinq dimensions de la personnalité des trois groupes (JP ; JJ ; AJ).



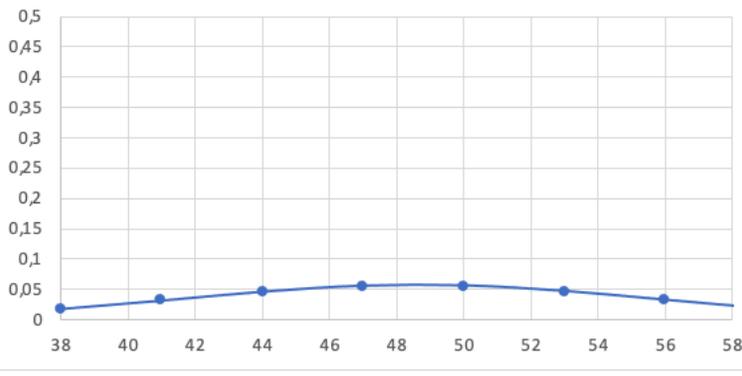
Facteur Conscience chez les journalistes professionnels

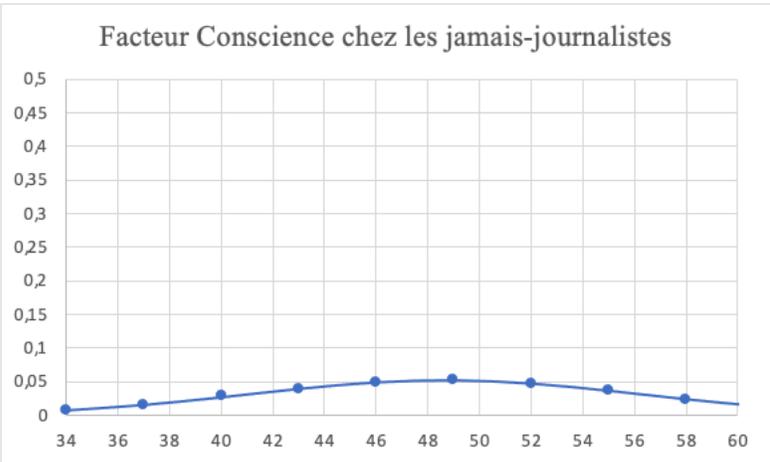
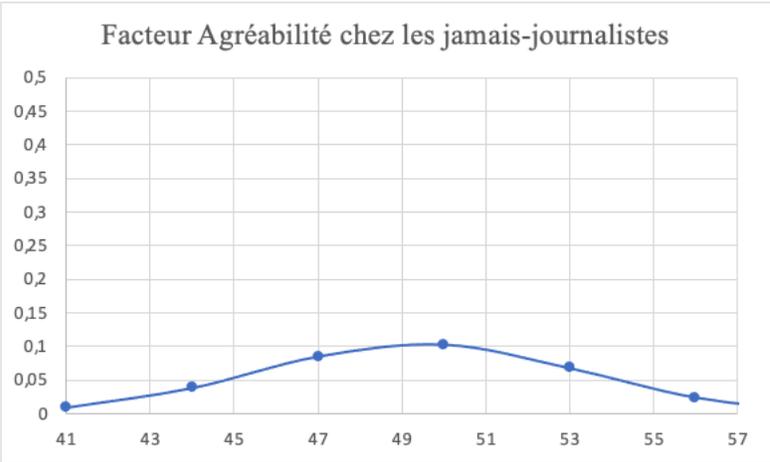
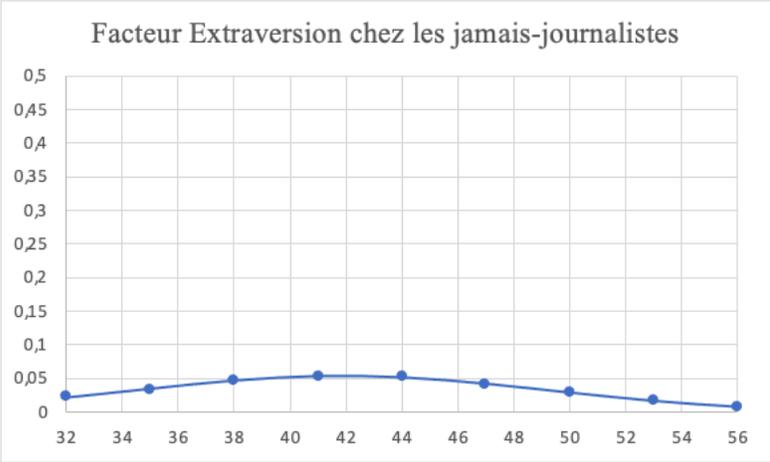


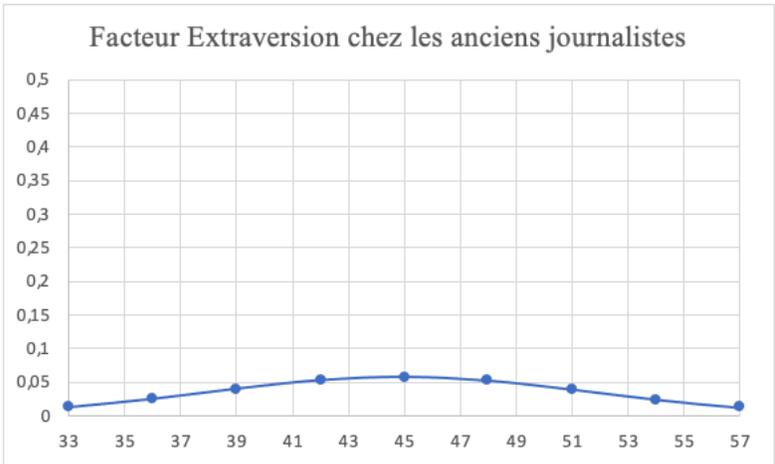
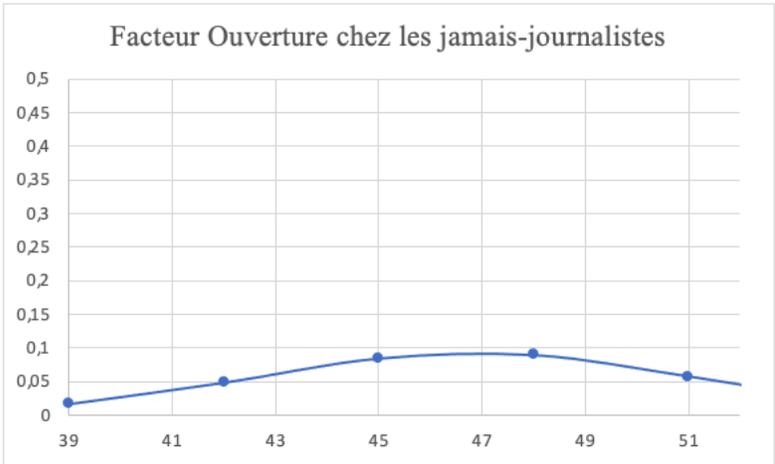
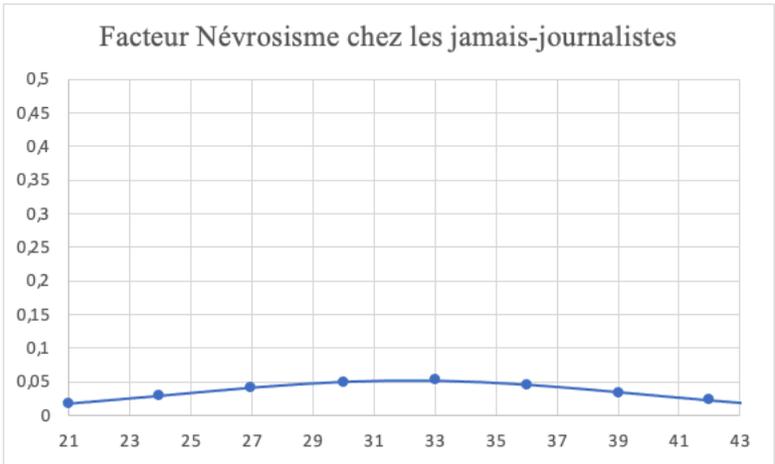
Facteur Névrosisme chez les journalistes professionnels

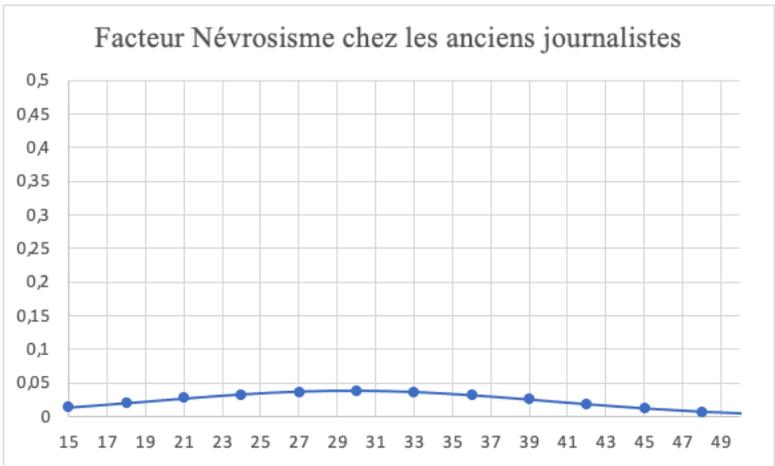
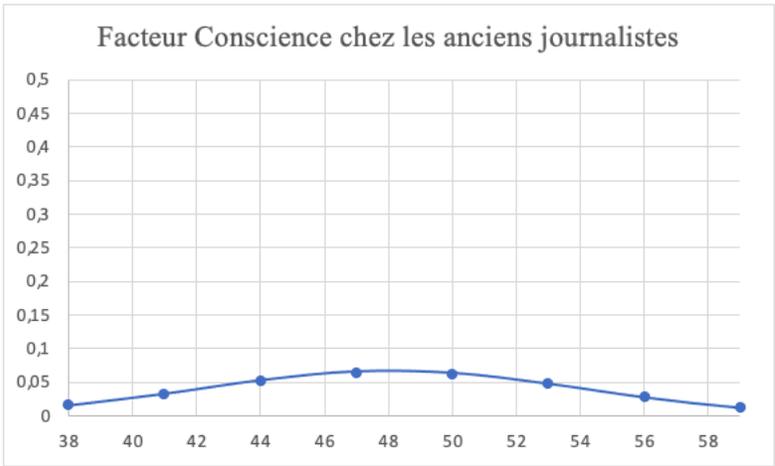
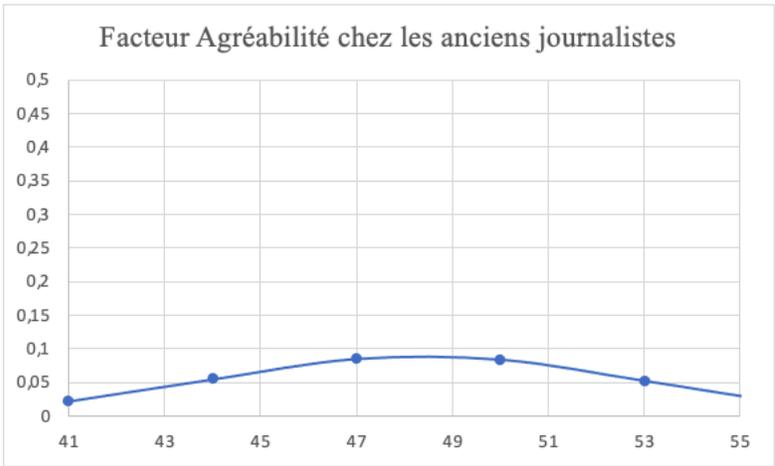


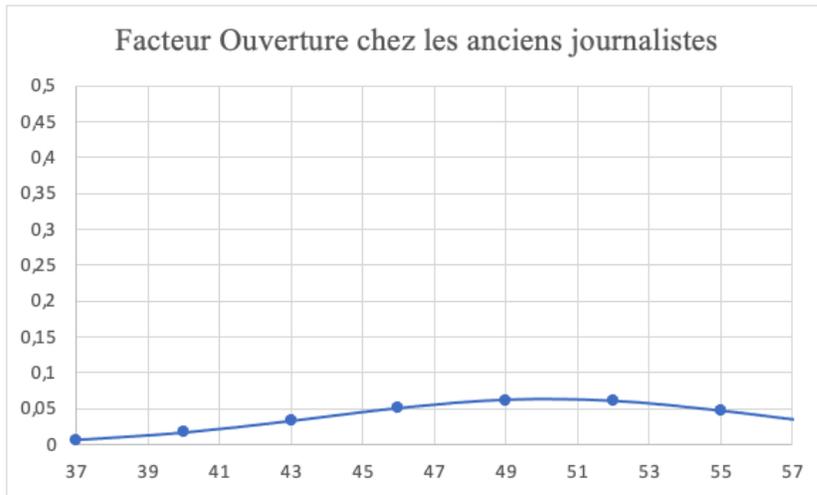
Facteur Ouverture chez les Journalistes professionnels











## Annexe 11 – Anova du facteur Extraversion.

ANOVA – Facteur Extraversion

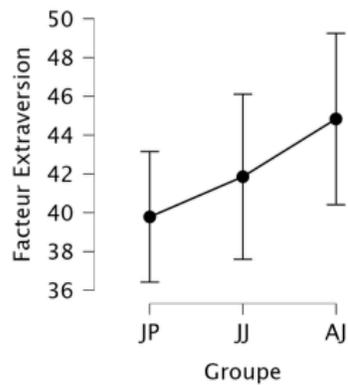
Cases	Sum of Squares	df	Mean Square	F	p	$\omega^2$
Groupe	165.237	2	82.618	1.818	0.177	0.039
Residuals	1681.738	37	45.452			

Note. Type III Sum of Squares

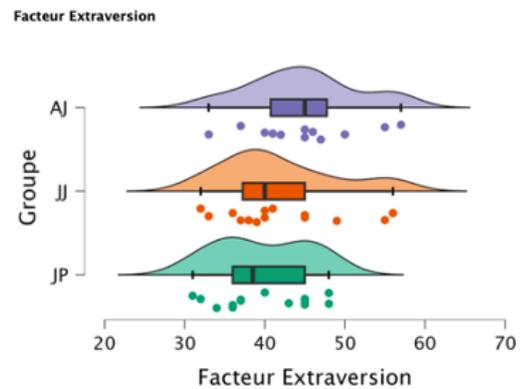
Descriptives – Facteur Extraversion

Groupe	N	Mean	SD	SE	Coefficient of variation
JP	14	39.786	5.833	1.559	0.147
JJ	14	41.857	7.378	1.972	0.176
AJ	12	44.833	6.952	2.007	0.155

Descriptives plots



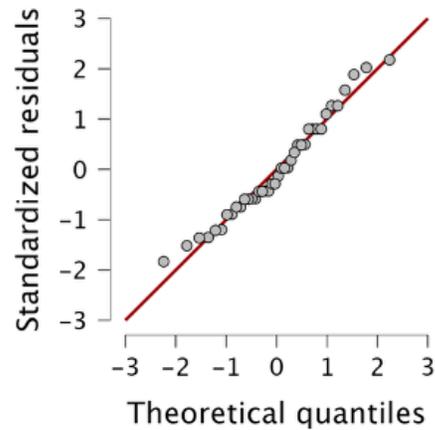
Raincloud plots



Test for Equality of Variances (Levene's)

F	df1	df2	p
0.156	2.000	37.000	0.857

Q-Q Plot



Post Hoc Tests

Standard (LSD)

Post Hoc Comparisons - Groupe

		Mean Difference	SE	t	Ptukey
JP	JJ	-2.071	2.548	-0.813	0.697
	AJ	-5.048	2.652	-1.903	0.152
JJ	AJ	-2.976	2.652	-1.122	0.507

Note. P-value adjusted for comparing a family of 3

**Annexe 12 – Anova du facteur Agréabilité.**

ANOVA – Facteur Agréabilité

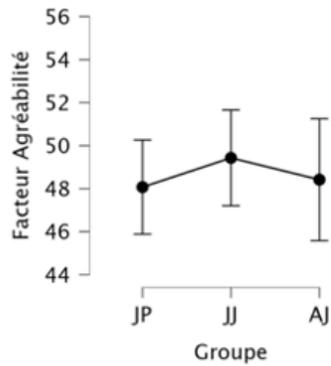
Cases	Sum of Squares	df	Mean Square	F	p	$\omega^2$
Groupe	13.826	2	6.913	0.427	0.656	0.000
Residuals	599.274	37	16.197			

Note. Type III Sum of Squares

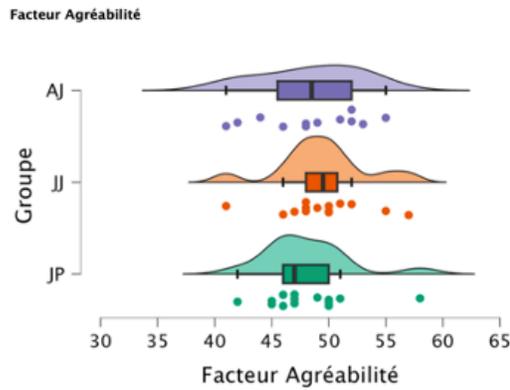
Descriptives – Facteur Agréabilité

Groupe	N	Mean	SD	SE	Coefficient of variation
JP	14	48.071	3.792	1.013	0.079
JJ	14	49.429	3.857	1.031	0.078
AJ	12	48.417	4.461	1.288	0.092

Descriptives plots



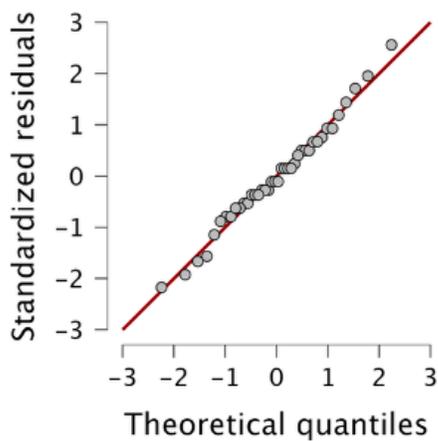
Raincloud plots



Test for Equality of Variances (Levene's)

F	df1	df2	p
0.462	2.000	37.000	0.634

Q-Q Plot



## Post Hoc Tests

### Standard (LSD)

Post Hoc Comparisons – Groupe

		Mean Difference	SE	t	Ptukey
JP	JJ	-1.357	1.521	-0.892	0.649
	AJ	-0.345	1.583	-0.218	0.974
JJ	AJ	1.012	1.583	0.639	0.800

Note. P-value adjusted for comparing a family of 3

## Annexe 13 – Anova du facteur Conscience.

ANOVA – Facteur Conscience

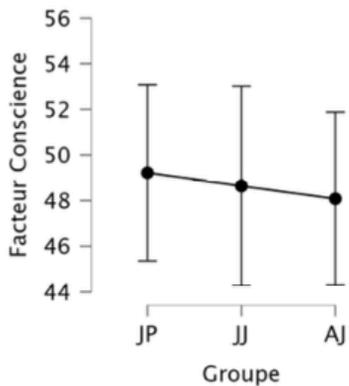
Cases	Sum of Squares	df	Mean Square	F	p	$\omega^2$
Groupe	8.287	2	4.143	0.089	0.915	0.000
Residuals	1722.488	37	46.554			

Note. Type III Sum of Squares

Descriptives – Facteur Conscience

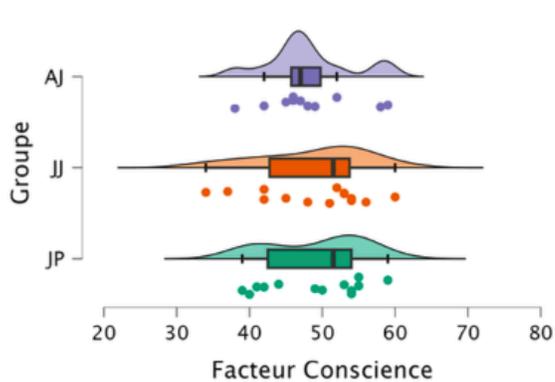
Groupe	N	Mean	SD	SE	Coefficient of variation
JP	14	49.214	6.693	1.789	0.136
JJ	14	48.643	7.581	2.026	0.156
AJ	12	48.083	5.977	1.725	0.124

### Descriptives plots



### Raincloud plots

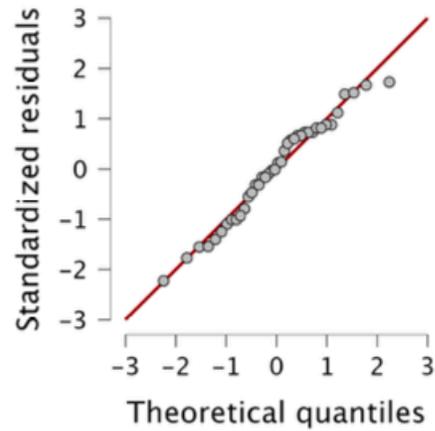
Facteur Conscience



Test for Equality of Variances (Levene's)

F	df1	df2	p
1.021	2.000	37.000	0.370

Q-Q Plot



Post Hoc Tests

Standard (LSD)

Post Hoc Comparisons – Groupe

		Mean Difference	SE	t	Ptukey
JP	JJ	0.571	2.579	0.222	0.973
	AJ	1.131	2.684	0.421	0.907
JJ	AJ	0.560	2.684	0.208	0.976

Note. P-value adjusted for comparing a family of 3

**Annexe 14 – Anova du facteur Névrosisme.**

ANOVA – Facteur Névrosisme

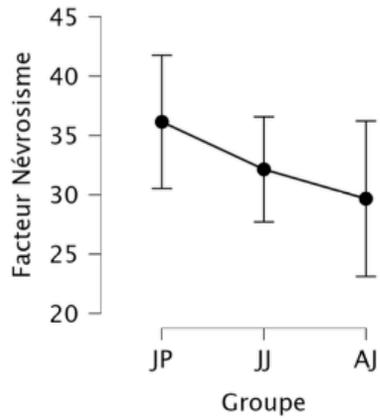
Cases	Sum of Squares	df	Mean Square	F	p	$\omega^2$
Groupe	280.305	2	140.152	1.640	0.208	0.031
Residuals	3162.095	37	85.462			

Note. Type III Sum of Squares

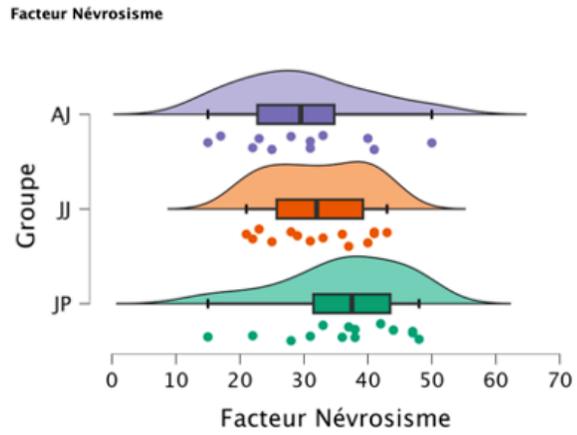
Descriptives - Facteur Névrosisme

Groupe	N	Mean	SD	SE	Coefficient of variation
JP	14	36.143	9.726	2.599	0.269
JJ	14	32.143	7.675	2.051	0.239
AJ	12	29.667	10.299	2.973	0.347

Descriptives plots



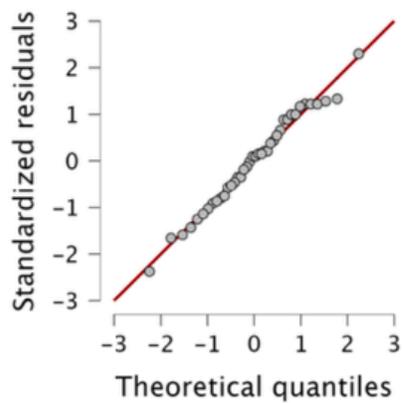
Raincloud plots



Test for Equality of Variances (Levene's)

F	df1	df2	p
0.244	2.000	37.000	0.785

Q-Q Plot



## Post Hoc Tests

### Standard (LSD)

Post Hoc Comparisons – Groupe

		Mean Difference	SE	t	Ptukey
JP	JJ	4.000	3.494	1.145	0.493
	AJ	6.476	3.637	1.781	0.190
JJ	AJ	2.476	3.637	0.681	0.776

Note. P-value adjusted for comparing a family of 3

## Annexe 15 – Anova du facteur Ouverture.

ANOVA – Facteur Ouverture

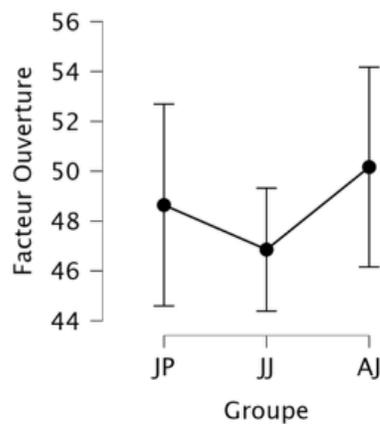
Cases	Sum of Squares	df	Mean Square	F	p	$\omega^2$
Groupe	71.380	2	35.690	1.005	0.376	$2.255 \times 10^{-4}$
Residuals	1314.595	37	35.530			

Note. Type III Sum of Squares

Descriptives – Facteur Ouverture

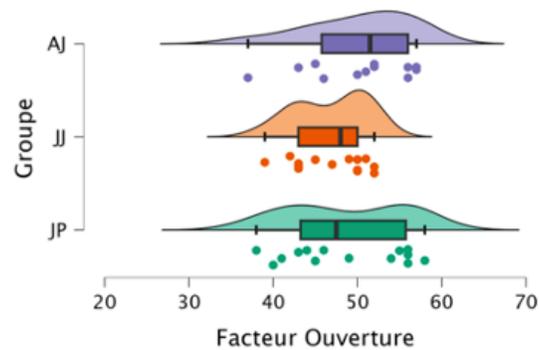
Groupe	N	Mean	SD	SE	Coefficient of variation
JP	14	48.643	7.012	1.874	0.144
JJ	14	46.857	4.276	1.143	0.091
AJ	12	50.167	6.308	1.821	0.126

## Descriptives plots



## Raincloud plots

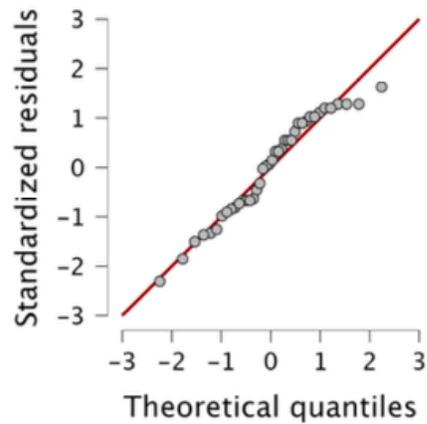
Facteur Ouverture



Test for Equality of Variances (Levene's)

F	df1	df2	p
2.823	2.000	37.000	0.072

Q-Q Plot



Post Hoc Tests

Standard (LSD)

Post Hoc Comparisons – Groupe

		Mean Difference	SE	t	Ptukey
JP	JJ	1.786	2.253	0.793	0.710
	AJ	-1.524	2.345	-0.650	0.794
JJ	AJ	-3.310	2.345	-1.411	0.346

Note. P-value adjusted for comparing a family of 3

**Annexe 16** – Notes standards des journalistes professionnels hommes (JPH).

Scores bruts	Dimensions et facettes	Score z	Score Stand
39,4	Extraversion	-0,1	49
47,4	Agréabilité	0,5	55
47,4	Conscienciosité	0,8	<b>58</b>
40	Neuroticisme	0,4	54
47,2	Ouverture	0,2	52

**Annexe 17** – Notes standards des journalistes professionnels femmes (JPF).

Scores bruts	Dimensions et facettes	Score z	Score Stand
40	Extraversion	-0,1	49
48,4	Agréabilité	0,3	53
50,2	Conscienciosité	0,9	<b>59</b>
34	Neuroticisme	-0,7	<b>43</b>
49,4	Ouverture	0,6	<b>56</b>

**Annexe 18** – Notes standards des anciens journalistes hommes (AJH).

Scores bruts	Dimensions et facettes	Score z	Score Stand
46,6	Extraversion	0,8	<b>58</b>
49	Agréabilité	0,7	<b>57</b>
49,8	Conscienciosité	1,1	<b>61</b>
28,5	Neuroticisme	-0,7	<b>43</b>
49,1	Ouverture	0,5	55

**Annexe 19** – Notes standards des anciens journalistes femmes (AJF).

Scores bruts	Dimensions et facettes	Score z	Score Stand
45,3	Extraversion	0,6	<b>56</b>
46,3	Agréabilité	-0,1	49
47,3	Conscienciosité	0,5	55
26,6	Neuroticisme	-1,5	<b>35</b>
54,6	Ouverture	1,3	<b>63</b>

**Annexe 20** – Notes standards des jamais-journalistes hommes (JJH).

Scores bruts	Dimensions et facettes	Score z	Score Stand
42,5	Extraversion	0,3	53
49,2	Agréabilité	0,7	<b>57</b>
51,2	Conscienciosité	1,3	<b>63</b>
31,5	Neuroticisme	-0,4	46
48,5	Ouverture	0,4	54

**Annexe 21** – Notes standards des jamais-journalistes femmes (JJF).

Scores bruts	Dimensions et facettes	Score z	Score Stand
41,6	Extraversion	0,1	51
50,2	Agréabilité	0,6	<b>56</b>
47,75	Conscienciosité	0,6	<b>56</b>
31,25	Neuroticisme	-1,0	<b>40</b>
45,75	Ouverture	0,2	52