per
sge

Communication et langages

Cartes et graphiques dans la presse

Jean-Daniel Gronoff, Jacques Bertin

Résumé

Cet article de J.D. Gronoff traite des aspects essentiels des travaux et des recherches effectués par Jacques Bertin, directeur d'études à l'Ecole pratique des hautes études, directeur du Laboratoire de cartographie et auteur de l'ouvrage capital «la Sémiologie graphique» (Paris, Mouton, 1967). Jacques Bertin lui-même présente le texte de J.D. Gronoff.

Citer ce document / Cite this document :

Gronoff Jean-Daniel, Bertin Jacques. Cartes et graphiques dans la presse. In: Communication et langages, n°17, 1973. pp. 84-103.

doi : 10.3406/colan.1973.3989

http://www.persee.fr/doc/colan_0336-1500_1973_num_17_1_3989

Document généré le 15/10/2015

BY: creative commons

CARTES ET GRAPHIQUES DANS LA PRESSE

par J. D. Gronoff

Cet article de J.D. Gronoff traite des aspects essentiels des travaux et des recherches effectués par Jacques Bertin, directeur d'études à l'Ecole pratique des hautes études, directeur du Laboratoire de cartographie et auteur de l'ouvrage capital « la Sémiologie graphique » (Paris, Mouton, 1967). Jacques Bertin lui-même présente le texte de J.D. Gronoff.

LA GRAPHIQUE MODERNE

L'image a généralement pour objet de susciter une relation d'analogie entre des formes et des couleurs d'une part et le lecteur (récepteur) d'autre part. Dans ce cas, le travail de lecture se situe *entre le signe et sa signification.*

L'intention de la Graphique est fondamentalement différente. Un diagramme, un réseau (organigramme) ou une carte ont pour objet de faire apparaître toutes les relations qui existent entre des éléments rigoureusement définis et connus (monosémie). Le travail de lecture se situe *entre les significations.* En conséquence, un graphique sert d'abord à son propre auteur pour découvrir ce qu'il faut dire. Un graphique peut ensuite servir à le dire aux autres, mais c'est toujours un usage second. Cela explique bien des erreurs et pourquoi il ne suffit pas d'avoir de la « patte » pour dessiner un diagramme efficace. En fait, on ne « dessine » pas un diagramme. On le construit et on le reconstruit jusqu'à ce que l'information qu'il transcrit « crache » *toutes* les relations qu'elle contient.

Et ceci est nouveau. Des procédés très simples, que chacun peut mettre en œuvre, ou très sophistiqués (ordinateurs) ont rompu le carcan millénaire de la fixité de l'image. Devenue manipulable par superpositions, juxtapositions, transformations, permutations, autorisant des groupements et des classements, la Graphique est passée de l'*image morte,* de l'« illustration », à l'*image vivante,* opérationnelle, instrument de découverte et démonstration accessible à tous.

L'article de J.D. Gronoff montre, par quelques exemples, la différence entre les deux âges de la Graphique et la puissance informative des constructions qui obéissent aux lois naturelles de la perception visuelle. En même temps apparaissent les conséquences que peut avoir la Graphique sur le discours lui-même et sur la mise en page, qui deviennent les éléments d'un unique système de communication « scripto-graphique » intégrant le verbe et l'image.

J. Bertin

Persée creative commons

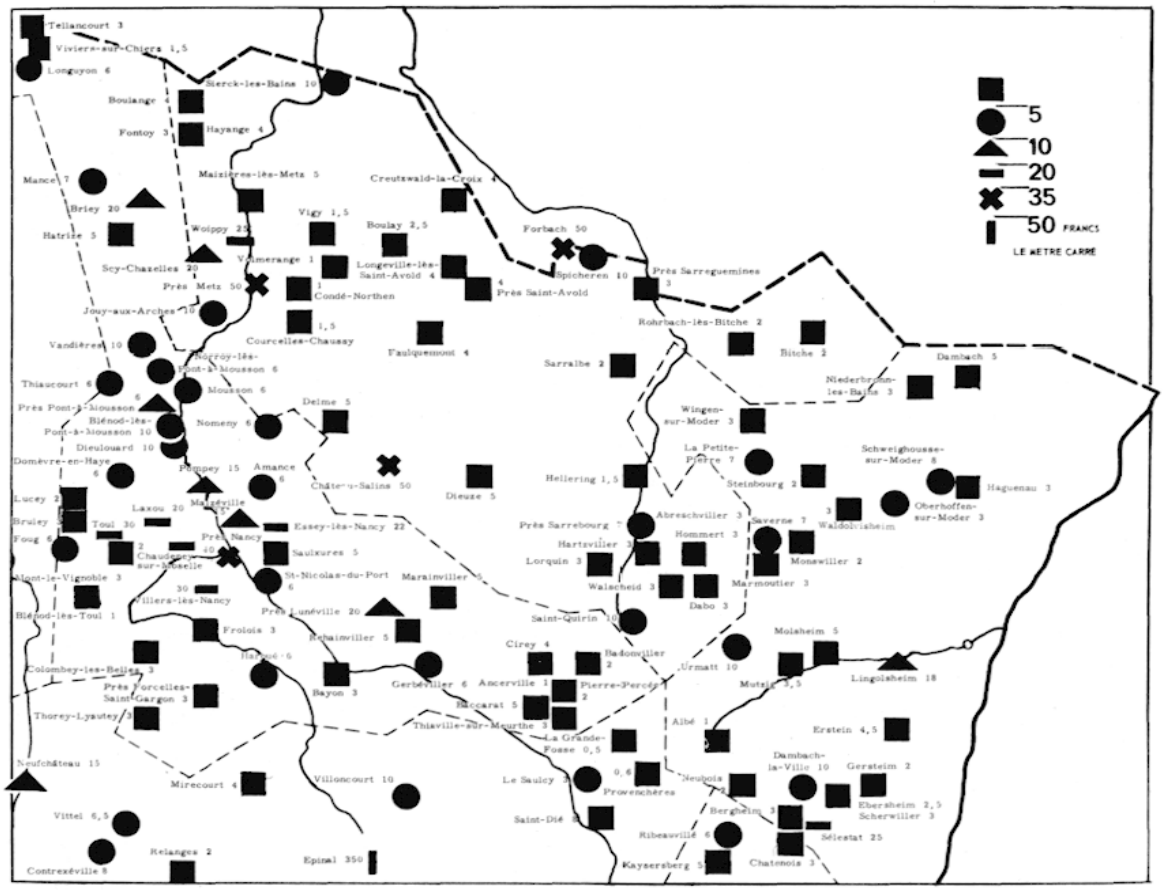
A quoi servent les graphiques, les cartes géographiques qui accompagnent certains articles de presse ? Dans l'édition ils portent le même nom que les photographies : ce sont des « illustrations ». Le graphique *illustre* l'article. Il témoigne ainsi de la volonté de rendre la perception plus agréable. En même temps il avertit de la nature scientifique du sujet ou, tout au moins, de la manière « scientifique » qui a présidé à l'élaboration de l'article. Les graphiques sont en quelque sorte une « image de marque » qui, à la limite, peut n'avoir que de faibles rapports avec le contenu de l'article.
Dans bien des cas, cependant, l'auteur fait appel aux « graphiques » pour *faciliter la communication,* pour faire état de relations difficilement exprimables par le texte ou même incompatibles avec le langage verbal. Cet usage souvent intuitif de la graphique met en lumière l'efficacité de ce langage, mais quelquefois aussi l'ignorance de ses lois et de ses remarquables possibilités. Cette fonction de communication est développée à travers trois exemples tirés de la presse quotidienne et magazine.

1 - *Une carte doit pouvoir répondre facilement à tous les types de question (Elle,* 1959, « Le prix des terrains dans la France de l'Est », pages 86 et 87).
2 - *Un graphique se classe différemment suivant qu'il sert à l'élaboration du contenu de l'article ou qu'il vise à la communication efficace de ce contenu (le Monde,* 1er avril 1969, « L'industrie électrique française face à la concurrence étrangère », pages 88 à 93).
3 - *Comment prendre en compte une information très abondante, pour en découvrir l'essentiel et non pour le choisir a priori ?* On comparera ici l'article du *Monde* (17 août 1971, « Les prix sont plus élevés à Paris que dans les autres villes »), l'article de *l'Express* (26 juillet-1er août 1971, « Le tour du monde des prix ») et le document d'origine publié par l'Union des Banques suisses (juin 1971, « Prix et salaires dans 31 villes »).

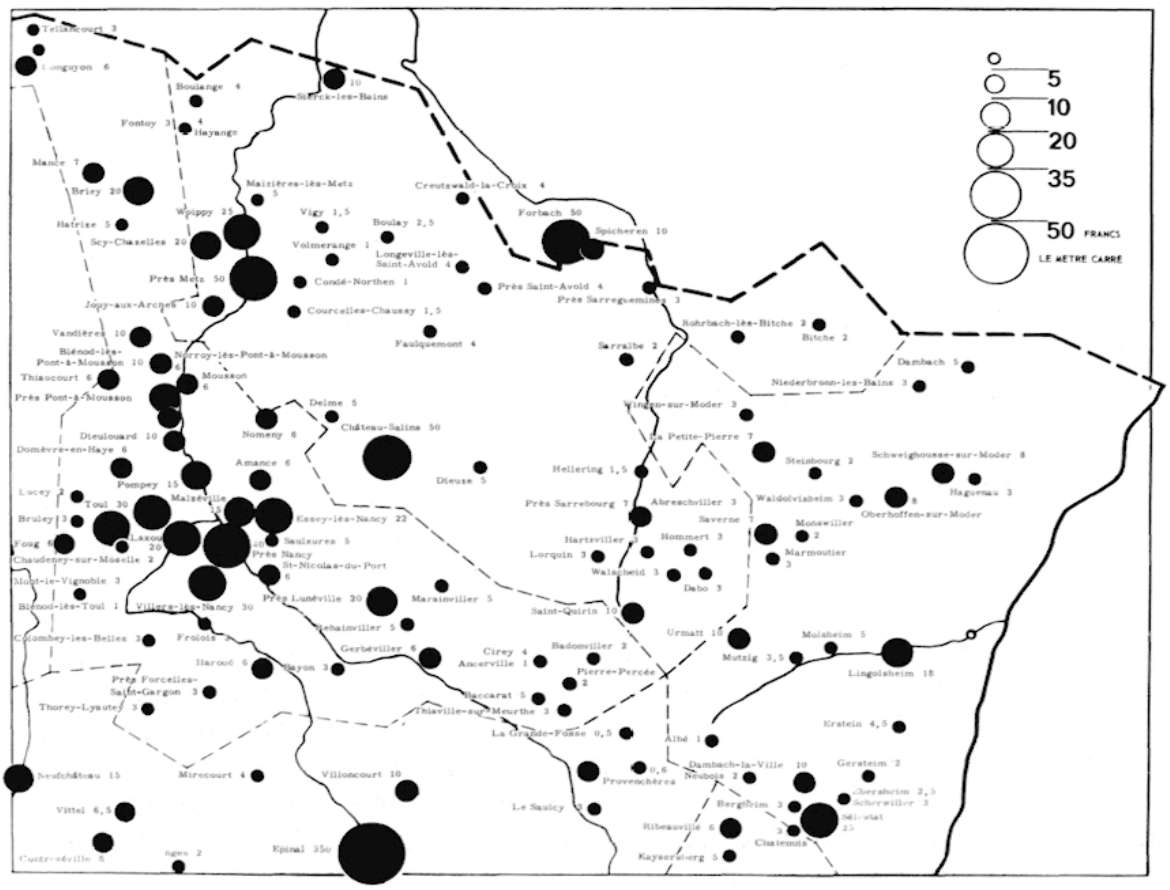
Le lecteur voudra bien excuser une certaine densité du texte et une certaine rigidité de la mise en page, en partie imposées par le sujet et le format.

Chaque double page a été conçue comme une unité de lecture. Nous nous sommes ainsi efforcé de toujours mettre dans la même double page la mauvaise représentation graphique et la solution que nous en proposons. Par ailleurs, lorsqu'un article original est reproduit dans une double page, nous supposons que le lecteur aura d'abord pris connaissance de ce document avant de passer à la suite.

Exemple 1
REPONDRE FACILEMENT
A TOUS LES TYPES DE QUESTION



A.
D'après « Elle ».



B.
Carte établie par nos soins.

COMBIEN COUTE LE TERRAIN A VITTEL ?

En 1959, l'hebdomadaire *Elle* a publié une série de cartes sur le prix du mètre carré de terrain à bâtir dans un certain nombre de communes de France, afin sans doute que chaque ménage français puisse profiter des joies de la campagne...
Pour un lecteur habitant l'Est de la France et pour celui qui a déjà décidé d'y installer sa petite — ou sa grande — résidence secondaire, la carte A apporte sans difficulté la réponse à la première question que tous deux vont se poser : « Combien coûte le terrain là où j'habite, combien coûte le mètre carré là où je dois m'installer ? »

Ainsi, le lecteur qui a décidé de vivre à Vittel (en bas de la carte, à gauche) sait rapidement que le prix du terrain s'y élève à 6,5 francs le mètre carré, en 1959 !
Pour toute question du type « quel est le prix du terrain à tel endroit ? », la carte A est satisfaisante.

OU SONT LES TERRAINS BON MARCHE ?

Cette question plus globale peut être soulevée aussi bien par les deux lecteurs précédents que par le lecteur dont la décision de bâtir sera fonction du prix du terrain le plus bas, ou le lecteur simplement curieux de voir les bons coins de la France de l'Est.

La carte A ne peut répondre à cette question. Le lecteur devrait passer trop de temps à comparer tous les prix publiés dans la carte, et il y en a 117. Les signes de formes différentes ne servent à rien pour ce type de question globale. *La variation de taille des cercles de la carte B* rend la réponse à cette question facile et automatique — les Vosges ne sont pas chères — sans gêner pour autant la lecture détaillée de chaque prix si besoin est.

La carte B, faite de cercles proportionnels aux catégories de prix de terrain, s'avère d'une utilité et d'une efficacité incomparables : *elle répond immédiatement à tous les types de questions et satisfait, par là même, tous les genres de lecteurs.* En outre, elle facilite le travail du journaliste, qui n'aura aucune difficulté à faire un commentaire original ou un titre « terrible » comme « Oui ! vous aurez l'Alsace et la Lorraine... pour presque rien ! »

Toute représentation graphique se doit de donner facilement toutes les réponses qu'attendent ses différents utilisateurs, et il en est de même des diagrammes et des cartes.

Exemple 2
UN GRAPHIQUE UTILE SE CONSTRUIT COMME UN TABLEAU A DOUBLE ENTREE

« Le Monde », 1er avril 1969.

L'INDUSTRIE ÉLECTRIQUE FRANÇAISE FACE A LA CONCURRENCE INTERNATIONALE

La C.G.E., Thomson-Brandt-C.S.F. et Alsthom vont tenter de coordonner leurs activités

L'INDUSTRIE de la construction électrique, si elle a des faiblesses a au moins le mérite de les connaître. C'est dans sa propre revue professionnelle qu'on lisait, en octobre 1968, ces observations : parmi les plus grandes entreprises de la construction électrique dans le monde, les sept premières places sont occupées par des entreprises américaines, la première française venant en dix-neuvième position ; le chiffre d'affaires de la plus importante des sociétés américaines est le triple de celui de la première firme européenne, et dix fois celui de la première firme française ; les trois premières entreprises françaises représentent globalement un chiffre d'affaires inférieur de 23 % à celui de Philips (Pays-Bas), de 22 % à celui du nouveau groupe English Electric - Associated Electrical Industries - General Electric et de 6 % à celui de Siemens (Allemagne fédérale).

De commission en assemblée, il y a plus d'un lustre qu'on déplore la vulnérabilité relative des entreprises françaises de construction électrique. Parmi les causes de ce phénomène, la répartition désordonnée des activités entre les différentes parties prenantes et la taille insuffisante de leurs unités de production sont déterminantes. Différentes hypothèses de travail pour la restructuration de cette industrie sont périodiquement avancées sans avoir de suite. Elles semblent devoir prendre corps en ce moment, sans doute sous l'effet de deux catalyseurs :

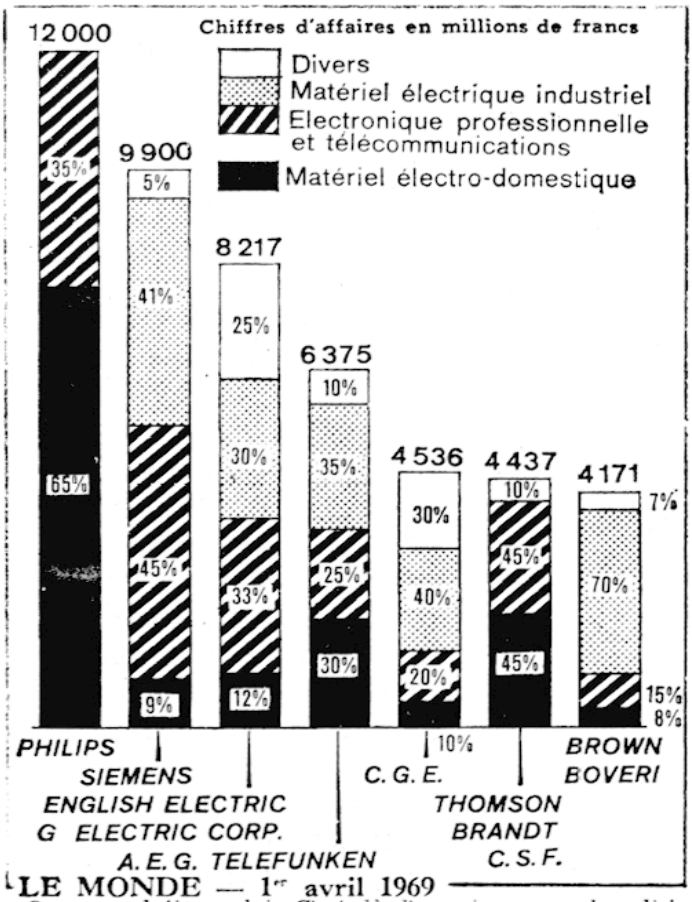
1) L'inquiétante concentration des concurrents qui encerclent l'industrie française contribue beaucoup à faire mûrir les décisions. Son premier effet a été de faire passer la « masse critiques » des entreprises internationales de 5 à 10 milliards de francs de chiffre d'affaires environ. La C.G.E. et Thomson-C.S.F. font environ 4,5 milliards de chiffre d'affaires consolidé chacun. Alsthom 800 millions ; les outsiders : Jeumont-Schneider et la Compagnie électro-mécanique (C.E.M.), 600 millions l'une et l'autre. Le second effet du mouvement de concentration qui s'est développé à l'intérieur de plusieurs pays étrangers a été d'exclure, pour un temps, les hypothèses d'alliances européennes à puissance égale, qui auraient pu être envisagées par les industriels français.

2) L'opposition du gouvernement français au rachat par la Westinghouse Corporation américaine (14 milliards de chiffre d'affaires) de 60 % de la majorité du capital de la société française Jeumont-Schneider, détenu par le baron belge Edmond-François Empain, a réveillé le souci d'une « solution française ». Or, une solution française au problème de Jeumont-Schneider suppose une solution française au problème de la construction électrique française.

La société qui, par ses spécialités, a le plus naturellement vocation pour faire des propositions à Jeumont - Schneider est Alsthom. Mais avant de s'inquiéter de ce qui arrive chez le voisin, il faut déjà commencer par s'occuper de ce qui se passe chez soi. Il s'agit donc de réorganiser les rapports entre Alsthom et la C.G.E., qui travaillent en commun par l'intermédiaire de filiales dans l'électro-technique. Une meilleure répartition des activités entre les deux associés leur permettrait de construire un groupe bien charpenté, ayant une gamme complète de produits de l'électrotechnique et des instruments de travail concurrentiels. Ce groupe pourrait devenir le principal pôle de regroupement de l'industrie électro-technique française.

Comme le groupe Thomson possède directement 18 % de la société Alsthom, il n'est pas question de négocier sans lui. C'est là l'occasion pour les dirigeants des deux plus grandes affaires françaises de la construction électrique de coordonner leurs politiques, mettant un terme à une situation dans laquelle ils sont alliés pour l'exploitation de certains produits et concurrents en ce qui concerne les autres. Un accord entre le groupe Thomson-Brandt et la Compagnie générale d'électricité servirait donc de toile de fond à un rapprochement entre Alsthom et la C.G.E.

JACQUELINE GRAPIN.



LE MONDE — 1er avril 1969

UN GRAPHIQUE QUI SE PASSE DE COMMENTAIRE

Rien dans le texte de l'article reproduit intégralement ci-contre ne fait référence de près ou de loin au graphique publié au milieu du texte. L'absence de lien effectif texte-graphique est totale. Elle est probablement due dans ce cas à la réalisation séparée de l'un et de l'autre.

Même volontairement recherché, le lien texte-graphique aurait peu servi, car le graphique du *Monde* ne se lit pas immédiatement et facilement. Si l'on veut comparer, par exemple, la part du matériel électrique industriel (gris constitué de petits points) pour chacune des sept entreprises du graphique, toute notre attention se trouve déjà prise uniquement pour retrouver tous les nombres, y compris bien sûr les valeurs nulles de Philips et de Thomson-Brandt-C.S.F.

Un tel graphique ne permet facilement qu'une lecture de détail, pointilliste, toute autre lecture demandant trop d'attention pour le simple repérage des données du graphique.

PHILIPS	SIEMENS	ENGLISH ELEC. GENERAL ELEC.	A.E.G. TELEFUNKEN	CGE	THOMSON BRANDT C.S.F.	BROWN BOVERI	MOYENNE	
0	5	25	10	30	10	7	10	DIVERS
0	41	30	35	40	0	70	27	MATERIEL ELECTRIQUE INDUSTRIEL
35	45	33	25	20	45	15	33	ELECTRONIQUE PROFESSION. TELECOM.
65	9	12	30	10	45	8	29	MATERIEL ELECTRO DOMESTIQUE
100	100	100	100	100	100	100	100	
12000	9900	8217	6375	4536	4437	4171	7091	CHIFFRE D'AFFAIRES (millions de francs)

Tableau reconstitué par nos soins.

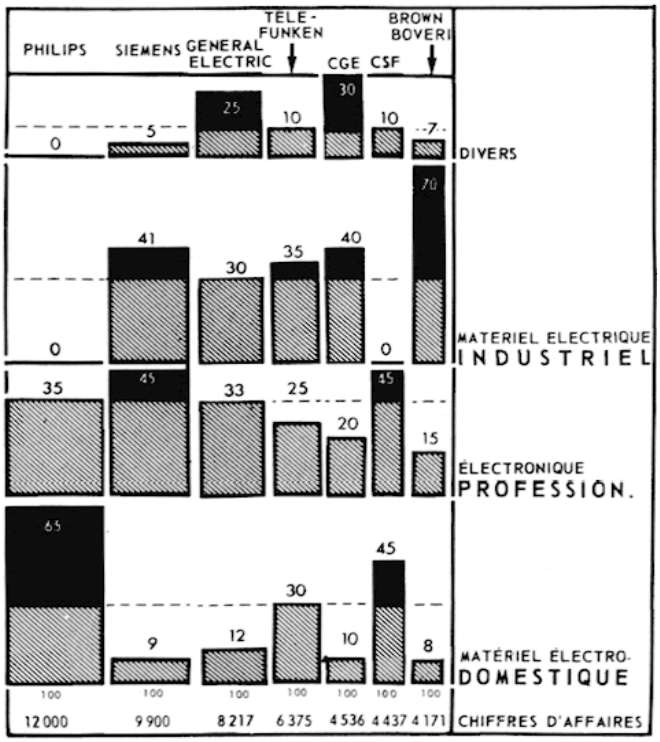
LE TABLEAU STATISTIQUE SE LIT MIEUX QUE LE GRAPHIQUE

En principe, on attend d'un tel graphique une lecture plus facile que celle d'un tableau de chiffres ou d'un texte, à quantité d'informations équivalente. Pour vérifier ce principe implicitement mais couramment admis, nous avons reconstitué le tableau statistique (ci-dessus) qui a sans doute servi à dessiner le graphique.

Force est de constater que ce tableau se lit et s'interpète plus rapidement que le graphique du *Monde.* Par exemple, tous les nombres concernant le « matériel électrique industriel » forment dans le tableau une ligne que l'œil n'a aucune peine à suivre, par comparaison avec le parcours sinueux qu'il est obligé de suivre dans le graphique pour retrouver les mêmes informations. Garder la *facilité de lecture ligne-colonne* d'un tableau à double entrée constitue la règle première d'une bonne représentation graphique.

Tableau et graphique ordonnés sur le chiffre d'affaires total.

PHILIPS	SIEMENS	ENGLISH ELEC. GENERAL ELEC.	A.E.G TELEFUNKEN	CGE	THOMSON BRANDT C.S.F.	BROWN BOVERI	MOYENNE	
0	5	25	10	30	10	7	10	DIVERS
0	41	30	35	40	0	70	27	MATERIEL ELECTRIQUE INDUSTRIEL
35	45	33	25	20	45	15	33	ELECTRONIQUE PROFESSION. TELECOM.
65	9	12	30	10	45	8	29	MATERIEL ELECTRO DOMESTIQUE
100	100	100	100	100	100	100	100	
12000	9900	8217	6375	4536	4437	4171	7091	CHIFFRE D'AFFAIRES (millions de francs)



UNE TRANSCRIPTION COMPLETE DU TABLEAU STATISTIQUE

Le graphique ci-dessus, que nous avons directement établi à partir du tableau à double entrée déjà présenté page précédente, se lit avec la même facilité que lui, grâce à la même construction à double entrée, en lignes et en colonnes.

Il comporte les divers éléments utiles à ceux qui veulent tenir compte de toutes les données statistiques fournies par le tableau, et par conséquent utiles en premier lieu au journaliste qui doit rédiger son article.

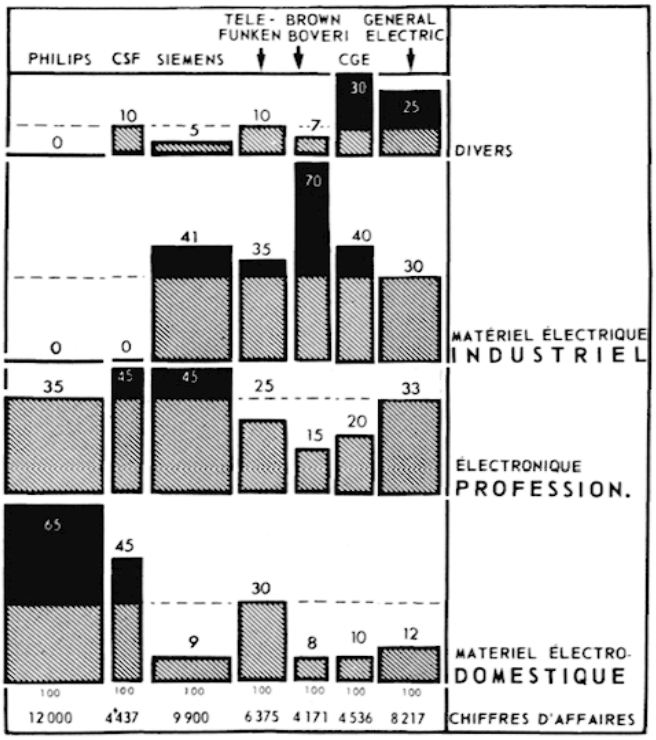
— Il indique clairement que l'addition des pourcentages se fait en colonnes : cela évite au lecteur de faire cette vérification préalable à toute interprétation de pourcentages.

— Il représente par des hauteurs égales des pourcentages identiques, ce qui n'était pas le cas du graphique du *Monde*.

— Il signale en noir les valeurs au-dessus de la moyenne de chaque secteur de production : c'est la marque de la spécialisation d'une entreprise.

— Pour les lecteurs amoureux des pourcentages et de leurs subtilités, il rappelle graphiquement, par les surfaces, la quantité absolue correspondant à chaque pourcentage. Par exemple, les 45 % de Siemens (2e ligne, 2e colonne, à partir de la gauche et du bas) couvrent une surface plus de deux fois supérieure aux 45 % de la C.S.F. (même ligne, 6e colonne). En valeur absolue, les 45 % de Siemens se montent à 4 455 millions de francs de chiffre d'affaires en électronique professionnelle ($0{,}45 \times 9\,900 = 4\,455$), les 45 % de la C.S.F. équivalent à 1 996 millions de francs ($0{,}45 \times 4\,437 = 1\,996$).

De telles subtilités, nécessaires si l'on veut être complet, ne gênent en rien l'essentiel, à savoir la comparaison aussi rapide que possible des entreprises entre elles (comparaison de colonnes) d'après quatre branches d'activités (comparaison des lignes).

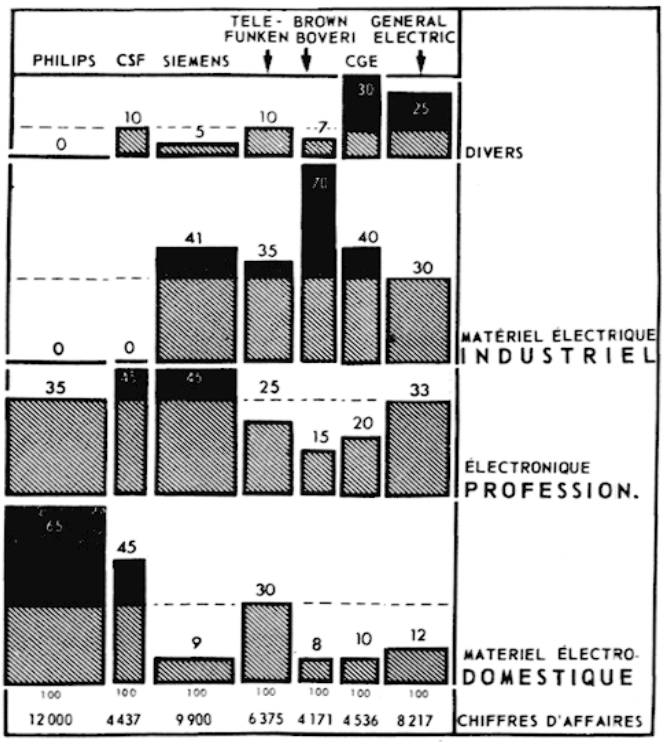


Classement d'après la ventilation du chiffre d'affaires.

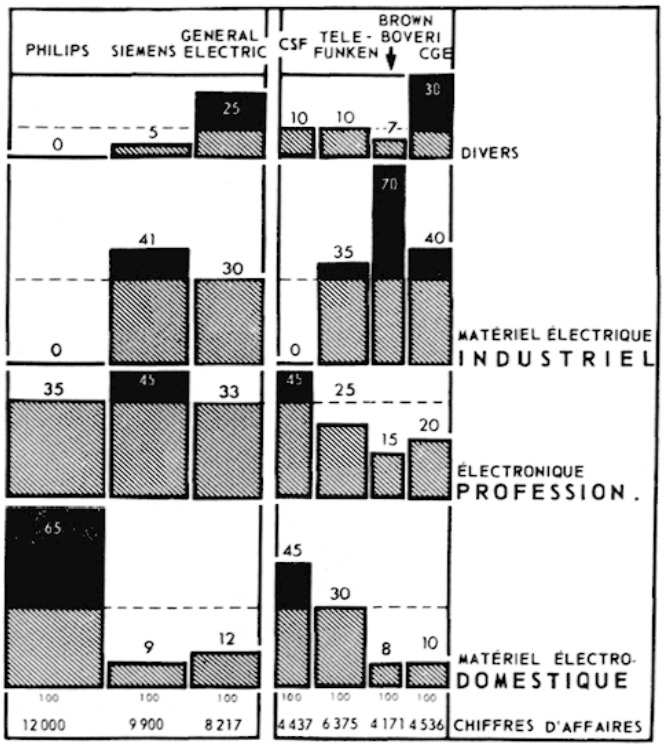
RECLASSER LE GRAPHIQUE POUR MIEUX COMPARER

Le graphique de gauche classe en fait les entreprises d'après le volume total de leur chiffre d'affaires, c'est-à-dire d'après la dernière ligne du tableau de chiffres.

Dans le graphique ci-dessus, les entreprises (colonnes) sont classés d'après leurs spécialisations. De gauche à droite, deux entreprises sont d'autant plus proches qu'elles se ressemblent dans les spécialisations. Inversement elles sont d'autant plus éloignées qu'elles sont différentes.
Le graphique ci-dessus place donc l'un à côté de l'autre Philips et C.S.F.-Thomson-Brandt, car tous deux tirent l'essentiel, sinon la totalité de leur chiffre d'affaires, à partir des mêmes branches d'activité, l'électronique professionnelle et le matériel électro-domestique, et cela bien que Philips ait un chiffre d'affaires total près de trois fois supérieur à celui de C.S.F.-Thomson-Brandt...
Toutes les entreprises sont reclassées de cette façon les unes par rapport aux autres, par enchaînement des points de ressemblance sur l'ensemble des branches d'activité.
Cette simplification du graphique permet l'analyse complète de son contenu.
Cette étape est fondamentale pour le journaliste, qui sera sûr d'être complet dans son article, s'il a pris la précaution de reclasser lui-même son graphique avant de rédiger le texte, et s'il a pris le temps de chercher d'autres classements tenant compte du type de lecteurs auxquels il s'adresse .



A. Ventilations des chiffres d'affaires.



B. Grandes et petites entreprises européennes.

RECLASSER LE GRAPHIQUE, POUR MIEUX COMMUNIQUER

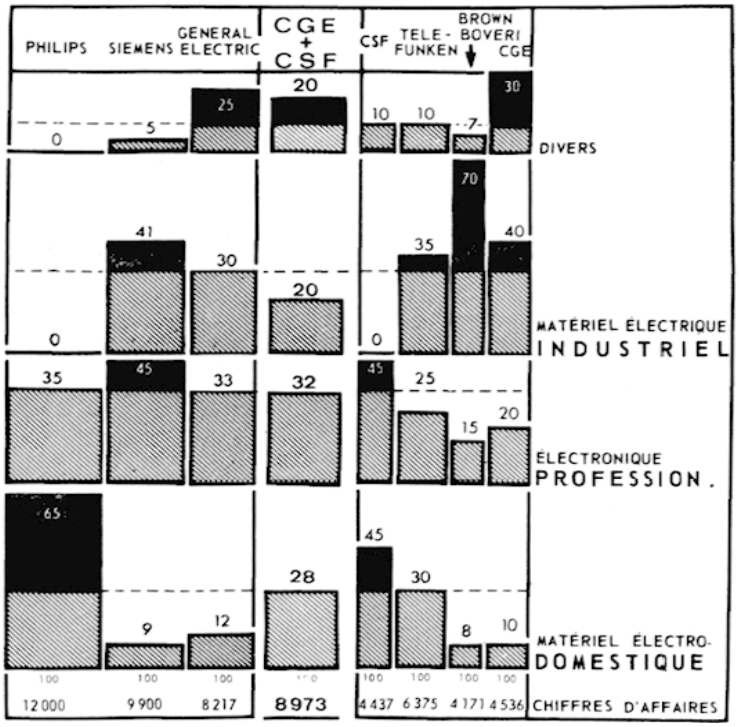
L'objectif du reclassement effectué page précédente visait à faciliter la comparaison des divers éléments de l'information. Ce reclassement avait abouti au graphique A ci-dessus, où deux entreprises semblables par la constitution de leur chiffre d'affaires se trouvent l'une à côté de l'autre.

Ce type de classement convient parfaitement à la phase d'élaboration du contenu d'un article, quand le journaliste fait « le tour de la question ». A ce stade de travail, tout reclassement n'est utile que pour lui, et le graphique peut parfaitement ne pas être facilement accessible à un éventuel lecteur : le journaliste est seul, face à son information.

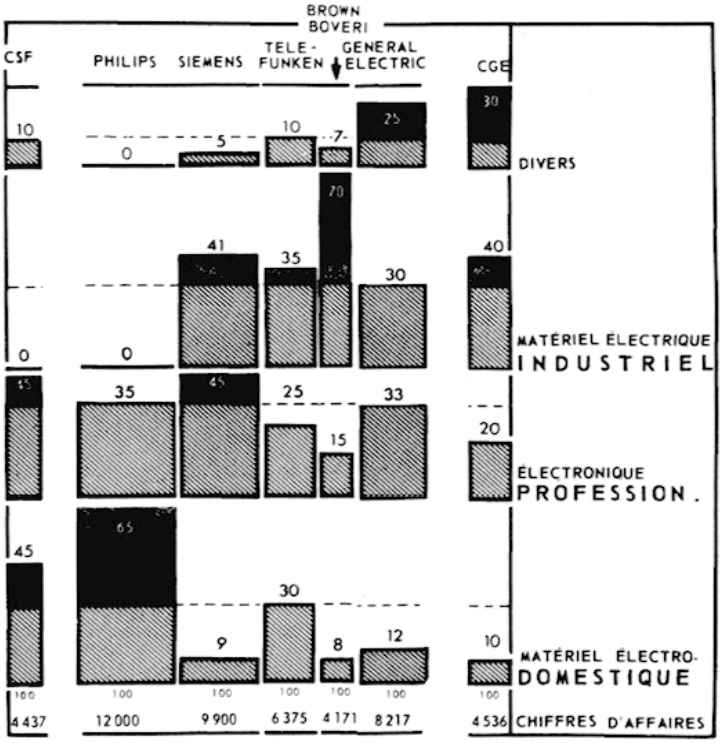
Les trois autres graphiques présentés ci-dessus (B, C, D) correspondent plutôt à la phase finale de la rédaction d'un article : le journaliste est maintenant face à la transmission de son information. Il lui faut faciliter la compréhension de l'information sans pour autant obliger un lecteur pressé à lire la totalité du texte ou à étudier l'ensemble du graphique de façon détaillée pour avoir l'essentiel.

Il doit donc s'attacher à présenter son article de façon à permettre la lecture rapide et la lecture de détail, et cela à la fois pour le texte et pour le graphique. Etre complet, sans être trop long ou trop difficile à lire.

Mais cela ne suffit pas : il lui faut aussi tenir compte de l'image de marque de son journal et de la psychologie de ses lecteurs. Même dans cette situation des plus délicates, la solution graphique — laissons de côté les problèmes spécifiques au texte et au lien texte-graphique — consiste à chercher le classement qui lui permet de faire face, de sortir brillant vainqueur des contraintes rédactionnelles.



C. Mariage C.S.F.-C.G.E.



D. Face à la concurrence étrangère.

Pour cela, il lui suffit d'adapter le classement du graphique au genre de lecteurs et au style habituel de son quotidien ou de son magazine. Trois exemples en sont donnés avec les graphiques B, C, D.

Graphique B : les entreprises au-dessus du chiffre d'affaires moyen européen — plus de 7 milliards de francs en 1968 — sont regroupées à gauche, les autres à droite. Un tel classement est très efficace pour montrer la répartition « harmonieuse » des activités à l'intérieur de chaque groupe d'entreprises, répartition favorable à la limitation de la concurrence. Il montre aussi qu'aucune entreprise française n'a la taille européenne.

Graphique C : hypothèse d'un mariage C.S.F.-Thomson-Brandt-C.G.E. (sur des chiffres de 1968). Cette entreprise fictive ressemble fortement, par le volume et la constitution de son chiffre d'affaires, au groupe britannique General Electric, ces deux entreprises ayant elles-mêmes une allure proche de celle de l'entreprise-type européenne. Ce graphique aurait été très bien adapté au deuxième titre de l'article du *Monde :* « La C.G.E., Thomson-Brandt-C.S.F. et Alsthom vont tenter de coordonner leurs activités. »

Graphique D : « L'industrie électrique française face à la concurrence internationale. » Ce premier titre du *Monde* est servi ici de façon particulièrement spectaculaire par la mise en évidence, pour chaque entreprise française, d'un concurrent étranger nettement plus important en taille. Il montre aussi la complémentarité des deux entreprises françaises. A notre avis, il semble que ce graphique soit le plus accessible de tous ceux que nous donnons ici.

Exemple 3
CHOISIR GRAPHIQUEMENT DES INFORMATIONS PERTINENTES A PARTIR D'UNE MASSE CONSIDERABLE DE DONNEES

Prix des services

Tableau 14

Services	Amsterdam	Athènes	Beyrouth	Bogotá	Bruxelles	Buenos Aires	Chicago	Copenhague	Düsseldorf	Genève	Helsinki	Hongkong	Johannesburg	Lisbonne	Londres	Luxembourg
	Fr.	Fr.	Fr.	Fr.	Fr.	Fr.	Fr.	Fr.	Fr.	Fr.	Fr.	Fr.	Fr.	Fr.	Fr.	Fr.
Coupe de cheveux (homme)	3.50	3.47	6.65	1.88	4.77	4.30	12.95	8.60	4.89	5.—	4.16	4.32	4.52	2.64	3.36	4.56
Shampooing et mise en plis (dame)	7.—	8.67	6.65	5.88	11.—	12.90	23.73	13.80	8.18	12.—	9.85	8.64	9.—	4.53	6.85	10.55
Nettoyage chimique (complet 2 pièces)	6.55	4.70	4.66	2.35	8.54	8.06	7.55	11.08	9.82	11.90	10.25	5.40	4.34	9.06	4.92	10.21
Lavage et repassage d'une chemise	1.78	1.58	1.—	–.94	1.30	1.61	1.30	1.59	1.58	1.80	1.90	–.58	1.08	2.64	1.16	2.30
Ticket de tram, bus, métro (simple course)[1]	–.60	–.36	–.33	–.12	–.70	–.27	1.72	–.72	1.—	–.50	–.88	–.58	1.08	–.45	2.59	–.43
Raccordement téléphonique (taxe mensuelle)	17.86	7.20	14.63	2.35	18.—	10.70	24.16	20.14	21.38	8.50	4.65	14.40	9.—	7.55	17.15	8.69
Conversation locale (cabine publique)	–.12	–.14	–.33	–.05	–.43	–.11	–.43	–.14	–.24	–.20	–.52	–.22	–.30	–.08	–.26	–.26
Port (lettre, service intérieur)	–.30	–.36	–.33	–.24	–.30	–.21	–.26	–.35	–.36	–.30	–.52	–.07	–.15	–.15	–.22	–.26
Abonnement mensuel à un quotidien[2]	7.14	10.12	9.98	7.05	7.80	8.49	9.70	16.37	8.—	5.33	9.30	8.64	7.83	6.80	7.24	4.17
Billet de cinéma[3]	4.16	2.60	2.66	1.88	5.21	4.84	12.95	6.18	5.98	6.—	4.40	2.88	6.62	3.78	7.11	3.91
Total	49.01	39.20	47.22	22.74	58.05	51.49	94.75	78.97	61.43	51.53	46.43	45.73	43.92	37.68	50.86	45.34

Services	Madrid	Mexico	Milan	Montréal	New York	Oslo	Paris	Rio de Janeiro	Rome	São Paulo	Stockholm	Sydney	Tokyo	Vienne	Zurich
	Fr.	Fr.	Fr.	Fr.	Fr.	Fr.	Fr.	Fr.	Fr.	Fr.	Fr.	Fr.	Fr.	Fr.	Fr.
Coupe de cheveux (homme)	3.50	6.90	5.69	8.30	12.95	8.90	3.90	5.70	4.80	5.69	9.35	7.24	6.05	5.—	6.—
Shampooing et mise en plis (dame)	3.72	10.35	9.09	16.60	25.89	11.77	11.73	8.55	7.90	9.49	11.22	16.89	7.26	7.50	12.—
Nettoyage chimique (complet 2 pièces)	6.50	4.14	7.30	8.30	10.80	15.10	9.38	3.99	6.63	7.40	20.15	6.51	8.47	9.40	12.40
Lavage et repassage d'une chemise	1.08	1.38	1.61	1.45	1.95	2.54	1.92	1.42	1.83	1.99	2.93	1.69	1.21	1.36	1.60
Ticket de tram, bus, métro (simple course)[1]	–.25	–.17	–.69	1.25	1.29	1.51	–.55	–.47	–.69	–.33	1.58	–.97	–.36	–.83	–.70
Raccordement téléphonique (taxe mensuelle)	7.95	13.45	8.53	27.28	30.20	18.11	15.63	13.30	10.06	33.22	7.76	34.50	13.31	16.67	8.35
Conversation locale (cabine publique)	–.19	–.07	–.31	–.41	–.43	–.19	–.35	–.05	–.31	–.47	–.17	–.24	–.12	–.17	–.20
Port (lettre, service intérieur)	–.12	–.28	–.34	–.25	–.26	–.42	–.31	–.06	–.34	–.06	–.46	–.24	–.18	–.33	–.30
Abonnement mensuel à un quotidien[2]	7.23	11.49	11.60	12.45	38.80	14.49	9.25	11.40	13.72	7.04	12.47	10.71	9.08	5.67	4.60
Billet de cinéma[3]	3.60	4.14	9.95	10.38	12.95	3.92	9.38	4.75	10.50	4.75	6.25	9.65	6.66	4.05	5.50
Total	34.14	52.37	55.11	86.67	135.52	76.95	62.40	49.69	56.78	70.44	72.34	88.64	52.70	50.98	51.65

[1] Valable pour l'ensemble du réseau urbain [2] Taxe de factage comprise [3] Catégorie de prix moyenne, pour la séance du soir dans un cinéma présentant des films en exclusivité

Etat: juillet 1970

Revenu et durée hebdomadaire de travail d'un mécanicien sur auto[1]

Tableau 17

Villes	Revenu brut[2] par année	Revenu disponible après impôt[3]		Revenu disponible après impôt et cotisations sociales[4]		Semaine de travail	Vacances par année
	Fr.	Fr.	En % du revenu brut	Fr.	En % du revenu brut	Nombre d'heures	Jours de travail
Amsterdam	16 976	14 761	87,0	10 873	64,0	42½	17
Athènes	6 932	6 859	98,9	6 159	88,8	48	16
Beyrouth	7 980	7 501	94,0	7 501[5]	94,0	44	12
Bogotá	4 583	4 419	96,4	4 303	93,9	48	15
Bruxelles	13 224	12 089	91,4	10 909	82,5	43	18
Buenos Aires	7 686	7 686	100,0	7 213	93,8	48	15
Chicago	37 152	30 602	82,4	28 988	78,0	40	10
Copenhague	21 005	15 974	76,0	15 169	72,2	40	18
Düsseldorf	16 389	13 663	83,4	11 510	70,2	40	18–20
Genève	17 000	14 980	88,1	14 103	83,0	45	15
Helsinki	13 707	9 571	69,8	9 179	67,0	40	18
Hongkong	5 184	5 184	100,0	5 184[5]	100,0	36	12
Johannesburg	23 283	20 903	89,8	19 710	84,7	46	15
Lisbonne	7 077	7 006	99,0	6 299	89,0	40	14
Londres	11 378	9 309	81,8	8 223	72,3	45	14
Luxembourg	15 593	13 753	88,2	12 038	77,2	48	18
Madrid	8 185	8 185	100,0	7 495	91,6	46	21
Mexico	13 662	12 942	94,7	12 502	91,5	41	20
Milan	10 497	9 965	94,9	9 204	87,7	42	15
Montréal	37 375	29 586	79,2	28 835	77,2	45	10
New York	43 888	35 495	80,9	33 371	76,0	40	15
Oslo	20 889	14 067	67,3	12 605	60,3	42½	20
Paris	12 507	11 249	89,9	10 467	83,7	50	28
Rio de Janeiro	6 840	6 840	100,0	6 293	92,0	48	20
Rome	10 290	9 840	95,6	8 296	80,6	42	15
São Paulo	5 789	5 789	100,0	5 326	92,0	47½	20
Stockholm	27 441	17 828	65,0	16 369	59,7	42½	24
Sydney	17 566	14 569	82,9	14 569	82,9	40	15
Tokyo	8 712	8 349	95,8	7 913	90,8	48	14
Vienne	10 809	9 325	86,3	7 860	72,7	43	15
Zurich	19 000	16 992	89,4	15 757	82,9	45	15

[1] Diplômé, env. 5 années de pratique; 25 ans env., célibataire [2] Y compris gratifications, vacances payées, mensualités supplémentaires, mais sans les indemnités pour heures supplémentaires [3] Impôt sur le revenu, compte tenu de la situation de famille et des déductions sociales [4] Cotisations obligatoires à la sécurité sociale [5] Pas de cotisations, la sécurité sociale n'existant pas

Etat: juillet 1970

ETRE COMPLET, SANS ETRE NECESSAIREMENT PLUS LONG

Telle était l'orientation implicite des démonstrations effectuées à partir des exemples précédents : un article peut être complet, sans pour autant demander plus de temps et d'effort de mémorisation au lecteur. Une carte n'est en effet utile que si elle conduit à un gain de temps et d'information, d'où la nécessité de ne pas adopter n'importe quels signes. Un graphique n'est utile que si le rédacteur et le lecteur de l'article en tirent profit. Le rédacteur s'en sert pour découvrir tous les aspects de l'information qu'il traite, et décider de la présentation finale de son article, le lecteur l'emploie soit pour ne pas avoir à lire complètement ce texte, c'est-à-dire gagner du temps, soit pour compléter de lui-même ce qui n'est pas dans le texte.

Le lien effectif texte-graphique doit offrir au lecteur un choix réel non imposé au préalable, par le journaliste, entre une *lecture rapide* mais donnant l'essentiel, et une *lecture plus longue* en temps, mais que le lecteur estime justifiée, s'il est sûr d'y trouver sans trop d'effort le *détail* qu'il est peut-être le seul à juger intéressant.

ETRE INCOMPLET, MAIS COMPARER 2 400 NOMBRES

La mise à la disposition du lecteur de ces deux niveaux de lecture extrêmes — niveau global et niveau détaillé — devient un problème beaucoup plus ardu pour le journaliste dès que la quantité d'informations à comparer devient importante et qu'il faut bien cependant en choisir les éléments essentiels et les présenter dans un article nécessairement plus court que le document original. Cette difficulté peut être d'ailleurs accentuée dès lors que le document soumis au journaliste ne se présente pas de la façon la plus commode pour effectuer toutes les comparaisons souhaitables.

Ainsi en est-il de la plaquette éditée en juin 1971 par l'Union des Banques suisses et qui tend à comparer les prix et salaires dans 31 villes du monde. La comparaison n'y est pas facile. Regardons par exemple la reproduction ci-contre de deux tableaux et rappelons-nous qu'ils concernent tous deux les mêmes villes. Ils obligent le lecteur qui veut comparer tous les éléments d'une ville à effectuer une rotation : une ville se suit en colonne dans le tableau A et en ligne dans le tableau B. Apparemment négligeable, cette petite difficulté devient vite un frein efficace si elle se répète. Or les deux tableaux publiés ici ne constituent à peine *qu'un cinquième des 2 400 nombres* que les journalistes du *Monde* et de *l'Express* ont, ou auraient dû, mémoriser pour étudier à fond cette plaquette de l'Union des Banques suisses et en choisir les éléments les plus significatifs.

UN MEME DOCUMENT, DEUX ARTICLES, UNE MEME DEMARCHE

LE MONDE — 17 août 1971 — Page 17

SELON UNE ÉTUDE DES BANQUES SUISSES

Les prix sont plus élevés à Paris que dans les autres villes européennes

Si les Européens se regroupaient là où la vie est matériellement le plus facile — c'est-à-dire là où les prix sont le plus bas et les salaires le plus élevés, — Paris n'attirerait pas beaucoup de monde. Une enquête, que vient de publier l'Union des banques suisses, montre en effet que, si les salaires dans la capitale française correspondent à peu près à la moyenne européenne, les prix, en revanche, sont le plus souvent nettement supérieurs à ceux de nos voisins.

Un conducteur d'autobus exerçant son métier depuis dix ans gagne moins d'argent à Paris qu'il n'en gagnerait à Rome ou à Amsterdam, indique l'étude des banques suisses, qui porte sur l'année 1970 et compare les prix et les salaires dans trente et une grandes villes du monde entier. Pour les conducteurs d'autobus, elle fournit les salaires suivants : 1 583 F par mois à Paris, soit sensiblement autant qu'à Bruxelles (1 550 F), mais moins que dans les capitales italiennes (2 083 F) et hollandaise (2 335 F). A Londres, la rémunération des conducteurs d'autobus est apparemment à peu près la même (1 512 F) qu'à Paris, mais le nombre d'heures de travail est beaucoup plus élevé : cinquante heures contre quarante-deux heures trente.

Selon l'enquête, un instituteur gagne à Paris 1 320 F après cinq ans d'enseignement, c'est-à-dire moins que son collègue bruxellois (1 634 F), londonien (1 400 F) ou romain (1 393 F). Le même instituteur gagnerait même 2 000 F à Amsterdam, 2 700 F à Genève, 2 885 F à Dusseldorf, 3 517 F à Stockholm, et 4 854 F à... New-York.

Les secrétaires sont bien payées

Les secrétaires semblent bien payées en France par rapport à l'étranger. Après environ trois ans de pratique (sténodactylo et une langue étrangère), elles gagnent 2 000 F par mois, soit plus qu'à Amsterdam (1 392 F), Londres (1 396 F), Rome (1 470 F), Bruxelles (1 540 F) ou Luxembourg (1 630 F). Leurs gains sont sensiblement les mêmes que dans des villes comme Dusseldorf, Genève, Zurich et Oslo. Pourtant, si elle travaillait à New-York, la secrétaire parisienne verrait son salaire mensuel passer à 3 883 F, et cela pour trente-cinq heures de travail seulement. Même avec Stockholm la différence est importante (2 525 F par mois).

Le tableau ci-dessous donne les revenus bruts (avant impôt) touchés dans diverses villes par un caissier de banque après dix ans d'exercice professionnel (en francs par mois) :

Londres	1 745
Paris	1 758
Bruxelles	2 486
Dusseldorf	2 779
Rome	2 971
Amsterdam	3 061
Copenhague	3 200
Genève	3 262
Stockholm	3 345
New-York	3 757

Coût élevé des logements

L'enquête menée par les banques suisses a également porté sur le prix d'un assez grand nombre de biens et de services. Un ensemble d'articles textiles et en cuir pour femme (un tailleur de laine, une robe d'été en fibre synthétique, un collant, une paire de chaussures) qui valait 665 F à Paris ne coûtait à qualité égale que 623 F à Bruxelles, 587 F à Rome, 563 F à Luxembourg, 520 F à Stockholm, 445 F à Amsterdam, 368 F à Londres.

Si l'on excepte la capitale britannique et Genève, c'est également à Paris que le prix des appareils ménagers est le plus élevé, comme on le voit ci-dessous (pour un réfrigérateur de 150 litres et une cuisinière électrique avec trois plaques chauffantes et four) :

Copenhague	933 F
Dusseldorf	1 003 F
Bruxelles	1 016 F
Amsterdam	1 061 F
Stockholm	1 263 F
Paris	1 319 F
Genève	1 336 F
Londres	1 535 F

Autre exemple : le loyer d'un appartement de trois pièces (avec cuisine et salle de bains) construit après 1960 et bien desservi par les transports en commun s'élève à 898 F par mois à Paris. Le même type d'appartement, doté d'un confort égal, ne coûte que 675 F à Dusseldorf, 567 F à Bruxelles, 540 F à Copenhague et à Rome, 425 F à Luxembourg, 405 F à Amsterdam. A Londres, le loyer s'établit pour ce type d'appartement entre 600 F et 1 350 F, selon les quartiers. Pour New-York, l'Union des banques suisses fournit le chiffre de 2 000 F par mois.

En ce qui concerne les services, même constatation : Paris est une ville chère. Les tarifs d'un ensemble de dix services (coupe de cheveux, nettoyage de vêtements, ticket de métro ou de bus, téléphone...) s'établissent ainsi : 183 F à New-York, 107 F à Copenhague, 84 F à Paris, 83 F à Dusseldorf, 78 F à Bruxelles, 77 F à Rome, 69 F à Genève, 66 F à Amsterdam.

De même les prix des hôtels de luxe sont-ils à Paris parmi les plus élevés d'Europe. Pour une chambre à deux lits avec salle de bains et petit déjeuner, située dans un établissement classé « au sommet », les tarifs sont les suivants :

Londres	256 F
Paris	216 F
Rome	197 F
Amsterdam	195 F
Genève	182 F
Dusseldorf	180 F
Bruxelles	175 F
Luxembourg	146 F
Copenhague	111 F

Il n'est évidemment pas possible de tirer des conclusions définitives d'une enquête qui, aussi sérieuse soit-elle, ne porte que sur un nombre limité de cas. Il est cependant intéressant de noter que certains salaires en France se situent, d'après l'étude des banques suisses, tout juste dans la moyenne européenne. Cette indication confirme les rares données qu'on ait sur le sujet, à savoir que les rémunérations sont maintenant souvent supérieures en Allemagne à ce qu'elles sont en France.

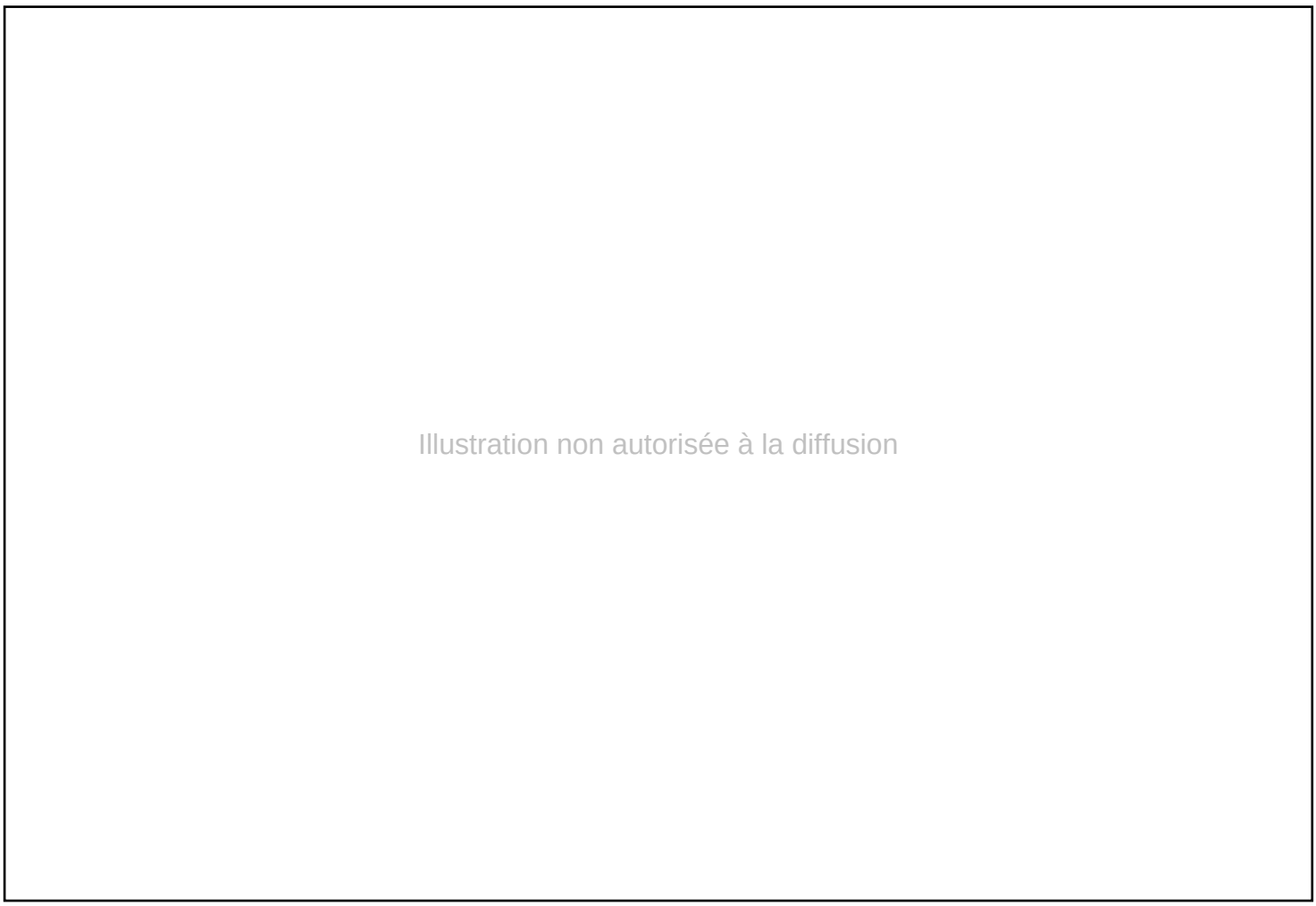
A l'inverse, les prix des produits et les tarifs des services sont dans la plupart des cas plus élevés en France qu'à l'étranger. Cette différence ne s'explique pas, on l'a vu, par le niveau des salaires. Une étude de l'INSEE avait d'autre part montré que les charges sociales, si elles sont élevées en France ne sont pas responsables de ce fait (*Économie et statistiques*, avril 1970). Une explication possible est l'insuffisance de la concurrence qui permet aux dirigeants des firmes françaises de résoudre la plupart de leurs problèmes en augmentant leurs prix.

LE MEME DOCUMENT TRAITE PAR « LE MONDE » ET « L'EXPRESS »

DEUX PRESENTATIONS PRESQUE OPPOSEES

Elaborés tous deux à partir de la même plaquette de l'Union des Banques suisses, et partant donc du même ensemble de 2 400 nombres, l'article du *Monde* (à gauche) et celui de *l'Express* (à droite) en sélectionnent peu d'éléments communs et divergent fortement par la présentation.

- A la présentation toute en texte *du Monde*, *l'Express* oppose un partage égal entre texte et graphique.
- Au fil des lignes, le *Monde* fournit un total de 74 nombres directement issus de la plaquette. *L'Express* n'en donne aucun et se contente soit d'ordres de grandeur, soit d'analogies faciles à mémoriser pour l'amateur moyen de sport cycliste.
- Sur les 10 villes européennes et New York, retenues par *le Monde*, *l'Express* n'en choisit que 5 — dont New York — mais ajoute par contre Madrid.
- Là où *l'Express* se contente de faire « le tour du monde des prix » avec cinq indicateurs principaux (les titres des graphiques), *le Monde* fait un tour plus complet de la plaquette : les quatre premiers paragraphes de l'article parlent de salaires, les cinq suivants de prix. L'un et l'autre articles retiennent en commun le prix de l'hôtel et le prix des services.



CHAQUE JOURNALISTE A SUIVI LA MEME DEMARCHE

La manière dont chaque journaliste du *Monde* et de *l'Express* a sélectionné en qualité et en quantité les données qu'il a publiées, la manière dont chacun a organisé l'ensemble du contenu de son article relèvent en réalité du même processus. Cette similitude de conception se vérifie directement à partir de chaque article, au moins sur les trois points suivants :

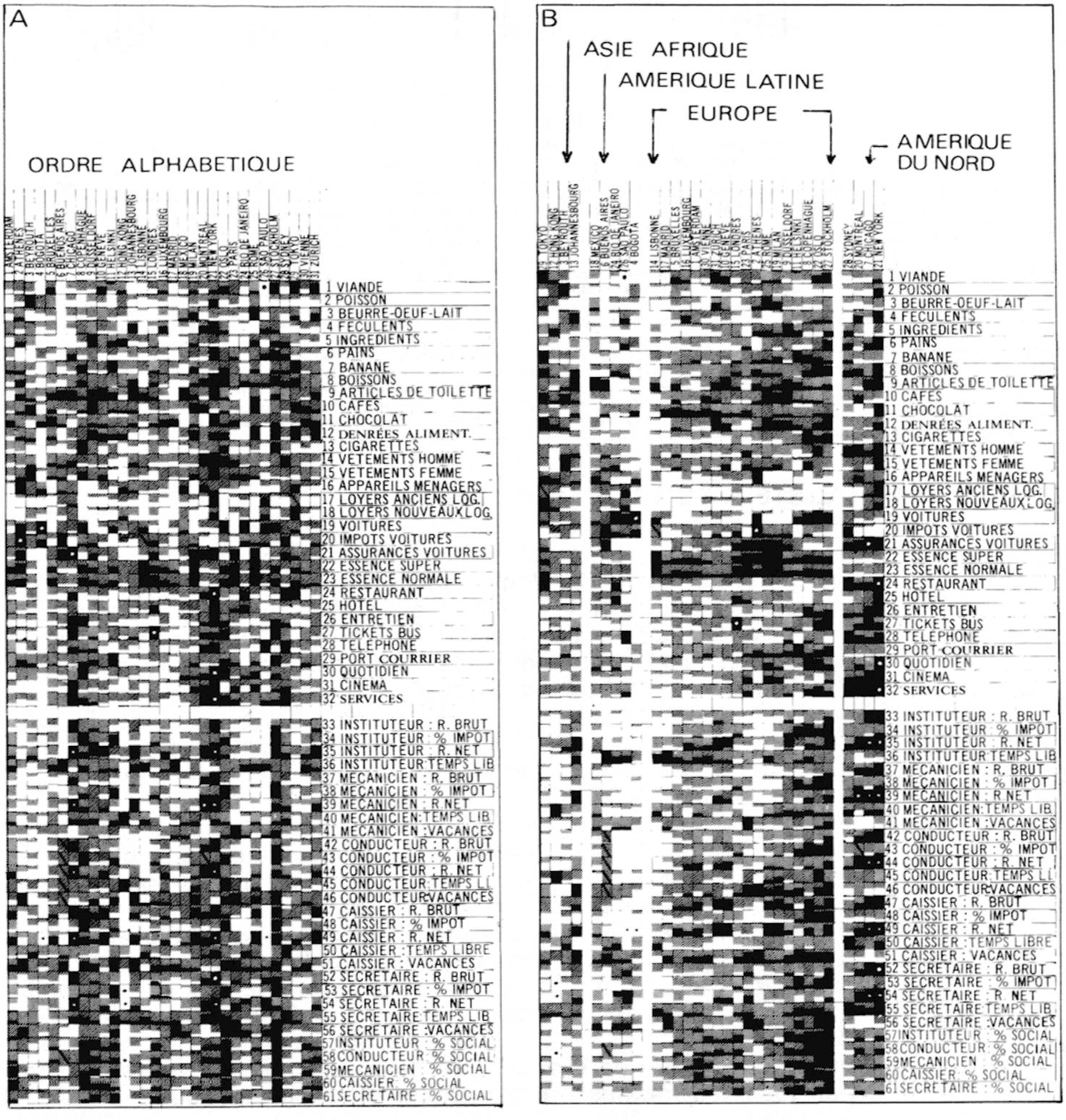
● *Chaque journaliste est parti de la même hypothèse : où vit-on le mieux ?* En effet, *l'Express* commence son article par « Le pays de cocagne n'existe pas », *le Monde* par « Si les » Européens se regroupaient là où la vie est matériellement la » plus facile ». Aucun ne donne de réponse positive.

● *Chaque journaliste a considérablement limité la quantité d'informations.* Sur les 2 400 nombres originaux de la plaquette, le *Monde* n'en publie que 74, soit 3,5 %, et les graphiques de *l'Express* représentent l'équivalent de 30 nombres, soit 1,2 %.

● *L'organisation interne du contenu de chaque article amène le lecteur à aborder les choses les unes à la suite des autres, de façon linéaire.* Cela est vrai bien sûr pour le texte du *Monde* et de *l'Express*, mais aussi pour les graphiques de ce dernier. Aucune lecture globale n'est possible, même avec le classement type « Tour de France », de *l'Express :* les coureurs ne sont pas tous les mêmes entre le texte et les graphiques !

LES CONTRAINTES DE LECTURE IMPOSENT UNE MEME DEMARCHE

Si les journalistes du *Monde* et de *l'Express* ont adopté la même démarche, c'est qu'ils ont d'abord subi les mêmes contraintes à la lecture de la plaquette : comparer 2 400 nombres représente un effort de mémorisation hors des limites réellement pratiques pour la mémoire humaine. Aucune appréhension globale n'étant possible, la démarche logique consiste alors à utiliser des principes de sélection faciles à pratiquer : la ville pas chère, les capitales européennes, le prix de ce qui touche à l'habillement, l'alimentation, le logement, la voiture et les services courants.



UN PROBLEME : DONNER L'ESSENTIEL

Ce processus de sélection préalable des informations sur des idées-forces se trouve — en partie — accentué par les contraintes fondamentales de rédaction que chaque journaliste applique, et qui sont parfaitement logiques sur le plan de la communication. Il faut « faire court », donner l'essentiel sans être caricatural ou redire des « évidences bien connues », être agréable à lire ou, du moins, pas trop pénible à suivre !

Etre agréable. Les articles du *Monde* et de *l'Express*, chacun dans leur image de marque, ne sont pas trop rébarbatifs et se soucient en général de faciliter la mémorisation des résultats jusque dans les détails.

Faire court. Chaque journaliste a su restreindre la quantité de nombres, ou leur équivalent : toute inflation dans ce domaine eût été préjudiciable à la mémorisation et à l'attrait de l'article.

Donner l'essentiel. Cela nécessite une *vision globale* de l'ensemble des informations. Or c'est une *vision limitée* et pointilliste, et donc du type complètement opposé, que chaque journaliste a été contraint d'adopter.

En réalité, comparer globalement 2 400 nombres, et même 100 ou 200, est pratiquement impossible humainement, à moins d'utiliser un moyen de traitement de l'information, une mémoire artificielle qui autorise non seulement tous les classements souhaités, mais permet de choisir à volonté soit la vision globale de la totalité de l'information, soit la vision détaillée.

C'est la seule façon d'opérer une sélection dont chaque terme pourra être justifié, et dont le journaliste aura contrôlé aussi bien les aspects essentiels que les aspects particuliers.

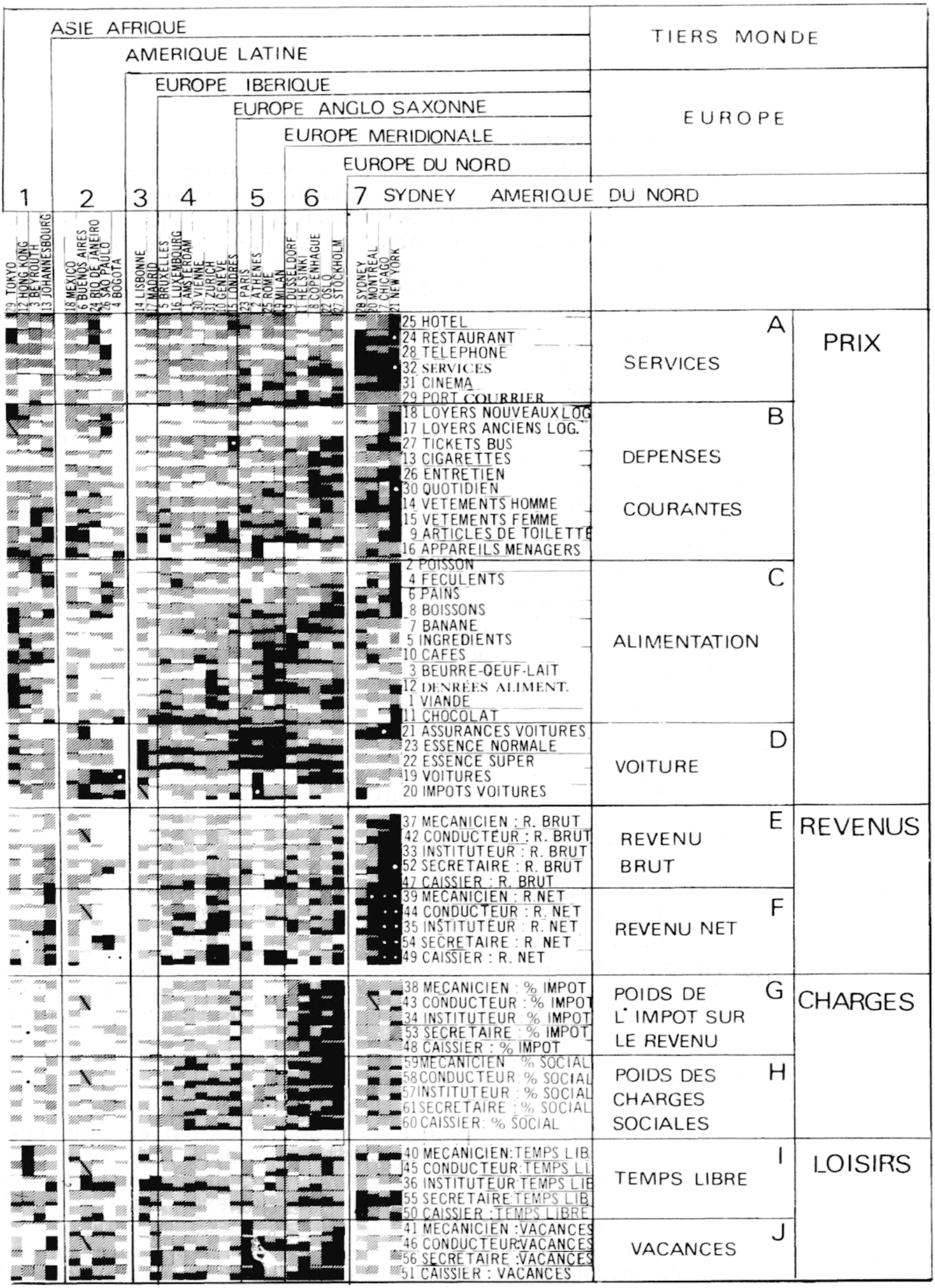
LA VISION GLOBALE DU DESORDRE DE 1 900 NOMBRES

Le graphique A (page de gauche) ne transcrit que 1 891 nombres de la plaquette : 31 villes (colonnes) × 61 indicateurs (lignes) = 1 891 informations élémentaires. On a en effet jugé inutile de représenter tous les indicateurs de prix alimentaires ou de services, souvent répétitifs. Ce graphique se lit exactement comme les précédents : le noir correspond aux valeurs fortes, les gris aux valeurs moyennes, le blanc aux valeurs faibles. Les villes sont rangées alphabétiquement, comme dans la plaquette. Les indicateurs sont divisés en un ensemble portant sur les prix (lignes 1 à 32) et sur les salaires (ligne 33 à 61).

La perception des lignes et des colonnes semblables est automatique : le désordre du rangement des villes est évident. Les reclasser par continent (graphique B, ci-contre) ne présente aucune difficulté matérielle : ce genre de graphique est construit sur un support spécial qui permet de reclasser les colonnes, mais aussi les lignes, comme cela sera fait page suivante.

Il s'agit maintenant d'obtenir l'image la plus simplifiée possible, et la plus accessible, pour en interpréter au mieux le contenu.

INTERPRETER L'ESSENTIEL ET LE DETAIL



DEPENSER PEU, GAGNER BEAUCOUP, TRAVAILLER PEU : OU EST CE PARADIS ?

Le Monde écrit qu'en tout cas, ce n'est pas Paris. *L'Express* affirme : « Le pays de Cocagne n'existe pas. » Afin de faciliter la recherche de cette ville paradisiaque, le rangement des indicateurs du graphique ci-contre est charpenté en quatre ensembles : de haut en bas, les prix (A, B, C, D), les revenus (E, F), la part des charges fiscales et sociales sur les revenus (G, H), les loisirs (I, J; I : temps disponible hors du travail, J : durée des vacances).

Cette ville idéale devrait donc avoir l'allure d'une colonne :
— blanche pour les prix (A, B, C, D) : dépenser peu
— noire pour les revenus (E, F) : gagner beaucoup
— blanche pour les charges (G, H) : gagner beaucoup
— noire pour les loisirs (I, J) : travailler peu
La réponse est dès lors rapide : le paradis urbain n'est pas sur terre. Elle ne change pas, même si l'on fait intervenir la signification réelle du poids élevé (noir) des charges fiscales et sociales (G, H) : c'est-à-dire une certaine redistribution sociale égalitaire des revenus.

TOKYO, VILLE INFERNALE !

Toutes les villes du Tiers Monde (groupes 1 et 2, en haut à gauche) ainsi que Lisbonne et Madrid (groupe 3) se caractérisent par des revenus ou des charges faibles (E, F, G, H).
Par contre, pour les prix (A, B, C, D), elles se trouvent divisées entre un ensemble Amérique latine, Lisbonne, Madrid (groupes 2 et 3), aux prix très bas, et le groupe Tokyo, Hong-Kong, Beyrouth, Johannesburg, aux prix très élevés surtout dans l'alimentation (C).
Ainsi Tokyo, capitale du miracle japonais, apparaît comme une ville chère pour le logement (B) et l'alimentation (C) hormis le poisson et les féculents. On y gagne peu (E, F), une certaine redistribution des revenus ne s'y fait pas (G, H) et l'on y travaille malgré tout beaucoup.

LE BONHEUR PAR L'ARGENT, OU PAR LES LOISIRS ?

Gagner beaucoup, mais travailler beaucoup aussi, ou gagner moyennement mais sans trop travailler, c'est un peu le dilemme des villes européennes développées (groupe 4, 5, 6) et des villes nord-américaines (groupe 7). Déjà sensible entre les villes dites « Europe anglo-saxonne » d'un côté (groupe 4) et les villes dites « Europe méridionale » de l'autre, cette alternative devient spectaculaire entre les villes de l'Europe scandinave (groupe 6) et les villes nord-américaines (groupe 7).

Utilisé précédemment par le journaliste pour prendre connaissance des éléments fondamentaux ou détaillés de la plaquette, le même graphique lui permet aussi de respecter aisément les contraintes de rédaction d'un article :
— faire court, sans être caricatural ou, au contraire, trop pointilleux ;
— être facile à lire, sans négliger pour autant le style du quotidien ou du magazine où passait l'article.

Faire court
Le journaliste a pu, grâce au graphique, voir et comprendre la totalité de l'information d'origine, dont il sait par ailleurs qu'il ne doit communiquer qu'une partie.
La sélection qu'il est donc obligé d'opérer se fait beaucoup plus facilement à partir du graphique : il ne peut passer à côté de l'essentiel et il repère sans difficulté spéciale les éléments répétitifs, les situations moyennes ou les cas spécifiques.
Eliminer les répétitions, retenir l'essentiel et pouvoir y ajouter des points de détail qui compensent les généralisations : à ce stade de travail, le graphique représente pour tout journaliste, un outil efficace et souple.

Etre facile à lire
L'agencement même du contenu de l'article est suggéré par l'organisation des villes et des indicateurs du graphique. Le journaliste s'évite des retours en arrière, des cheminements complexes pour le lecteur ou des enchaînements trop brutaux. Le lecteur y gagne toujours en temps de lecture et en mémorisation.
Le style de l'article peut aussi être influencé par le graphique. Le journaliste du *Monde*, par exemple, présentera une sélection des villes où des situations moyennes et exceptionnelles apparaîtront. Par contre, le journaliste de *l'Express* non seulement fera plus court, mais recherchera les « situations choc ». Il admettra pour cela une moins grande représentativité de sa sélection dont il éliminera par ailleurs toute information complexe à comprendre ou à expliquer.

Les diverses sélections que nous avons nous-même effectuées à partir de ce même graphique nécessiteraient de trop longs développements pour être utilement montrées dans le cadre de cette revue. Nous renvoyons le lecteur que cela intéresse à l'opuscule réalisé pour le Centre de perfectionnement des journalistes, où tout ce que nous venons de traiter est considérablement plus développé, à partir de plusieurs exemples.

Au fil des exemples, la carte et surtout les graphiques sont

apparus comme des instruments de travail originaux et souples, qui interviennent à tous les stades de la réalisation d'un article.

Ce sont des instruments de travail originaux dans la mesure où ils facilitent, plus que tout autre système, une opération logique fondamentale : la double perception de l'ensemble exhaustif et du détail le plus fin. Et cela d'une façon libre et spontanée. Cette opération est précieuse pour tous, et pour le journaliste en particulier. Connaissant parfaitement l'ensemble des relations fournies par l'information, il peut dès lors décider de ce qu'il communiquera. Il est préservé de tout oubli ou déformation involontaire puisque en réalité il décide en connaissance de cause de ce qu'il ne communique pas !

Ce sont des instruments de travail souples, pour peu qu'on ait quelques connaissances de la graphique. Ils doivent être construits de façon telle qu'ils conservent leur propriété de perception d'ensemble instantanée et permettent tous les reclassements utiles à l'analyse comme à la communication. De même qu'un texte est écrit différemment selon qu'il sert à maîtriser sa propre pensée ou à exposer les résultats d'un travail, de même cartes et diagrammes peuvent être construits et présentés différemment selon l'utilisation qui en est faite.

L'image graphique dessinée une fois pour toutes, et qui ne peut se lire autrement que linéairement, comme un texte, contient sa propre négation. C'est une anti-communication.

J. D. Gronoff