

Le Journalisme

EN annonçant un grand gala donné par les journalistes parisiens au profit des orphelins et des veuves des confrères disparus, le "Gaulois" rappelle à ses lecteurs les conditions matérielles et morales de la profession du journalisme.

"Le grand public, dit-il, s'en tient à quelques légendes sommaires, surannées et par surcroît malveillantes. Le lecteur de journaux ne sait pas, ne peut pas savoir de combien d'efforts et de combien de dévouements sont faits ces quotidiens qu'il parcourt d'un oeil souvent distrait et qu'il ne conserve que si le papier lui paraît propice à de futurs empaquetages. Tous ceux qui ont quelques années d'expérience de la presse peuvent l'affirmer, sans la moindre complaisance ni la moindre exagération: le journalisme contemporain exige de ceux qui le pratiquent ici beaucoup de travail, beaucoup de courage, beaucoup d'abnégation — oui, beaucoup d'abnégation! d'autant que, parmi les travailleurs intellectuels si durement traités depuis la guerre, les journalistes ont été les plus mal partagés".

000 dollars. Il a, d'autre part, amené le retrait de sa licence et la fermeture de la "Thadeus and Gore Co" dont il a pu prouver le caractère délictueux quant à ses opérations financières.

La lutte contre les escrocs financiers n'est pas d'ailleurs des plus aisées. Quand le B.B.B. a commencé à s'occuper, en 1923, de la vente frauduleuse de titres non cotés et sans valeur, la situation était grave; près de 2,000 agences fonctionnaient, escroquant le public de près de un milliard de dollars annuellement.

Les États sont pratiquement impuissants devant ces manoeuvres; heureusement, par contre, la loi postale américaine est une arme très efficace aux mains de qui sait la manier. Les États et autres organisations purement locales comme les Chambres de Commerce ne peuvent rien parce que les escrocs n'opèrent pas dans leur propre État; ils envoient leurs offres frauduleuses à l'autre bout du territoire et ils sont en général assez astucieux pour se ménager de puissants appuis, politiques et religieux, dans la ville où ils vivent. On a cité le cas de la Chambre de Commerce de Fort Worth (Texas) qui s'est opposée de toutes ses forces au B.B.B. parce que les escrocs, nombreux dans cette petite ville, y créaient un mouvement d'affaires très important en achetant bijoux, autos, etc., avec l'argent de leurs dupes, situées en général en Californie.

La loi postale américaine est une arme puissante car on peut l'appliquer à presque tous les cas, même là où l'usage de la poste est très éloigné (le fait que le chèque empoché par l'escroc, remis à la banque locale, a été envoyé par poste de la banque locale à une autre banque suffit à permettre l'application de la loi postale). Cette loi condamne à une amende de \$1.000 ou cinq mois de prison — ou les deux — quiconque a usé de la poste pour obtenir de l'argent par des propositions fallacieuses.

Si certains bureaux n'ont pas encore acquis dans leur région une influence indiscutée, par contre il en est d'autres qui sont devenus des conseils écoutés. Parmi ceux-ci, on peut citer celui de St-Louis, qui est peut-être le plus actif de

"Dans notre profession, continue le journal parisien, un labeur trop contraire à l'hygiène du corps et à l'hygiène de l'esprit use vite les tempéraments les mieux trempés. Combien de camarades nous avons vus frappés avant l'heure! Plus d'un, subitement foudroyé, a incliné sur le "papier" qu'il avait commencé un front où la pensée s'était arrêtée pour toujours... Ils sont partis, non seulement sans s'être enrichis — ils ne pouvaient pas s'enrichir! — mais sans avoir pu achever l'éducation d'un enfant ou assurer la vieillesse de leur compagne. Les êtres qu'ils ont chéris auraient connu toutes les détresses, tous les désespoirs, si nos associations ne leur avaient pas prêté appui..."

Si le journalisme, en France, est une profession aussi ingrate, pour être un peu mieux partagée dans notre pays, elle est loin d'offrir aux hommes de réelle valeur les perspectives reconfortantes qu'elle devrait comporter.

La faute en est à la "commercialisation" du journalisme. Dans la plupart des grands journaux les services qui comptent sont ceux qui rapportent.

Nous ne voulons pas déprécier la place importante, nécessaire, indispensable que doit occuper la publicité dans le journalisme, mais nous voudrions que l'on accorde aussi, dans tous nos grands journaux, une plus grande place à la rédaction, à la direction rédactionnelle, au choix des sujets que l'on sert aux lecteurs.

tous les bureaux américains. Aussi est-ce avec un peu d'envie que les congressistes ont écouté le rapport qu'a fait, sur l'oeuvre accomplie par le bureau de St-Louis, son délégué, M. Riehl.

Le bureau de St-Louis est arrivé à ce résultat que la plupart des journaux, magazines et organes de toutes sortes de la région, viennent *demandeur* la permission de passer *gratuitement* de la publicité pour le bureau lui-même. Le bureau examine leur façon de procéder, tant au point de vue rédaction qu'au point de vue publicité, et si cet examen est satisfaisant il leur permet de passer sa publicité, rédigée par le bureau lui-même, mais à titre entièrement *gratuit*.

Il faut donc croire que le fait de faire de la publicité pour le "Better Business Bureau" de St-Louis est une réelle recommandation vis-à-vis des annonceurs de la région. En même temps, le journal signe un contrat par lequel il s'engage à respecter les règles du Bureau.

Les 281 organes qui passent ainsi 92.000 lignes *par mois* pour le bureau reçoivent quatre sortes d'annonces destinées: 1o aux annonceurs (faites de bonnes annonces); 2o au public sur des sujets déterminés (actions non cotées, etc.); 3o au public encore (pour l'éduquer sur l'activité du bureau); 4o au public toujours (pour l'inviter à venir se renseigner au bureau).

Les moyens d'action

Quels sont les moyens d'action employés par les B.B.B. pour arriver au but poursuivi?

Les B.B.B. établissent tout d'abord une sorte de code portant sur les règles de la "morale commerciale", si je puis ainsi m'exprimer. Ce code, ils cherchent d'une part à le faire respecter du commerçant et, d'autre part, à le faire connaître au public d'acheteurs afin que ceux-ci puissent se défendre.

Ainsi que nous l'avons vu, les B.B.B. ayant enquêté au sujet d'une affaire, peuvent être amenés à faire intervenir les tribunaux, soit qu'ils déposent eux-mêmes une plainte, soit qu'ils la provoquent de la part d'une des personnes lésées.

VOULEZ-VOUS UN PROFIT ?



Annoncez dans

LE MADAWASKA

EDMUNDSTON, N.-B.

LE SEUL organe français publié dans la section nord du Nouveau-Brunswick. Il a sa place dans tous les foyers du comté de Madawaska et circule parmi la population française des comtés de Restigouche, Victoria, et Gloucester.

Demandez les taux d'annonces.



YARMOUTH, Nouvelle-Ecosse

THE HERALD

Fondé en 1833

Publié tous les
jeudis.

Circulation asser-
mentée: 3400

The TELEGRAM

Fondé en 1885

Publié tous les
vendredis.

Circulation asser-
mentée: 3400

6800 copies par semaine

Quand employés comme bi-hebdomadaire.

Il y a plus de gens qui lisent le "Herald" et le "Telegram" que tout autre journal dans les comtés de Yarmouth, Shelburne et Digby.

Yarmouth est le centre d'un grand territoire de pêche et de commerce de bois.

THE PICTON GAZETTE

PICTON, ONT.

Couvre un territoire renfermant une population de 14,700 âmes parmi laquelle elle a une circulation de 2,258. (Circulation totale, 3016.)

Le territoire que couvre la Gazette est le comté de Prince-Edward qui, à cause de sa position insulaire, est un territoire exclusif pour un journal rural. Les colonnes de la Gazette sont indispensables pour atteindre ces prospères habitants.

Analyse de la Circulation :

Picton, 695	Population 3,189
Wellington, 180	Population 800
Bloomfield, 119	Population 600

Les livraisons rurales et les petits villages dans ce territoire, en outre de la circulation ci-dessus, comprennent 1,264 dans lesquels il y a 1,867 familles, d'après le rapport fédéral de 1924.

CANADIAN PRINTER & PUBLISHER

FONDE EN 1891

Revue technique publiée dans l'intérêt des imprimeurs, éditeurs et des industries qui s'y rattachent, couvrant toutes activités de la Canadian Daily Newspaper Association, Canadian Weekly Newspapers Association, succursales Canadiennes de la United Typothetae of America, International Association of Printing House Craftsmen et autres organisations dans les arts graphiques.

RENOUVELLEMENTS 95.53%

D'après un état daté du 31 décembre 1925, par l'Audit Bureau of Circulation, 95.53% des souscripteurs ont renouvelé leur abonnement. C'est le pourcentage le plus élevé d'aucune publication technique au Canada.

Il a été établi que les souscripteurs consacrent une moyenne de 2.12 heures pour la lecture de chaque livraison.

Abonnement \$2.00 par année.

Tarif de publicité sur demande.

The MacLean Publishing Company Limited
Toronto.