



L'INFO DES 18-35 ★ jpo N° 2006

# Curieux

LE MAG DES ÉTUDIANTS DE NOUVELLES

**A** ctualité

**B** log

**C** arte de presse

**D** éontologie

**E** nquête

**F** aits divers

**G** ratuits

**H** ebdomadaires

**I** nterview

**J** ournalisme

**K** iosquier

**L** iberté de la presse

## Le journalisme à la lettre

**M** édias

**N** ouvelles

**O** bjectivité

**P** hotographes

**Q** uotidien

**R** adio

**S** coop

**T** élé

**U** nique

**V** érité

**W** eb

**X** raisons de...

**Y** o-yo

**Z** apping



# Au sommaire

- A** comme... Audiovisuel, Agence de presse et Audiovisuel p 4
- B** comme... Blog, Brève en p 5
- C** comme... Carte de presse, Concentration, Correspondant p 6
- D** comme... Déontologie, Dépêches, Dérives, Désinformation, Desk, Droit de la presse p 7
- E** comme... Enquête, Ecoles de journalisme, Effectif p 8
- F** comme... Faits divers, Féminisation de la profession p 9
- G** comme... Glossaire, Gratuit p 10
- H** comme... Histoire, Hebdomadaire p 11
- I** comme... Interview, Investigation p 12
- J** comme... Journalism et communication, Journaliste Reporter d'Images, Jargon p 13
- K** comme... Kiosque p 14
- L** comme... Liberté de la presse p 15
- M** comme... Magazine, Médias, Mensuel p 16
- N** comme... Nouvelles p 17
- O** comme... Objectivité p18
- P** comme... Photographe, Presse écrite p 19
- Q** comme... Qualification, Quatrième pouvoir, Quotidiens p 20
- R** comme... Radio, Reporter, Reporter sans frontières p 21
- S** comme... Scoop, Spécialisation, Syndicats p 22
- T** comme... Télévision p 23
- V** comme... Vérité p 24
- W** comme... Web p 25
- X** comme... X raisons de faire ce métier p 26
- Y** comme... Yo-yo p 27
- Z** comme... Zapping, n°Zéro p 28

## Edito

→ Par **willy Alliot et Salhia Brakhlia**

Les Apprentis journalistes de l'école Nouvelles dévoilent toutes les ficelles de leur futur métier. Ils expliquent de A à Z ce qu'il faut savoir pour être à la pointe de l'actualité, le journaliste jongle avec les mots.

Son **But** : partager **Ce** qu'il apprend et ce qu'il voit au fil de ses pérégrinations. Bien plus qu'un moulin à phrases, à paroles ou à images, il veut sé**Duire** le **LEcteur**, l'auditeur ou le spectateur ? Pourtant, durant sa mission, il doit **Faire** face à différents maux comme l'**urGence**...

**Hubert Beuve-Méry** écrivait : « Le **J**ournalisme, c'est le contact et la distance. » **OK?** Savoir être proche des gens mais s'imposer une certaine distance à l'écrit : voilà **Le** vrai défi du journaliste ! Il part à la rencontre des ho**M**mes qui fero**Nt** l'Histoire de demain : du c**O**ncierge au **P**résident de la Républi**Q**ue, tous auront leur minute de gloire.

**AloRs**, si vous vous **Sentez** envoûté par le métier, n'hésitez pas ! Mais n'oubliez pas, le journalisme est plus qu'un **mÉTier**. C'est **Une Vie** : chaque jour, vous dévorez les pages des journaux, écoutez la radio et regardez la télévision (ou le **Web**) pour être au ma**X**imum au fait de l'actualité. Un fois ces s**Y**mpômes réunis, la fibre journalistique est en vous. Pour que cette manie devienne une rage, un seul impératif s'impose : soye**Z** rigoureux !

Curieux,  
Espace Carrare  
N° 69 rue de Roquebillière  
06300 NICE  
Tél. : 04.97.08.28.28  
Fax : 04.97.08.28.29

Responsable de la Rédaction :  
Marie BOSELLI

Rédacteur en chef :  
Gérard Clétit  
Secrétaire de rédaction :  
J2

Rédacteurs en 1ère année à NOUVELLES  
et tous les journalistes-professeurs de NOUVELLES

# A comme...



## Audiovisuel

→ Par **Ingrid Brunschwig**

L'audiovisuel ou la magie de l'image et du son. L'instantanéité. La vie. Après avoir suscité un véritable émerveillement au début du 20<sup>e</sup> siècle, le monde de l'image nous mène à la baguette. Nous sommes nés avec une télécommande dans la main et un poste de radio intégré. Impossible de se défaire du monde de l'audiovisuel.

Son pouvoir est incontestable. L'impact des émissions est beaucoup plus grand que celui des articles de presse car le public est très important. Un «raté» en direct passera pendant 30 ans au zapping. C'est un milieu impitoyable. Tous les professionnels sont attendus au tournant, la pression est asphyxiante. Alors parfois, les

limites de l'acceptable sont franchies.

Là, intervient le garde-fou : le CSA. Le Conseil supérieur de l'audiovisuel régule, veille au respect du pluralisme politique, délivre des autorisations de diffusion et sanctionne les chaînes de télévision et les stations de radio. Une telle instance était nécessaire pour éviter les dérives, auxquelles pousse la course à l'audimat. Cette recherche effrénée sous-tend toujours la même interrogation : qu'est-ce qui va plaire au public ? L'audiovisuel est en effet à géométrie variable, tout comme les goûts des spectateurs.

L'homme moderne est avide du «tout, tout de suite». Pas le temps de perdre son temps. L'information lui est due, à la seconde où elle se passe. Le quotidien L'Humanité parle d'un monde mé-

diatique «dominé par les écrans, l'instantanéité et la gratuité». La presse est payante et jugée très coûteuse en France. Alors que l'accès libre est le mot d'ordre de la télévision et de la radio.

## Actualité

→ Par **Salhia Brakhlia et Willy Alliot**

11 septembre 2001. Tsunami 2004. Outreau. Prévisibles ou pas, les événements marquent et influencent notre quotidien. L'actualité vit et le journaliste lui donne du souffle. Les caméras se braquent sur l'événement. Les envoyés spéciaux se ruent sur les lieux. Les pages des journaux se noircissent des détails de la nouvelle. L'information naît et s'inscrit dans nos mémoires : Que faisiez-vous le 11 septembre 2001 ?

Mais vient le moment fatidique où l'information se tarit. Hier, elle faisait les gros titres, aujourd'hui elle est reléguée en bas de page. L'information disparaît. Pourquoi n'en parle-t-on plus ? Faute de nouveauté, elle ne captive plus le lecteur, le téléspectateur ou l'auditeur. C'est donc ça l'actualité : la naissance, la vie et la mort d'une information.

## Agences de presse

→ Par **Pierre Bourdeaux**

Le concept d'agence de presse est né en France en 1835, grâce à Charles Havas. Il a donné son nom à la première agence d'information au monde.

L'agence Havas est à l'origine de l'Agence France Presse (AFP) qui a été créée en 1945. Après la seconde guerre mondiale, on assiste à travers le monde à la création de nombreuses agences nationales.

Sans les agences, la presse ne pourrait pas fonctionner. La plus grande partie des informations que véhicu-

lent les médias de toutes formes est collectée, mise en forme et transmise par les agences de presse. L'agence de presse est l'intermédiaire entre «l'événement» et les médias. Elle s'adresse à tous les types de médias dans le monde entier: presse écrite, radio, télévision, internet. Elle utilise tous les supports d'information: le texte, la photo, l'image animée, le son. Elle collecte l'information à tous les niveaux: local, régional, national, international. Elle est généraliste ou spécialisée (économie-finances, sports, religions, loisirs...).

Les ministres compétents délivrent le statut d'agence de presse après avis de la Commission Paritaire des

Publications et Agences de presse sur la base de l'Ordonnance du 2 Novembre 1945 modifiée, qui interdit notamment aux agences de presse, pour des raisons évidentes d'indépendance, de se livrer à toute forme de publicité en faveur de tiers, de fournir gratuitement des éléments d'information à leurs clients, et de recevoir directement ou indirectement des fonds ou des avantages d'un gouvernement étranger.

La Fédération Française des Agences de Presse rassemble 117 agences réparties par spécialités au sein de cinq syndicats.



# B comme...



## Blog

→ Par **Caroline Denime**

Toutes les 40 secondes, un nouveau blog est créé. Difficiles à chiffrer, il en existe néanmoins plusieurs millions. En somme, une nouvelle culture de l'Internet prend forme sur la toile. Culture, politique, humour, sexe ou encore business composent le contenu de ce nouveau média. Un succès phénoménal confirme cette nouvelle alternative à l'information traditionnelle. Producteur et consommateur de l'information, le blogueur devient, en quelque sorte, un journaliste amateur. Cependant, il a ses propres codes: ce nouveau média se veut interactif, participatif et alternatif. Médiamétrie dans une récente étude sur l'Internet, a révélé que 8 blogueurs sur 10 ont moins de 24 ans. Les 25-49 ans représentent 15% de la blogosphère. 3% seulement, ont plus de 50 ans. L'histoire du blog n'est pourtant pas récente. En 1990, une forme de carnet de bord, recensant les pages web accompagnés de commentaires, apparaît : nous sommes aux Etats-Unis. La France joue au blogonaute à partir de 1996. Devenus un véritable phénomène de mode après le 11 septembre, les warblogs, en particulier, se multiplient depuis la guerre en Irak.

## Blog et politique

Mais qu'est-ce qu'ils ont tous ? Après le navigateur lambda, c'est au tour des politiciens de se mettre au blog. Comprenez : journal «intime» sur Internet. La blogosphère s'est donc enrichie de 70 blogs de politiciens. Le plus connu est celui d'Alain Juppé qui, retransché au Canada, envoyait ses messages politiques. Comme autant de bouteilles à la mer. Une flopée d'autres personnages politiques s'est engouffrée dans le créneau. Dominique Strauss-Kahn, Ségolène Royal, Pierre Bédier, Pierre Lelouche : la liste est longue. Le flirt poussé des politiciens avec Internet concerne surtout des partis politiques entiers. Ainsi, l'UDF a le sien, la droite libre, et le PS bien évidemment aussi. Pourquoi cet engouement ? C'est, avant tout, une façon de parler de soi. De toucher des jeunes en mal de repères politiques. Car dans la jungle politicienne, où tous les coups sont permis, il faut bien faire feu de tout blog.

## Brève

→ Par **Jérémy Cortes**

Malgré son nom, elle a tout d'une grande.

Très souvent utilisée dans la presse écrite, mais aussi en radio et télévision, la brève répond de manière concise mais efficace à la règle fondamentale des 5 W (Where, Why, What, Who, When).

La brève est un texte de quelques lignes, sans titre ni paragraphes distincts.

L'information doit être dense et les phrases très courtes. Surtout, ce type d'article ne doit contenir aucun commentaire ni aucune analyse. On parle ici de l'information stricto sensu.

Dans les brèves dites «développées», le premier paragraphe contient l'information essentielle.

Les paragraphes suivants rentrent de plus en plus dans le détail de l'information, en donnant des exemples et des précisions sur un aspect de l'information.

C'est le plan dit de «pyramide inversée», mettant en avant le général puis le particulier. Cette forme simple en fait le genre journalistique le plus lu.

La rédaction d'une brève, une fois l'exercice maîtrisé, constitue la base du travail journalistique : mettre en valeur de façon claire et succincte des informations factuelles.

Ce genre répond à l'un des principes de base de l'écriture journalistique : donner l'information essentielle le plus tôt possible.

# C comme...



## Carte de presse

→ Par **Judith Giacometti**  
et **Xavier Giraud**

En 2005, on comptait environ 35 000 titulaires de la carte de presse. Pour l'obtenir, il faut en faire la demande auprès du C.C.I.J.P (Commission de la Carte d'Identité des Journalistes Professionnels). La loi indique que le « journaliste professionnel » est celui qui a « pour occupation principale, régulière et rétribuée l'exercice de

sa profession dans une ou plusieurs publications quotidiennes ou périodiques ou, dans une ou plusieurs agences de presse et qui en tire le principal de ses ressources ». Lorsque ce chiffre est supérieur à 75%, l'obtention est automatique. Dans le cas contraire, le dossier est soumis à l'appréciation des commissaires de la C.C.I.J.P. Les journalistes stagiaires reçoivent une carte de titulaire au bout de deux années, à compter de la date de dépôt de la première candidature auprès de la C.C.I.J.P. Bien qu'elle ne soit pas indispensable pour exercer la profession, son

rôle de « sésame » lui confère une importance non négligeable. Au-delà des avantages fiscaux, la carte devient nécessaire pour couvrir des grands événements et pour travailler à l'étranger.

## Correspondants

Les journaux nationaux ne peuvent couvrir seuls l'intégralité de l'actualité hexagonale. Ils disposent donc d'un réseau constitué de correspondants dispatchés en Province. Ils sont leurs yeux et leurs oreilles. Le job de ces journalistes : faire remonter l'info à la tête du journal, alimenter au quotidien l'actu des régions. Son sujet, il peut le soumettre et le défendre devant la rédaction, mais bien souvent il lui est imposé. Ce qui fait l'actu des régions n'est pas toujours bon pour Paris... Il arrive que la rédaction nationale délègue un journaliste pour couvrir l'événement en province. Le correspondant est parfois placé au second plan... Il est pourtant plus à même de traiter correctement l'actualité provinciale. Le correspondant peut aussi travailler pour les locales... Il est en quelque sorte multiscarte...

## Concentrations

→ Par **Charles Dubois**

La France, un pays où les médias sont très diversifiés. Presse écrite, radios, chaînes de télévisions, le nombre ne doit cependant pas faire oublier que de plus en plus souvent, ces médias sont « concentrés » et appartiennent à un seul et même groupe. Voilà donc cette fameuse « concentration ». Les groupes s'appellent Bouygues, Lagardère, Dassault, des noms bien connus du patrimoine industriel français. Aujourd'hui, ce phénomène de concentration s'explique avant tout par l'émergence des grands

groupes dans le monde des médias. Ces dernières années, les absorptions ou autres regroupements ont été nombreux dans le monde de la presse écrite. Un exemple : le rachat par Dassault de la Socpresse est un des plus criants. Grâce à cette opération, Dassault détient désormais trois hebdomadaires : Le Figaro magazine, Valeurs Actuelles, L'Express. Un autre rachat, celui de Nice Martin par le groupe Hachette Filipacchi. Les trois groupes majeurs de la presse sont Hachette Filipacchi média, Dassault-Socpresse, et le Monde PVC, font en fait la pluie et le beau temps dans la presse écrite en France. Pour la télévision, Bouygues, pro-

priétaire de TF1 est un exemple concret. TF1 est une des chaînes leaders en Europe. C'est aussi le premier actionnaire du bouquet numérique TPS qui diffuse plus de 200 chaînes avec plus d'un million d'abonnés. Là où la concentration est la plus frappante, c'est lorsque l'on s'aperçoit que TF1 est associé à M6 dans la participation au bouquet TPS. (TF1 : 66% ; M6 : 34%), qui lui-même est en train de fusionner avec Canal Plus. La concentration est donc palpable, en France comme ailleurs. Le problème est en fait de savoir si un journaliste, qui travaille pour partie d'un grand groupe, peut garder son indépendance.





# D comme...

## Droit de la presse

→ par **Christèle Larroque**

Dans l'opinion publique, le journaliste est le représentant du quatrième pouvoir où la liberté de penser, de critiquer sont indissociables du prestige dont jouit cette profession. Or, elle est régie par une charte. La Charte de Munich (du 24/25-11-1971) est une déclaration des devoirs et des droits des journalistes approuvée et adoptée par la fédération internationale des journalistes. En France, aucune instance n'oblige les journaux à la respecter. Il est toutefois normal que comme toute profession celle-ci soit cadrée afin d'éviter d'éventuelles dérives mais aussi pour lui garantir une certaine liberté.

### Des devoirs et des droits

Dans les pays occidentaux la profession de journaliste bénéficie d'une grande liberté. En effet les journalistes peuvent protéger leurs sources. Cependant les rédactions se doivent de respecter des règles. Afin de protéger les individus d'éventuelles dérives, le droit à l'image et le respect de la vie privée sont prévus par la loi du 17 juillet 1970. Les journalistes ne peuvent pas se permettre de publier des photographies de personnes sans leur accord. La diffamation et l'injure sont considérées comme des « délits de presse » depuis la loi de 1881 et sont donc passibles de condamnation. La loi du 30 décembre 2004 vient renforcer ces dispositions en cas de diffamations ou d'injures envers « une personnes ou un groupe de personnes en raison de leur appartenance à une race, une nation, une religion ou en raison de leur sexe, de leur orientation sexuelle ou de leur handicap ».

Les journaux n'ont pas le droit de diffuser de fausses informations susceptibles de troubler l'ordre public, d'appeler au crime et aux délit ou à la haine ni de publier des thèses négationnistes.

### Des principes fondamentaux pas respectés.

L'une des notions incontournables du droit de la presse est : la présomption

d'innocence. L'article 9 de la Déclaration Universelle des Droits de l'Homme et du Citoyen (26 août 1789) l'énonce très clairement: « Tout homme est présumé innocent jusqu'à ce qu'il est été déclaré coupable ». Cette idée a été reprise dans le Code civil (l'article 9-1) et dans le code de procédure pénale. Mais cette disposition n'est pas toujours respectée comme l'a montré récemment l'affaire d'Outreau. La justice n'a pas été la seule à dérapier. La presse aussi a manqué de prudence. Interrogé par la commission d'enquête parlementaire le 9 mars 2006, le rédacteur en chef de La Voix du Nord, Jean-Michel Bretonnier, a reconnu que son journal n'avait pas pris suffisamment de précautions pour traiter cette information. « L'emploi du conditionnel aurait été plus judicieux que celui du présent. » Il déclare : « La présomption d'innocence est difficile à respecter car il faut faire abstraction de sa conviction personnelle. » D'où la nécessité de vérifier ses sources, de résister aux formules faciles et réductrices, et à la tentation de stigmatiser une catégorie sociale. A la lumière de cette affaire il est important que le journaliste possède une culture générale suffisante et un véritable engagement éthique qui lui donnera le recul nécessaire pour éviter des dérapages parfois dramatiques.

### Quand le pouvoir prend le pas sur le journalisme

Tous les pays ne permettent pas aux journalistes d'exercer leur métier librement. Chine, Libye, Cuba et bien d'autres pays sont répressifs vis-à-vis des journalistes. En Chine, les journalistes sont bridés, et sans cesse contrôlés. Ils n'ont pas accès à toutes les sources d'informations ni le droit d'enquêter librement. Des pays n'hésitent pas à exécuter des journalistes parce que ces derniers ont osé critiquer leurs actions. L'association Reporters sans frontières lutte pour faire libérer les journalistes emprisonnés et bien souvent condamnés lourdement à des peines de prison et parfois à mort.

Depuis toujours le journaliste est perçu comme un mal nécessaire. A la fois courtisé et redouté par les pouvoirs en place, le journaliste doit redoubler de vigilance pour éviter de céder aux pièges

du sensationnel ou de la facilité. Ce qui donnerait des armes aux ennemis de la liberté de la presse. A notre époque où les nouvelles technologies sont un fabuleux moyen de transmettre des informations, il faut plus que jamais se méfier des manipulations. Certains groupes de pression politiques ou religieux risquent d'utiliser ces moyens pour servir leurs causes. Les droits ont été acquis difficilement et la meilleure façon de les défendre c'est d'en respecter les devoirs.

## Dérives

→ Par **Céline Martin, Pierre-Georges Tempier et Kelly Santiago**

Les dérives journalistiques donnent de plus en plus une image négative du métier. A la base professionnel respecté, le journaliste est perçu à notre époque comme un paparazzi. L'énonciation de ces interdits est donc nécessaire. Retour sur des comportements à banir.

Se croire au dessus des lois, usurper une identité un journaliste de Paris Match a franchi le pas afin d'accéder au dossier du juge Burgaud. Il se fait passer pour lui auprès de l'école nationale de la magistrature de Bordeaux.

Inventer, ou «bidonner» une info pour coller à une réalité ambiante. Pour avoir affirmé que des supporters de l'OGC Nice avaient poussé des cris de singes lors d'un match, une journaliste s'est vue discréditée. Avoir recours à des procédés déloyaux pour obtenir des informations. Ainsi, une journaliste en manque d'événement paye un habitant de la Grande Borne à Grigny 750 euros pour réaliser un article croustillant mais faux.

Ne pas vérifier les sources et vouloir vendre à tout prix. Dans tous ces cas, le sensationnel a remplacé la recherche de vérité. Le journaliste se doit de respecter l'actualité.

# D comme...

## Déontologie

La déontologie ? Un mot barbare de plus me direz-vous? Pas du tout. Simplement, il s'agit des règles que doivent suivre une personne dans l'exercice de son métier. Le journaliste n'y échappe pas.

En 1918, une charte des devoirs du journaliste a été rédigée et révisée en 1938. Cette charte a pour but de fixer la morale du métier par différents principes. Elle tend à responsabiliser le journaliste. Le journaliste est responsable de tous ses écrits, se doit de retranscrire la vérité et toujours vérifier ses sources. Il doit également le respect aux personnes. Exit l'injure, la diffamation lourdement

## Desk

Du pigiste au spécialiste de la météo, il n'existe pas un métier de journaliste mais des métiers du journalisme. Sur le terrain ou au desk, tous les journalistes ne sont pas des Rouletabille parcourant le monde à la recherche du scoop...

Ainsi, les rédacteurs et les secrétaires de rédaction ont un travail sédentaire. Faire du desk, dans le jargon des journalistes, correspond à un travail de bureau : tri des dépêches d'agences avec éventuel rewriting (réécriture), rédaction d'articles de synthèse à partir de documents ou de copies des correspondants...

## Dépêche

Meilleure amie du journaliste et des rédactions, elle se veut brève et concise. La dépêche arrive dans tous les journaux et sert de point de départ à la longue chaîne de l'information. Elle se présente sous la forme d'un condensé d'information lisible sur moniteur ou alors entendu sur les ondes radiophoniques. Elle abreuve le journaliste toujours en quête de nouvelles fraîches. Elle lui permet entre autres de posséder en quelques secondes l'ensemble de l'actualité nationale voire internationale, nécessaire pour traiter correctement l'information. Il existe trois grandes agences de dépêches en France : l'AFP pour la presse écrite, l'AP pour la radio et Reuters

sanctionnées. Il en va de même pour le plagiat, la corruption ou toute mission à titre purement publicitaire ou commerciale. Le journaliste a aussi pour devoir de protéger l'identité des mineurs, de ne pas tenter à la vie privée d'autrui, de respecter la présomption d'innocence. Dernier point significatif du métier de journaliste et qui concerne la déontologie : la clause de conscience. Le journaliste bénéficie de cette clause en cas de changement de la ligne éditoriale du journal. Si celle-ci ne convient plus au journaliste, il est en droit d'invoquer la clause de conscience et de quitter la rédaction.

Sans pour autant y perdre ses droits.

→ par **Michaël Klawinski**

Actuellement la presse écrite est en crise ! Les directions mettent en place des restrictions économiques, et les journalistes sont invités, de plus en plus, à travailler à la rédaction. Les médias ne cessent de restreindre les sujets susceptibles de « faire l'actualité ». Ils se fondent de plus en plus sur le travail des agences de presse, des journaux ou encore, sur la foi de sondages recensant les thèmes favoris des lecteurs. Sur le web, cette logique est encore exacerbée, l'information étant reléguée au statut de contenu informe !

→ par **Thomas Muggianu**

pour la télévision. Indispensable au bon fonctionnement du système informatif, la dépêche est en quelque sorte le terreau de l'arbre du journalisme. Mais attention ! La faute professionnelle, tapie dans l'ombre, guette à tout moment le journaliste paresseux qui aurait tendance à reprendre la dépêche telle quelle sans la modifier. Futurs journalistes, méfiez vous ! Si la dépêche peut vous apparaître comme un allié de choix, elle peut cependant s'avérer dangereuse entre des mains malveillantes. Alors, un conseil, ne la maltraitez pas, elle pourra devenir une compagne fidèle tout au long de votre carrière.

→ par **Thomas Muggianu**

## Désinformation

→ Par **Kira Lavreeva**

Désinformation : kesako? Les médias sont censés informer, mais pour diverses raisons, ils participent à la désinformation. La désinformation est la diffusion des fausses nouvelles à des fins délibérées, bien souvent politiques ou publicitaires.

Désinformer : où ? Il s'agit bien souvent des pays dictatoriaux. Toutefois, les démocraties connaissent aussi ce phénomène. Fausse interview de Castro adroitement montée par Patrick Poivre d'Arvor est devenue un cas d'école.

Le web porte la palme de la désinformation. Méfiance, des centaines de rumeurs sont lancées dans les webzines! Désinformer : qui ? Journalistes, hommes politiques et publicitaires en usent et en abusent. Le phénomène est plus ou moins amplifié selon le pays. En Russie, en Grande-Bretagne la désinformation est le pain quotidien des journalistes. La presse people offre également un cocktail molotov de fausses nouvelles et de demi-mensonges. Désinformation : quand a-t-elle commencé ? La désinformation journalistique est née avec les premiers journaux. Par exemple, la Gazette de Renaudot, lancée en 1631 est un organe officieux de la Cour. Elle diffuse essentiellement les nouvelles mondaines rédigées dans le but d'amuser la galrie et renforcer le pouvoir oligarchique. Désinformer : comment? En journalisme, il existe deux façons de désinformer. Dans un régime totalitaire, l'information est d'abord traitée par le gouvernement, revue et corrigée, puis renvoyée aux médias. En démocratie, la liberté d'expression est la règle. Les médias vont à la recherche d'information et quelquefois la déforment. La finalité est la même. Dans un monde où le journalisme est en crise économique, désinformer aide à vendre.



# E comme...

## Enquête

→ Par **Mélody Vissio et Héléne Noizet**

Le terrain le plus vite possible. Tel est le leitmotiv de tout journaliste qui se respecte. L'enquête, l'écrit noble du métier, c'est le rêve des futurs journalistes.

Choisir un sujet, se documenter et rapidement prendre son bloc notes et arpenter le bitume : l'enquête peut commencer. A Nouvelles, pendant 7 mois, les étudiants de 1ère année se démènent pour obtenir des informations croustillantes.

L'église et le sexe, le maraboutage, le quotidien des clandestins, le

sadomasochisme... Les sujets d'enquête sont variés et passionnants. Au début, la masse de travail peut paraître énorme, mais les étudiants se mettent vite dans le bain. Cécile avoue : «au début, cela me semblait impossible, mais les professeurs nous ont rapidement donné les outils pour mener à bien cette enquête.»

Sur le terrain, les anecdotes sont multiples, les rencontres émouvantes et mémorables. Sunder et Kelly ont, par exemple, rencontré un jeune clandestin d'à peine 16 ans et Anthony a vécu le quotidien des pompiers pendant 3 jours...



## Ecoles de journalisme

→ Par **Marie Périssé, Elodie Sempe et Antony Roblin**

Pour se lancer dans le métier de journaliste, le choix d'une école est un avantage. Les établissements disposent de réseaux facilitant l'obtention de stages. Sur un CV, c'est un bon point, tel un label de qualité. Le Syndicat National des Journalistes a sélectionné en France, douze écoles selon de nombreux critères : Toulouse, Lille, Strasbourg, Bordeaux, Tours, Marseille, Paris, Neuilly-sur-seine, Grenoble et Lannion.

Certaines d'entre elles, non reconnues, disposent d'une formation souvent compétente. Entre les écoles pu-

bliques et privées, comment faire le bon choix ? Les deux recrutent de Bac à Bac + 3. Elles exigent un bon niveau de culture générale et la maîtrise des langues. L'entrée se fait le plus souvent sur concours. Pour se porter candidat, il faut remplir un dossier comprenant : CV, lettre de motivation, chèque pour les frais de dossier. . .

Les écoles privées sont payantes et en général non reconnues par l'Etat. Aujourd'hui, 80% des journalistes sont issus de l'université. Les filières universitaires offrent des formations de bonnes qualités mais négligent souvent les stages.

Il est important de former les journalistes sur le terrain. Une entreprise de presse accepte plus facilement en stage les étudiants issus des écoles plutôt que de l'université.

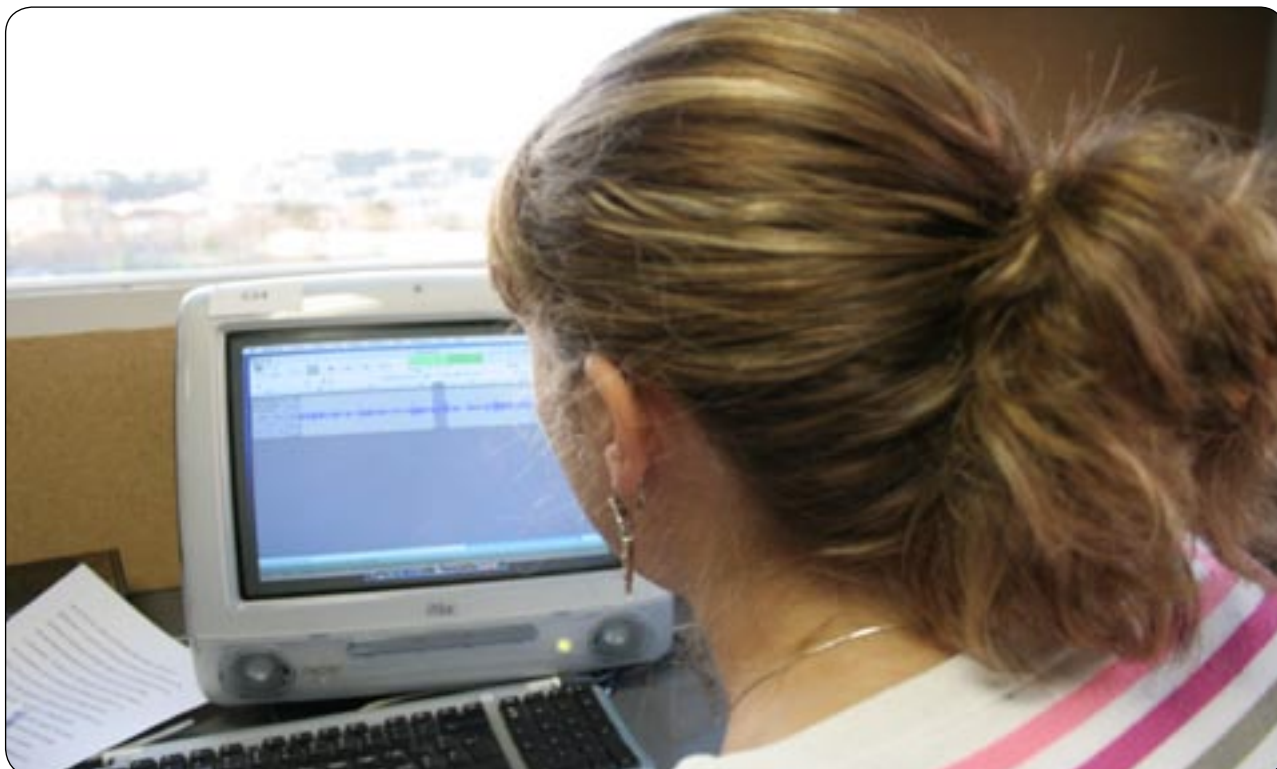
La théorie c'est bien, la pratique, c'est mieux.

## Effectifs

→ Par **Florence Sternicha**

Le journalisme c'est 85 268 professionnels en France. Plus de la moitié d'entre eux exerce à Paris. Actuellement, il y a plus de 500 journalistes en Ile de France. Ils sont 72,4% en presse écrite, 12,4% en télévision, et 6% en agence de presse. Dans ce flot de journalistes, 6 300 sont pigistes. 36 503 sont titulaires de la carte de presse. 21 028 sont des hommes, 15 475 des femmes. Des chiffres en perpétuelle évolution, face à l'engouement suscitée par le journalisme, ces trois dernières années. Le nombre de journalistes a en effet augmenté de 14,49%. A l'heure actuelle, une sélection s'opère dans ce milieu. Elle passe par la professionnalisation du secteur. Les recruteurs plesbiscitent de plus en plus les diplômés d'écoles de journalisme. Aujourd'hui 15% des journalistes sortent d'une école. Le journalisme est une profession ouverte, en mouvement permanent. Elle connaît une féminisation grandissante, 40% des journalistes sont des femmes.

# F comme...



## Féminisation

→ Par **Noria Ait-Kheddache**  
et **Marion Aniel**

A quand la parité dans les médias? Claire Chazal, Anne Sinclair, Christine Ockrent, Marine Jacquemin... Les femmes journalistes talentueuses ne manquent pas en France. Cependant, derrière ces succès se cache une réalité beaucoup moins dorée pour toutes les autres.

L'Association des Femmes Journalistes (AFJ) s'engage depuis 1981 à défendre et à promouvoir leur image dans les médias. Là encore, il faut se rendre à l'évidence, Mesdames, le monde de la presse n'est pas épargné par cette mysoginie ambiante.

En effet, la représentation des femmes dans les médias demeure faible. Dans les rédactions, qui emploient 40% de femmes, la presse n'évolue pas plus vite que les mentalités puisque seuls 11% des postes à responsabilités leur

sont confiés.

Elles sont victimes de discriminations dans le monde du travail et le journalisme ne fait pas exception. Moins promues, moins bien payées et plus précaires, c'est la condition de vie de beaucoup de femmes journalistes.

Quoi qu'il en soit, la féminisation de la profession est bel et bien engagée. Il ne tient qu'à la nouvelle génération d'inverser la tendance.

Mode, décoration, beauté et bien sûr cuisine, la presse féminine suit son expansion. Apparemment à l'abri de la crise de la presse généraliste, elle fait preuve d'une puissance indéniable.

Son atout ? Pouvoir se déclinier, se concentrer, s'industrialiser et s'internationaliser. Pas de procès, pas de révélation, ni de pamphlet fracassant certes, mais un détail important : boostée par la publicité, elle a su conquérir son public et entraîner les éditeurs. Même s'ils semblent dévoués aux marques, les magazines féminins

## Faits divers

→ Par **Olivier Bonnet**

En argot journalistique, on le nomme «chien écrasé».

C'est avec la presse à grand tirage que cette appellation est née. Accident de toute sorte, catastrophe aérienne, drame conjugal, enlèvement, mort d'une star : le fait divers ne relève ni de l'actualité mondiale, ni de la politique, ni de l'économie. Le fait divers doit être sensationnel, faire appel à l'émotion. Aujourd'hui, c'est la rubrique Société qui accapare les faits divers, qu'elle préfère appeler «faits de société».

ne font pas office de catalogues publicitaires. Puissante, rentable et triomphante, la presse féminine fonctionne à la perfection au sein d'un système de dépendance intégrale.

En moins de dix ans, les annonceurs sont passés de partenaires dormants à partenaires dominants.



# G comme...



## Glossaire

→ Par **Etienne Charles**

- **L'agencier** : distribue l'infos. Précis et réactif, il agrmente ses dépêches au fil des événements.

- **Le correspondant** : journaliste délocalisé, affecté à une zone géographique limitée.

- **Le grand reporter** : travaille directement sous les ordres du rédacteur en chef. Marqué par l'expérience. Souvent affecté à une rubrique particulière (politique, économique, international...)

- **L'infographe de presse** : éclairage sur l'actu par la conception de schémas explicatifs.

- **Le journaliste d'entreprise** : confond parfois son métier avec celui de

publicitaire. Doit transmettre les infos au sein de l'entreprise et à l'extérieur. N'est pas titulaire de la carte de presse. cf «Le journaliste institutionnel»

- **Le journaliste radio** : la rapidité est sa raison d'être. Improvisation et spontanéité sont de rigueur.

- **Le journaliste TV** : le reporter/rédacteur travaille en équipe, avec un caméraman et un preneur de son. Il construit le synopsis du reportage, dirige les interviews, assiste le monteur pour le choix des plans et réalise les commentaires sur images.

- **Le JRI** : rigueur et originalité du rédacteur, technique du caméraman et du preneur de son, maîtrise du montage vidéo, le JRI est un studio mobile de télévision.

- **Le journaliste on-line** : la réactivité est son maître mot. Doit être à l'affût

de toute nouvelle info pour la mise à jours des sites. Vérifier, ordonner, traiter...

- **Le localier** : l'ilôtier du journalisme. Le maître de la proximité. Il doit connaître les moindres recoins de sa ville et se tisser un vaste réseau d'informateurs.

- **Le maquettiste** : habille le magazine en respectant la charte graphique. Sorte de secrétaire de rédaction dans la presse magazine.

- **Le photographe** : artiste-journaliste. Une photo est parfois plus forte que les mots...

- **Le pigiste** : travaille pour le compte de plusieurs publications. Originalité de mise pour se démarquer de ses semblables. Il répond l'essentiel du temps à des commandes particulières. Ne dispose pas forcément de la carte de presse.

- **Le rédacteur en chef** : incarne la ligne éditoriale du journal. Dispose du dernier mot lors de la conférence de rédaction. Dans la hiérarchie du journalisme, il est à l'opposé du pigiste.

- **Le rédacteur en presse spécialisée** : a l'avantage de moduler son emploi du temps et de se concentrer sur un domaine d'information qu'il maîtrise.

- **Le rédacteur en presse quotidienne** : vit au rythme de la rédaction. Doit rendre ses papiers à temps pour l'impression du journal.

- **Le secrétaire de rédaction** : traitement des papiers rendus par les rédacteurs. Correction, rectification, coupage, calibrage, caviardage...

## Gratuits

→ Par **Claire Camarasa** et **Karen Brun**

Les journaux gratuits ont envahi la scène médiatique ! Depuis 2002, «Metro» et «20minutes» sont les rendez-vous incontournables de 3,7 millions de lecteurs chaque jour. Ce phénomène en expansion, mal accueilli par la presse écrite payante, constitue une véritable concurrence: les ventes de quotidiens régionaux et nationaux s'en ressentent. L'achat de ces journaux devenant un luxe, les gratuits ont désormais une place de premier choix dans notre société. Ils séduisent aussi un lectorat qui

ne faisait pas la démarche d'acheter l'information. A jouer à l'arroseeur, les gratuits vont se faire arroseeur : certains quotidiens ont l'intention de se mettre à l'heure du gratuit! Le principe du zapping est simple : répondre à l'attente supposée des lecteurs. Ce procédé délivre l'information brute et ne se soucie guère du commentaire ou de l'analyse. Il passe en revue l'actualité en un temps record car «20minutes», c'est le temps moyen que beaucoup de Français accordent à la presse, dans leur routine rythmée au son du «Metro», boulot, dodo.

## Zoom sur «Metro» Nice

Propriétaire: le journal appartient à Metro International, détenu à 65,7% par le groupe suédois Kinnevik et 34,3% par TF1.

Diffusion: Metro Nice représente 25000 exemplaires par jour sur la diffusion totale en France de 440 000 exemplaires.

Points de distribution: les lieux les plus fréquentés (gares, abris bus, boulangeries...)

Personnel: 2 journalistes et 2 commerciaux

Financement: publicité uniquement

# H comme...



## Hebdomadaires

→ par **Hanaë Grimal**  
et **Anaïs Ledoux**

Un hebdomadaire est un journal qui paraît chaque semaine. Qu'il soit d'investigation, d'information, de divertissement ou people, il fait partie intégrante du paysage journalistique français. La presse hebdomadaire possède un rôle d'observateur grâce au recul qu'elle prend vis à vis de l'actualité.

Quand les quotidiens traitent l'information à chaud, les

«hebdos» possèdent, eux, le temps de la réflexion et les moyens de l'investigation. Plus de 90% de la population française en lit régulièrement. Cet engouement a conduit à une augmentation des parutions hebdomadaires en supplément de quotidiens («Le Monde 2», le «JV» de «Nice Matin», ...).

Au top 10 des hebdos les plus vendus en France : 7 magazines télévisés, 2 féminins («Femme actuelle» et «Femina hebdo») et un seul d'informations générales («Paris Match»).

## Liste des hebdos en France

Hedomadaire nationaux:

On compte près de 460 titres de Presse Hebdomadaire Nationale (PHN), qui rassemblent 47 millions de lecteurs réguliers et qui a généré en 2004 un chiffre d'affaires de 2,1 milliard d'euros.

Plus forte diffusion: «Télé 7 jours» (1873000 exemplaires)

A: «Action française», «Actual-Hebdo»

B: «Basket News»

C: «Le Canard enchaîné», «Charlie Hebdo», «Le Courrier de la Mayenne», «Le Courrier International»

E: «L'Express», «L'Expansion»

F: «Famille chrétienne», «Femme actuelle», «Femina hebdo», «France Catholique»

H: «Le Hérisson»

I: «Les Inrockuptibles»

J: «Le Journal du dimanche»

M: «Marianne», «Le Messager», «Le Monde Diplomatique»

N: «National-Hebdo», «Le Nouvel Observateur», «Le Nouvel Economiste»

P: «Paris-Match», «Le Pèlerin», «Le Point», «Politis», «Publihebdo»

R: «Rouge»

T: «Tribune de Lyon», «Télérama»

V: «Valeurs actuelles», «La Vie»

Plus tous les hebdomadaires «people» (ex: «Voici») et les programmes de télévision (ex: «Télé 7 jours»).

Hebdomadaires régionaux:

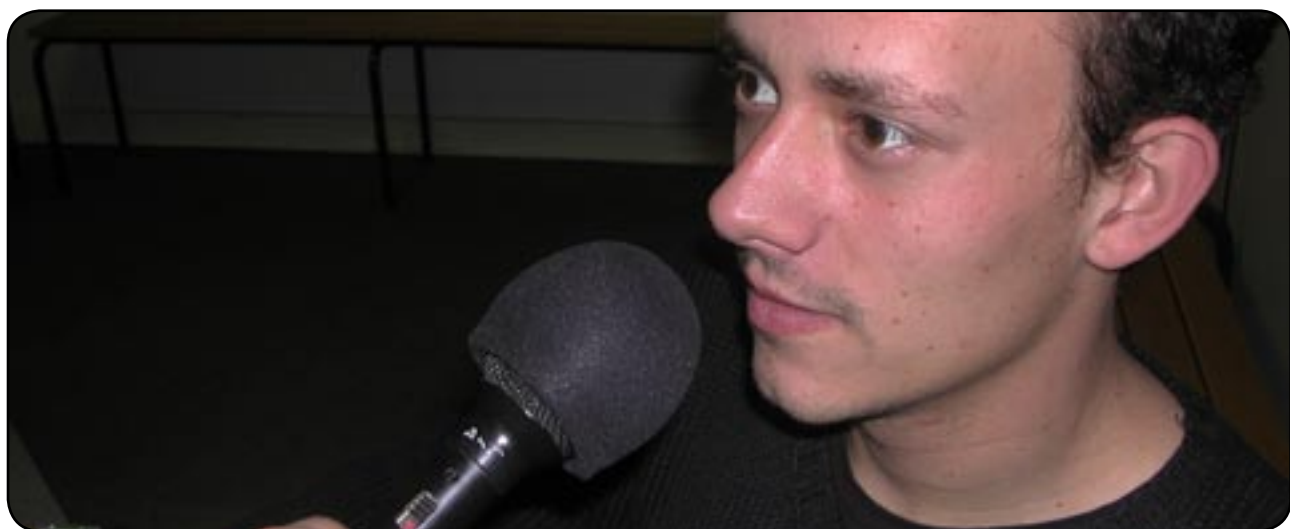
Il y a environ 250 titres de Presse Hebdomadaire Régionale (PHR), que se partagent 160 éditeurs. La PHR rassemblent près de 7 millions de lecteurs réguliers, et elle a généré en 2003 un chiffre d'affaire de 152,4 millions d'euros.

Plus forte diffusion: «La Manch Libre» (70000 exemplaires) et «Le Courrier Cauchois» (44000 exemplaires).





# I comme...



## Interview

→ Par **Julien Gris**

Alliage de questions pertinentes et de réponses intéressantes, l'interview est le socle du travail journalistique. C'est un outil indispensable pour réaliser bon nombre d'articles. Elle consiste à recueillir l'opinion d'un ou plusieurs intervenants sur un sujet donné par le biais de questions-réponses. Les pièges sont nombreux car le journaliste ne doit pas se laisser abuser par son interlocuteur. L'exercice requiert personnalité et créativité. Il peut se décliner sous forme de table ronde ou micro-trottoir (questions dans la rue).

L'interview se compose de 3 temps :

-une recherche en amont: le journaliste se documente sur son interlocuteur (biographie, œuvres, goûts ...) et fait des fiches. Il prépare ses questions, classées et hiérarchisées. Cette étape est fondamentale, elle conditionne le succès de l'entretien. En effet, plus le journaliste a d'éléments, meilleure sera l'interview.

-l'entretien: le rendez-vous a été fixé par téléphone ainsi que les conditions de l'interview (lieu, temps, thèmes abordés). Règle essentielle: ne jamais communiquer ses questions avant la rencontre. Le journaliste doit mener l'échange et ne pas se laisser «manipuler» par son interlocuteur.

Les premières questions sont d'ordre général, elles mettent en confiance la personne interrogée. Viennent ensuite les sujets plus

pointus.

L'entretien se termine souvent par une question légère, insolite.

La rédaction: dès la fin de l'interview, le journaliste met ses notes au clair, trie les informations essentielles et secondaires. Souvent, le titre reprend une citation «choc». Le chapeau situe l'invité (description physique, tenue vestimentaire, activité et actualité) voire le cadre de l'interview. Il fait le lien entre l'interlocuteur et le thème abordé. L'interview peut être présentée sous forme de questions-réponses telle qu'elle s'est déroulée. Avantage de cette formule, elle donne du rythme à la lecture par son côté «vivant». Autre option: insérer les réponses sous forme de citations dans un texte (papier filé). Cette méthode fait ressortir la plume du journaliste.

## Investigation

→ Par **Sonny Folcheri**

Le journalisme d'enquête ou d'investigation est un genre spécifique de par la durée de travail sur un même sujet. L'investigation se réalise sur une période moyenne ou longue.

C'est donc un procédé totalement différent des compte-rendus ou des articles, rédigés eux, en une ou plusieurs journées.

Le but du journalisme d'investigation est de démontrer et de faire le point sur un sujet, en y appor-

tant des avis et des points de vue contradictoires. Les journalistes recourent donc à l'interview, procédé essentiel de ce métier, mais également à des recherches sur documents ou sur Internet. Cette méthode permet de trier plus efficacement les informations vraies des fausses, et souvent de découvrir des faits inédits. L'analyse sera de meilleure qualité et reflètera au mieux la réalité objective. Le travail d'investigation est réussi si les sources sont efficaces.

Attention toutefois à ne pas les divulguer!

L'investigation consiste donc en la recherche d'informations cachées ou tues volontairement ou non, à partir d'un sujet qui intéresse le public.

Les thèmes sont souvent polémiques et « tabous », ils tentent d'informer le plus justement possible le public et d'éveiller l'opinion. Ces investigations débouchent sur la révélation d'une information, contraire ou en controverse d'une version présentée par les responsables gouvernementaux, économiques, politiques ou même la presse.

# J comme...

## Journalisme et communication

→ Par **Priscilla Halioua-Petit et Sarah Kauffmann**

Le journaliste recueille, relate ou commente des informations concernant des événements d'actualité. Il n'est pas semblable à l'attaché de presse qui collecte des renseignements autour d'un produit (objet, entreprise ou personne). C'est lui qui met en place des actions

d'information et de promotion destinées aux médias. Il s'occupe aussi du suivi médiatique, de la revue de presse, et doit connaître parfaitement son sujet.

La journée du journaliste commence avec une conférence de rédaction, où il choisit les informations qui seront détaillées dans le journal.

Il doit vérifier ses sources pour s'assurer que les renseignements obtenus soient fiables.

L'attaché de presse est plus un «commercial». Son rôle principal est de mettre en avant les atouts des personnes ou des produits qu'il représente.

Dans ces métiers, les principaux atouts sont : le sens du contact, l'écoute, la curiosité, l'esprit critique, une bonne culture générale, une bonne connaissance de l'anglais, un esprit d'analyse et de synthèse...

## JRI

→ Par **Anaïs Ledoux et Belinda Kheddouche**

Mathieu Horstmann, est journaliste reporter d'images (JRI) pour Canal + et I-télé. Son créneau : le terrain. A 29 ans il a déjà couvert, le drame du cyclone Katrina en Louisiane, la victoire du Hamas en Palestine ou encore le procès d'Outreau.

### En quoi consiste votre métier ?

Notre tâche est triple : capturer les images et le son, mener les interviews puis monter les sujets. Le JRI idéal est aussi bon technicien que rédacteur. A ce titre il doit être polyvalent, faire preuve de vivacité, de rapidité et de qualités de synthèse.

### Et concrètement sur le terrain ?

«Soit la rédaction me confie le traitement d'un sujet, soit j'en prend l'ini-



tiative seul. Dans tous les cas, arrivé sur le lieu de reportage, c'est tout de suite le rush. Il faut trouver les arrière plans, les protagonistes, capturer le bon son. Enregistrer les commentaires, mettre en boîte, bien et vite».

**Pouvez-vous nous éclairer sur votre parcours?**

Il n'est pas vraiment classique, puisque je n'ai pas fait d'école d'audiovisuel. Après un bac B (Sciences-éco) en poche, j'ai intégré les Beaux-Arts à Paris pour une formation de deux ans. Puis j'ai décidé de suivre une formation à l'ESJ de Paris, me spécialisant dans la télévision et le reportage. Quelques stages, dont un à

## Jargon du journalisme

→ Par **Monia Kachremi**

En journalisme, l'angle n'est point le calcul de l'hypothénuse, mais il s'agit avant tout de la façon de traiter un sujet afin d'en déterminer le plan de l'article.

L'attaque n'est en aucun cas

une allusion à un épisode de la Guerre Des Etoiles. Une attaque est l'amorce d'un papier.

Un bourdon n'est pas un insecte ni une période de déprime pour un journaliste, mais il s'agit de l'oubli d'un ou plusieurs mots qui rendent un article incompréhensible. Caviarder un article ne consiste pas à tartiner un édito d'une substance noirâtre et au parfum douteux, mais il s'agit

avant tout de rayer à l'encre noire un ou des passages d'un article.

Un Chapô n'est pas le singulier de chapi, mais un court texte qui précède et annonce un article.

La rubrique des chiens écrasés ne comporte pas l'essentiel des histoires de Paf le chien, mais regroupe les faits divers les moins importants.



JRI ★

JPO 2006

ISSUE

www.curieux.net



# K comme...



## Kiosquiers

→ par **Marie-Cécile Noguès/**  
**Virginie Sanchez/ Benjamin**  
**Paschal**

Qui n'est jamais allé acheter son journal dans un kiosque? Vous savez cet endroit où on ne distingue pas l'homme des journaux. Bien souvent, le nombre de journaux est supérieur à la place donnée aux kiosquiers, ce qui donne souvent une impression d'oppression intimiste. Les 2000 titres sont à peine discernables, l'espace qu'ils occupent est bien trop exigü pour que chaque Une se différencie.

Le pire : ce sont les invendus. Il faut le savoir, les kiosquiers ont beaucoup de mal à écouler leur stock. Malgré le remboursement partiel, cela représente une perte d'argent non négligeable. Et oui, ce métier

épuisant est en plus peu gratifiant financièrement ! La faible rétribution de ces hommes entraîne un ras le bol, comme pour Benoît qui travaille sur le kiosque de la promenade des anglais. Il confesse à ce sujet: « on touche en moyenne 17% sur un quotidien et 25% sur un magazine. Les ventes sont en chute libre depuis deux ans. On est à 25% de vente depuis trois ans... ». Ce métier requiert un important investissement personnel. Surtout quand on sait qu'une journée commence à 7h30 et s'achève à 19h15 au plus tôt. Les journées sont longues et le temps libre un luxe. Donc on peut se demander, quel est l'intérêt du kiosquier ? Leur plus grande satisfaction reste le rendez-vous quotidien avec les habitués. Une occasion de parler de tout et de rien, bref un bon prétexte pour aller acheter le journal. Bien sûr c'est avant

tout un métier de proximité. Les habitués changent rarement de kiosque. Ils font partie du folklore!

L'engouement que suscitent les kiosques ne suffit pas à leur survie. Didier Ritravo, kiosquier boulevard Delfino, en témoigne : « les deux derniers postes que je tenais au boulevard Jean Jaurès et place Wilson n'ont pas été repris, preuve de la dureté de la tâche.

Aujourd'hui, il faut mener le combat contre les buralistes ». En effet, nombreux sont les kiosquiers qui sont forcés de développer des activités annexes, comme la vente de cartes téléphoniques, de timbres ou encore de cartes postales, et des jeux à gratter !

Benoît, pessimiste, pense déjà à sa reconversion: « je redoute que les gens se tournent exclusivement vers Internet au détriment de la presse écrite ».

# L comme...



## Liberté de la presse

→ Par **Stéphane Vilpont**

« Toute censure est un aveu : on ne ferme que la bouche qui dit la vérité », écrit le philosophe Pierre Gripari. Dès 1789, la France a proclamé la liberté

de la presse même si paradoxalement elle a mis du temps à l'appliquer pleinement. Reporter Sans Frontière (R.S.F.) a établi un classement mondial des pays qui respectent le plus la liberté de la presse.

En 2005, la France dégringole de la 11ème à la 26ème place. Elle reste toutefois un état respectueux de la

liberté d'expression, de la presse. Cette place est le résultat du nombre important des journalistes interpellés, arrêtés, malmenés par les forces de l'ordre, en particulier lors des manifestations. On assiste aussi de plus en plus à la confiscation du matériel, comme si sortir un appareil photo ou une caméra était devenu illégal !

Si on établissait un classement des champions de la censure, la Chine serait sans conteste en tête du peloton. Elle a réussi à purger son réseau de presse de toute information critique du régime. Le Viêt-nam arrive en deuxième position : le pays s'est doté d'une cyberpolice. Il filtre les contenus «subversifs» sur la Toile. Quand à la Tunisie, elle a mis en place un système efficace de censure. Toutes les publications de l'opposition tunisienne sont bloquées. Suit le quatuor : Iran, Cuba, Arabie Saoudite et l'Ouzbékistan.

Ces pays affichent clairement leurs restrictions à la liberté de la presse.

## Combat pour la liberté

→ Par **Louise Sarant et Emmanuel Scarsi**

Sy Koumba Singa Gali est rédacteur en chef de l'hebdomadaire tchadien « L'Observateur », créé par elle-même en 1996 et qui se définit volontiers comme une presse engagée. En août dernier, la journaliste et trois de ses collaborateurs ont été arrêtés et incarcérés pendant plusieurs semaines.

Pour quelle raison avez-vous été emprisonnée ?

« L'élément déclencheur a été la publication d'une interview publiée en juin dernier par mon journal qui a fortement déplu au gouvernement tchadien. Dans cette interview, un journaliste qui couvre les conflits à la frontière soudanaise a accusé les

membres de Janjaweed du gouvernement tchadien de conspirer pour le réduire au silence.

Le gouvernement a immédiatement brandi le foudre de l'incitation à la haine tribale pour me jeter en prison pour un an.

Quelles ont été la durée et les conditions de votre détention ?

J'ai été détenue 46 jours à la maison d'arrêt de N'djaména, dans une cellule avec 26 prisonnières de droit commun. J'étais avec des criminelles, des voleuses de poules. Je continuais d'ailleurs à travailler, faisant mes interviews par téléphone et publiant mes articles.

Quelle a été la réaction de l'opinion tchadienne face à votre détention ? Et celle de l'opinion internationale ?

Au Tchad les gens se sont vraiment mobilisés pour demander ma libération. Les plus actives ont été sans

aucun doute les femmes et les associations des droits de l'Homme. A l'échelle internationale, Robert Ménard de «Reporter sans Frontières» a été au devant du combat, puisqu'il a personnellement rencontré Idriss Déby pour demander ma libération immédiate. J'ai été libérée au bout de 46 jours au lieu de purger une peine d'un an ferme.

Quelle a été l'attitude du gouvernement à l'encontre de « l'Observateur » suite à votre libération ?

Le gouvernement est resté dans sa logique de reculer pour mieux sauter. Le ministre de la communication a demandé à réintroduire dans la constitution le principe d'« offense au chef de l'Etat et à ses conseillers ». C'est tout bonnement un recul de 30 ans de la liberté de la presse. Le pouvoir n'a tiré aucune leçon de ce qui s'est passé. Il refuse aux entreprises d'état de faire de la publicité dans notre journal, qui se meurt à petit feu...



Liberté de la presse ★

JPO 2006

ISSUE

www.curieux.net



# M comme...

→ par **Cécile Braconi et Lucien Bigois**



## Médias

La communication est véhiculée par les médias. Télévision, radio, presse écrite et internet sont les principaux moyens d'expression. Ils permettent la diffusion d'informations tout autour du globe. Dispenseurs de rêve et de distraction, les

médias reflètent les maux et les mots de la société. Ces différentes fonctions impliquent le lecteur et le valorisent. Mais attention, un média se doit de rester critique et ne peut pas se contenter de «donner» l'information brute.

## Mensuel

Il paraît une fois par mois. Cela peut paraître banal mais ce laps de temps est un luxe que peu de rédactions peuvent se permettre. Cette fréquence permet aux mensuels de proposer aux lecteurs une vision approfondie de l'actualité et des problèmes de société.

## Magazines

Féminins ou d'actualité, sportifs ou culturels, les magazines occupent une place à part dans l'univers de la presse écrite.

Prospérité de ce secteur tranche avec la crise que connaît la presse traditionnelle. Un succès atteint grâce à la fidélité du lecteur. 47 millions de Français lisent au moins un magazine par mois. Et ce, malgré son prix.

Avec un prix moyen d'1.90D, les foyers français investissent environ 150D par an, signe d'un engouement prononcé pour ce genre de publication.

La presse magazine se renouvelle avec plus ou moins de succès et 400 nouveaux titres ont fait leur apparition ces cinq dernières années. Face à cette nouvelle vague, les titres les plus anciens tels «Science et Vie», «Elle», «National Geographic», ou encore «Marie-Claire» ont dû décliner leur marque en jouant sur leur notoriété.

En tête des ventes, on retrouve Télé 7 Jours avec 1,873 million d'exemplaires vendus.

Il faut savoir que la France est le premier pays consommateur de magazines en Europe, juste devant l'Allemagne.

Qu'il soit spécialisé ou généraliste, le magazine fait donc partie intégrante du paysage médiatique et il n'est pas près de désertier les kiosques.

# N comme...

## Nouvelles

→ par **Caroline Buisson, Joanna Catanei et Thibault Couard**

L'esprit Nouvelles, c'est se comporter en journaliste à chaque instant. C'est savoir réagir au temps T et à la minute M ! Nouvelles, c'est également respecter la charte du journaliste adoptée en 1918. Un journaliste digne de ce nom se doit de suivre à la lettre certaines règles essentielles...

Les cours de 1ère année sont destinés à faire connaître aux étudiants les règles du métier et les techniques de base. Il s'agit d'intégrer «l'écriture automatique» en radio et presse écrite. C'est au second semestre que le travail sur le terrain est de mise. La formation ne s'arrête pas là puisque des cours d'économie, de relations internationales et de droit viennent compléter les séances d'écriture journalistique.

Les cours de 2nd année se déroulent

au rythme d'une rédaction. Deux spécialisations s'offrent à vous : presse écrite ou audiovisuel. L'emploi du temps se partage donc entre quota d'heures supplémentaires et enseignements commun à tous.

Au cours des deux ans de formation, les étudiants de Nouvelles se voient proposer trois types de stages sous convention, grâce à l'appui de l'école. Ils ont la possibilité d'effectuer un stage entre la première et la deuxième année, puis ils sont aiguillés vers des stages d'immersion pour une période de 10 semaines, et en fin d'études d'une durée de un à trois mois. Un pied à l'étrier et un réel suivi, donc, pour tous ces futurs professionnels du journalisme.

Le pourcentage d'insertion professionnelle dépasse chaque année 86% (CDD, CDI ou piges). L'école propose aux étudiants fraîchement diplômés, des stages supplémentaire, si nécessaire, et les tient informés des offres

d'emploi que les entreprises de presse envoient à Nouvelles. Le contact avec les anciens de l'école travaillant dans des rédactions est important, ceux ci informent lorsqu'une place se libère et aident le nouveau venu à mieux s'intégrer dans le média. Des entreprises comme LCI, Nice-Matin ou encore NRJ recrutent chaque année, en stage ou en contrat professionnel, les perles rares de l'école.

Pour entrer à Nouvelles ? Passer avec brio l'examen d'entrée. L'établissement accueille les bacheliers mais l'idéal est d'avoir en poche un Bac +2. Deux atouts incontestables ! un bon niveau de culture générale et une connaissance du Français sans faille... Au programme ? Epreuves écrites, orales et reportage sur le terrain. Il s'agit d'évaluer votre culture, connaissance de l'actualité et capacité de réflexion. Motivation, curiosité et maturité sont les qualités requises d'une intégration réussie.

## Interview



Interview de Marie Boselli, directrice de l'école Nouvelles.

De quelle façon définiriez-vous l'esprit de votre école ?

**Marie Boselli :** C'est l'esprit du journalisme. On demande de vivre l'info 24 heures sur 24. Les étudiants doivent en être imprégnés car c'est l'aliment indispensable du journaliste. Elle doit être vécue avant, dans et après l'école. Si les étudiants galèrent pour se mettre à suivre l'actualité, petit à petit ils en deviennent dépendant. L'info c'est l'air que l'on respire.

Sur quelles qualités recrutez-vous les étudiants de Nouvelles ?

**M.B :** Pour moi, il y a cinq qualités indispensables aux journalistes. Elles ne s'enseignent pas, elles doivent être innées. Dans l'ordre : la curiosité, l'ouverture d'esprit, l'humilité, l'amour de l'autre et la débrouillardise.

Pouvez-vous nous faire part des nouveautés de l'année prochaine ?

**M.B :** A partir de juin, nous allons mettre en place un spécialisation en journalisme sportif. Elle comprendra deux mois d'école et deux mois de stage.

La formation portera sur les sports principaux ainsi que leurs spécificités.

Comment choisissez-vous les parrains de promotions ?

**M.B :** Ils sont choisis en fonction de leur notoriété, et de leur capacité à nous aider à placer nos étudiants dans le monde du travail. A partir du moment où un étudiant entre à l'école, le temps est compté. Leur diplôme en poche, ils sont la moitié à partir en presse écrite, l'autre en audiovisuel, dont 40% en radio et 10% en télévision. La présence des parrains et marraines et une forme de reconnaissance implicite que nous apporte la profession. Cela montre à quel point l'école est sérieuse.

« Soyez curieux ! » Depuis 1990, cette expression est le maître mot au 69 Rue de Roquebillière, à Nice. C'est ici que Marie Boselli, docteur en sciences de l'information, a décidé de créer l'école de journalisme Nouvelles.

Reconnue par l'Etat depuis le 10 mai 1995, Nouvelles peut se vanter d'être un véritable tremplin pour tous ceux qui souhaitent faire du journalisme plus qu'un métier, une passion.



l'Irak. L'argent n'est pas la seule raison: quand un journaliste est enlevé, les médias se mobilisent, ce qui participe à la reconnaissance des auteurs d'enlèvements qui s'en vantent auprès de leurs prisonniers. Leur «cause» leur paraît alors importante et légitime.

Car ce sont rarement les grands groupes terroristes reconnus qui enlèvent les journalistes. Même pour eux, ces actes sont impardonnables et souvent contraires à leur «honneur de guerrier».

Ces prises d'otages ne sont pas sans laisser des cicatrices amères... pour ceux qui reviennent ! La solidarité de la profession est essentielle et, selon les otages «vitale pour la survie et l'équilibre psychologique.» Car même enfermé un journaliste se doit de garder l'esprit libre ! Une organisation internationale «Reporters sans Frontières», dont le directeur est Robert Ménard se charge de trouver des fonds pour garder le contact avec les otages. Elle permet de maintenir le lien entre les familles et les journalistes en activité.

## Otages

→ Par **Oriane Dommange et Alexandra Dencausse**

On a tous en tête les noms de Florence Aubenas, Christian Chesnot et Georges Malbrunot... Malheureusement, ces otages médiatisés ne sont pas les seuls. La prise d'otages de journalistes devient une sorte de mode. Seuls

occidentaux à oser encore s'aventurer dans les zones de conflits avec les bénévoles des ONG, ils sont une cible idéale. En effet, le journaliste est rentable! Du moins c'est ce que pensent les briseurs de libertés qui font taire ces voix de l'information. On l'a vu avec la libération de Florence Aubenas, sur laquelle plane de sérieuses rumeurs de rançon : un million d'euros se seraient envolés vers

## Objectivité

→ Par **Stéphany Faby**

Pendant de nombreuses années, l'objectivité a été au cœur des préoccupations du monde journalistique. Le terme est entré en vigueur dans la profession pendant la Révolution Industrielle des Etats-Unis, au XIX<sup>ème</sup> siècle. L'essor de la «penny press», presse à «deux sous» et populaire, est alors en pleine explosion. C'est une presse sauvage, concurrentielle et sensationnelle.

Au milieu de cette frénésie, une autre plus intellectuelle souhaite

accorder de la valeur à l'information. L'objectivité naît d'un un souci d'informer de façon précise et exacte sur les coulisses du pouvoir et de la guerre de Sécession. Elle implique pour le journaliste une honnêteté et une morale à l'égard de son travail. Mais également un report exact des faits dans un papier où l'information doit y être vérifiée et confirmée.

Il est pourtant difficile pour le journaliste, de ne pas laisser ses sentiments ou ses opinions influencer son travail. Beaucoup d'entre eux conviennent qu'il est impossible d'atteindre une parfaite objectivité. Le «new journalism» dans les années soixante naît de cette idée. Il

fait appel à la subjectivité du journaliste en empruntant certaines techniques du roman. Ils rapportent la nouvelle telle qu'elle se vit tout en gardant les principes de l'objectivité. Aujourd'hui, la mondialisation de l'information, son accélération, sa diversité de supports (Radio, Presse, Télévision, Internet) induisent une plus grande difficulté à atteindre la vérité.

Avec les «Blogs» sur Internet, tout le monde peut fournir de l'information. La nouvelle peut être déformée et manipulée. L'objectivité est donc plus que jamais un problème éthique pour les professionnels qui doivent toujours vérifier leurs sources.

# P comme...



## Photographe de presse

→ Par **Sébastien Germain et Pauline Kozak**

Le photographe de presse représente la deuxième grande famille du journalisme, avec le rédacteur. Il se différencie du photographe traditionnel de part la spécificité de ces conditions de travail. Difficile pour eux d'expliquer ce qu'ils recherchent. Mais ils ont un délai restreint pour ramener la photo qui parlera aux lecteurs. De plus, il

entretient des rapports de travail très étroits avec le milieu journalistique. Toujours à la pointe de l'actualité au même titre que n'importe quel journaliste, le photographe est un témoin des événements. C'est même l'acteur le plus exposé aux risques.

Tantôt acolyte, tantôt concurrent du JRI (journaliste reporter d'investigation), le photographe de presse est un des acteurs prépondérants pour le bon fonctionnement du reportage. La photo qui illustrera l'événement ou la personne présentée se doit d'être accrocheuse et explicite. Ce pour faciliter la compréhension du lecteur.

Si ce métier vous intéresse, voici quelques informations que vous ne devez pas ignorer :

**La formation :** même si certains journalistes ont été formés sur le tard, une formation est la bienvenue. Un CAP en photographie et quelques photos en freelance peuvent toujours servir!

**Salaire moyen :** un journaliste en début de carrière peut gagner en moyenne entre 1300 et 1500 euros. Au bout de 10 ans de carrière, votre salaire peut atteindre 2500 à 3000 euros.

## Presse écrite

→ Par **Hanaë Grimal et Pauline Kozak**

Des quotidiens nationaux ou régionaux, aux magazines thématiques ou professionnels, en passant par les hebdomadaires et les périodiques d'opinion.

La presse écrite constitue un ensemble très diversifié. Diffusant à la fois de

l'information et de la distraction, elle a toujours été un moyen d'expression majeur.

Mais la concurrence est forte. Face aux autres médias tels que la télévision, la radio et plus récemment internet, la presse écrite doit se battre pour rester dans la course.

Le lectorat est vieillissant et certains journaux ont du mal à retrouver leur jeunesse. «France Soir» en a fait les frais et est menacé aujourd'hui

d'extinction. D'autres à l'image du «Monde» ou encore de «Nice Matin», ont décidé de tout revoir. De la taille de la publication, aux couleurs de leur présentation, les rédacteurs doivent se renouveler pour plaire à un nouveau lectorat.

Dans une civilisation où l'image règne, la presse écrite se voit également dans l'obligation de donner plus d'importance à la photographie. La presse française n'a donc plus le choix : muter ou périr.



# Q comme...

## Quotidiens

→ par **Romain**

### Laronche

Ils se classent en plusieurs catégories : les nationaux, les régionaux, et les gratuits. On recense en France 12 nationaux, 13 régionaux, et 5 gratuits (pour 23 éditions). Contrairement à ce que l'on pourrait croire, les plus connus, tels Le Monde ou Libération, ne sont pas les plus diffusés. Ouest-France détient la palme du journal comptant le plus grand nombre de fidèles, avec une moyenne de 862 2006 ventes quotidiennes.

La majorité des quotidiens nationaux ont perdu des lecteurs au cours des 5 dernières années. Seuls, le Parisien-Aujourd'hui en France et La Croix échappent à la règle.

Dans les mêmes temps des éditions de «gratuits» ont vu le jour. Les deux plus diffusés : «20 minutes» et ses 8 éditions (692 403 exemplaires quotidiens) et «Métro» avec 9 éditions (517 731).

## Quatrième pouvoir

→ par **Pierre Marion**

L'action des médias, d'un point de vue uniquement théorique, conceptuel, se limite à la diffusion de l'information. En pratique, celle que l'on surnomme le « quatrième pouvoir » porte un regard critique sur le judiciaire, l'exécutif et le législatif.

Outre le relai de l'information, les médias jouent le rôle de protecteur de la démocratie et du citoyen. Jusqu'en 1881, quand la loi sur la liberté d'expression permit aux journalistes d'avoir une réelle indépendance vis-à-vis du pouvoir, la presse devait se contenter des informations officielles. Elle dut donc y porter un regard critique, en observer les travers et donner à ses lecteurs les armes nécessaires pour comprendre le jeu de la



La presse quotidienne nationale (PQN) ne traite pas forcément la même information.

Parmi les journaux ci-dessous, certains sont spécialisés : «L'Equipe» s'attèle au sport, «Les Echos» traite l'actualité économique, alors que «Paris Turf» s'occupe exclusivement des courses hippiques.

Les quotidiens d'information générale et politique se différencient par leur couleur politique. Le panel est large et s'étend de «L'Humanité», partisan communiste, jusqu'au Figaro, orienté à droite.

scène politique. De fait, les médias ont conservé ce rôle critique, et se sont posés non-seulement comme un moyen d'équilibrer les trois pouvoirs mais aussi comme un contre-pouvoir. Ils peuvent dénoncer les dérives du système judiciaire, comme pendant l'affaire d'Outreau, surveiller le législatif, et s'opposer aux excès de l'exécutif.

Elle est aussi un moyen de communication entre les gouvernements et leurs gouvernés. Elle véhicule l'information descendante, celle qui émane du gouvernement, et l'information montante, la voix du peuple, en retour. La position qu'occupe la presse dans les démocraties se justifie par la diversité de ses organes, mais également par son indépendance. La variété des informations délivrées, des opinions exprimées, conséquence de la liberté d'expres-

## Qualification

→ par **Anthony Noël**

Tous les chemins mènent au journalisme. Les étudiants de cette école proviennent de tous horizons. Ayant pour bagage un simple bac ou une maîtrise d'histoire en passant par un BTS de communication, le journalisme vous ouvre ses portes. Plus question d'être formé sur le tas, aujourd'hui, les écoles sont le passage obligé des futurs journalistes en herbe.

Pas de qualification, pas de stage. Pas de stage, pas d'expérience et donc pas de perspective d'emploi. Au temps des «grands», comme Jean-Pierre Elkabbach et Françoise Giroud, on arrivait petit dans une rédaction pour ressortir grand. Plume et réflexes journalistiques s'apprenaient au fil des années. Aujourd'hui, la technique et l'expérience priment. L'essentiel: sortir d'une grande école de journalisme.

C'est seulement dans une école de journalisme que l'on vous donnera le droit de vous tromper, qu'on prendra le temps de vous conseiller. Soyons clair : aujourd'hui, dans une rédaction, ce luxe a disparu. Il faut être absolument opérationnel. Plus le temps de relire ses papiers alors encore moins de former la relève.

Mais n'oubliez pas qu'une école ne suffit pas. Votre personnalité est aussi un atout majeur!

sion, est la garantie de la démocratie. Dans un système aussi médiatisé que politisé, où l'élection vient régulièrement remettre en cause le pouvoir en place, la presse se doit d'exposer au lecteur et à l'électeur les vrais enjeux de la politique, le rendant ainsi plus clairvoyant.

# R comme...



## Reportage

→ Par **Aurélié Ronze**

A travers le reporter le plus célèbre au monde, Tintin, se cache d'abord un métier de terrain. Que ce soit pour la presse écrite, la radio ou la télévision, le reporter est celui qui, au fil de l'actualité, est amené à couvrir des événements importants ou lointains.

Sa vie : des départs à répétition pour couvrir une actualité brûlante aux quatre coins du monde, dans des pays où, très souvent, les touristes ne peuvent pas aller.

Le grand public le découvre lors des couvertures médiatiques des guerres ou des grands événements.

### Quelques grands reporters célèbres :

- Fabrice Collaro (grand reporter à TF1, spécialité : science et technique)
- Charles Enderlin (grand reporter, correspondant de France 2 à Jérusalem)
- Marine Jacquemin (grand reporter à TF1, spécialité : politique étrangère. Marraine de la promotion 2007, à l'école de journalisme Nouvelles)

## Reporters sans frontières

→ Par **Céline Raousset**

«N'attendez pas que l'on vous prive de l'information pour la défendre», tel est le mot d'ordre de Reporters sans frontières. Robert Ménard, secrétaire général de l'organisation mène un combat acharné pour que le métier de journalistes ne soit plus à risques. Avec près d'une centaine de journalistes emprisonnée et 63 tués en 2005, le droit à l'information reste encore baffoué dans de nombreux pays : la Chine, l'Iran, Cuba, l'Erythrée ... etc.

Georges Malbrunot, Christian Chesnot, Florence Aubenat : des noms que les Français connaissent bien. Prisonniers en Irak, aujourd'hui, ils sont libres. N'oublions pas pour autant les 126 autres professionnels toujours captifs de leurs geôliers.

Reporters sans Frontières se définit donc comme un défenseur des journalistes emprisonnés et de la liberté de la presse dans le monde. Il favorise le droit d'informer et d'être informé, conformément à l'article 19 de la Déclaration Universelle des droits de l'Homme.

Pour soutenir le combat de RSF, des magazines de photographies sont en vente chaque année.

## Radio

→ Par **Marion Olité**

«Média nomade par excellence, émancipée de toute contrainte spatiale, la radio bouge, la radio n'est que mouvement. Sa seule voie, la voix.»

Michel Field résume ainsi le média. Apparue au début du 20ème siècle, la radio devient libre sous Mitterrand en mai 1981. Le premier juin de la même année, France Info est créée par Rolland Faure et Jérôme Bellay. Elle diffuse des informations en continu et opère des décrochements régionaux. Le mot clé en radio? L'immédiateté. Le journaliste doit être le premier sur l'info. Il a peu de temps pour écrire son papier. Les mots utilisés sont les plus simples et les plus imagés. La radio est le média démocratique par excellence. Il s'agit d'écrire aussi bien pour le pdg d'une grande entreprise que pour l'épicier du coin. Pour intéresser l'auditeur, il faut soigner le début de l'article, appelé l'accroche. Vous devez insuffler de la vie dans votre papier : décrire physiquement les personnes, les lieux, l'ambiance. L'information est palpable grâce à la radio. Bien entendu, la voix du journaliste est primordiale. A Nouvelles, on apprend à la poser, à l'améliorer, à prendre le bon rythme, la bonne intonation. C'est un challenge de tous les instants. Rechercher la vérité en un temps record, la retranscrire rapidement et la faire passer au plus grand nombre, c'est ça, faire de la radio.



# S comme...



## Syndicats

→ Par **Claire Serre**

Où trouver un renseignement sur son salaire ou sa classification ? Que faire en cas de difficulté avec son employeur ? Comment être tenu informé des évolutions de la profession ? Des questions que tout journaliste se pose un jour ou l'autre. Afin d'assurer la défense de leurs intérêts professionnels, de nombreux journalistes ont donc choisi de se syndiquer. En effet, pour être totalement journaliste et exercer pleinement ses responsabilités, un professionnel doit être informé

de ses droits, de son statut, de sa convention collective...

Les syndicats sont un moyen de l'être.

Parmi ces syndicats (CGT, CFTC), le plus important est le Syndicat National des Journalistes (SNJ).

Ses missions: s'assurer (avec le soutien des associations) du respect de la profession, de ses engagements et bien sûr des journalistes. Grille des salaires, déontologie, carte de presse, protection des pigistes...

Autant de sujets qui concernent l'ensemble des journalistes : jeunes et moins jeunes, en CDI, CDD ou en piges.

## Scoop

→ Par **Geoffroy Vauthier**

L'information exclusive qui anime le cœur de toute rédaction qui se respecte.

Le rédacteur en chef en rêve la nuit pour relancer les ventes de son journal et rester à son poste de numéro 1.

Le journaliste le cherche pour accéder à la consécration, quitter la rubrique «nécro» et prendre la place de son supérieur.

Le pigiste l'attend avec impatience afin de pouvoir signer un CDI, devenir journaliste plus vite et manger à sa faim.

Malheureusement, le vrai scoop est rare.

A force d'être sur «le vif» en permanence, les rédactions dévoilent simultanément les mêmes informations.

Toutefois, en cas de réussite, le scoop a un pouvoir mystique et mythique sur le journaliste: il le berce jalousement, le travaille en secret et finit par devenir paranoïaque.

Cette sensation perdure jusqu'au moment où le secret est levé.

Le scoop meurt ainsi lors de sa publication, et laisse la place à une information qui sera reprise par de nombreux médias.

## Spécialisation

→ Par **Julia Toabti**

A l'école Nouvelles par exemple, deux options principales sont proposées à partir de la deuxième année.

La spécialisation presse écrite prédispose à la presse nationale, quotidienne et hebdomadaire. Sont étudiés : la qualité de l'écriture, la maîtrise du secrétariat de rédaction, les

différents logiciels de presse ou encore l'étude approfondie des méthodes de reportage et d'investigation...

La spécialisation audiovisuelle permet de choisir entre radio et télévision. On y forme des reporters ou des présentateurs. La rédaction est organisée en secteurs qui gèrent tous les niveaux de l'information : national, international, information général, culture etc....

Un troisième choix est également proposé en sport. Le CFPJ et l'INSEP organisent des formations pour les étudiants souhaitant se spécialiser dans le journalisme sportif. Cette option est pour l'instant en projet à Nouvelles.

Le journalisme est pluriel, il propose différentes options, différentes façons d'appréhender l'actualité. Les journalistes sont au service de l'info et ils se spécialisent pour mieux la

# T comme...



## Télévision

→ par **Thomas Soulié**

Reportage, écriture, montage et présentation, le journaliste de télévision se doit d'être polyvalent. Derrière un sujet de quelques minutes dans un journal télévisé, se cache un long travail en amont. Il est donc nécessaire que le professionnel maîtrise l'ensemble des techniques journalistiques.

On distingue généralement trois catégories de journalistes télé. Le reporter est sur le terrain avec un cameraman et un preneur de son. Il réalise les interviews puis le montage. Le reporter prête aussi sa voix au sujet. Le JRI (Journaliste Reporter d'Images) est un homme-orchestre.

Seul sur le terrain, il filme, prend le son et interviewe. Il réalise

aussi parfois le montage. Par souci d'économie, le JRI est beaucoup utilisé dans les chaînes régionales ou thématiques. Quand au présentateur, il incarne le style et l'image de sa chaîne. Lors de la conférence de rédaction, il choisit souvent la nature et l'ordre des sujets du jour. Le présentateur écrit aussi la plupart des lancements.

Depuis quelques années, les chaînes d'information se sont multipliées. Grâce à «I Télé», «LCI» ou «BFM TV», les téléspectateurs ont accès à l'actualité en continu. Plus besoin d'attendre la messe du 20 heures pour voir les images du jour. Et c'est bien cette image qui est au coeur de la spécificité du journalisme de télévision. A l'inverse de la presse écrite, la description n'est pas nécessaire : les images parlent d'elles-mêmes.

## 3 questions à...

Alessandra Pope, journaliste à «Nice Télévision». Elle présente «C'est mon quartier» tous les jeudis.

**Quelles sont les qualités requises pour être un bon journaliste de télévision?**

Alessandra Pope: Il faut avoir une formation complète pour l'écriture et le montage et surtout savoir aller à l'essentiel en 1 minute 30. Certains pensent qu'un sujet de télévision est réducteur. Il est vrai qu'on ne peut pas aborder différents angles. Mais il n'est pas facile de résumer une problématique en quelques secondes.

**Justement, est-ce frustrant de pouvoir seulement survoler les sujets?**

A.Pope: Il y a des jours où je préférerais faire 12 minutes sur un sujet mais c'est impossible en télévision. La synthèse est cependant un travail excitant. Si vous voulez traiter de manière complète tel événement, la seule solution est le documentaire.

**Comment gère-t-on au quotidien la concurrence avec les autres télévisions régionales?**

A.Pope: France 3 et M6 font du journalisme d'information, à l'échelle locale. A «Nice Télévision», on préfère la proximité. Nous ne sommes donc pas en concurrence avec eux. Nous traitons des sujets moins polémiques mais qui concernent plus le citoyen niçois.

## La télé prend des couleurs

→ Par **Thomas Soulié**

Audrey Pulvar à France 3, Christine Kelly à LCI et bientôt Harry Roselmack à TF1, les patrons de chaîne débute une véritable révolution: celle du reflet de l'ensemble de la société. Vaste programme. Les émeutes des banlieues ont

servi d'élément déclencheur. Jacques Chirac avait accueilli les responsables des médias pour une meilleure prise en compte des minorités. Message reçu: Harry Roselmack, d'origine antillaise, remplacera PPDA cet été au journal de 20 heures. Une annonce qui a suscité beaucoup de réactions. Les politiques ont félicité TF1 et les associations noires se réjouissent. «C'est le talent d'Harry qui lui vaut aujourd'hui cet honneur. Et

cette fierté rejaillit sur l'ensemble de la population noire de ce pays», affirme le CRAN (conseil représentatif des associations noires de France).

Cependant, certains parlent de «nomination alibi» qui pourrait dévaloriser les postes obtenus par les minorités visibles dans le futur. Sur-médiatiser la venue de «beurs» ou «blacks» au petit écran reviendrait ainsi à nier leur professionnalisme.



# U comme...

→ par **Marion Aniel**



(pensée) Unique ★

## Unique (pensée)

«Il n'y a aucune raison que la pensée journalistique s'impose comme la seule à un public qui pense, en grande partie, différemment des journalistes.» Les paroles de Jean-François Kahn sont claires. Le journaliste fondateur de l'hebdomadaire «Marianne» s'élève contre la pensée unique. Il regrette que les journaux qui ont résisté à la crise de la presse aillent «tous dans le même sens». Ainsi, il remarque justement que «Le Monde», «Le Figaro» et «Libération», «développent à 70% les mêmes informations». Ainsi, le traitement de l'actualité «n'est différent qu'à 30%». Un formatage qui met le public en «danger» puisqu'il le guide vers une pensée unique. Alors, il ne faut pas oublier que les sources d'information sont diverses. Pour éviter toute uniformité, l'utilisation de plusieurs médias est indispensable. On découvre donc différentes facettes de l'actualité, un

univers varié qui permet de forger une opinion personnelle. L'opinion personnelle, un vaste idéal difficile d'accès dans la jungle médiatique qui nous entoure. L'exemple de la télévision est éloquent. Selon les chaînes, l'information est traitée de manière différente. Apparaît alors la complémentarité des médias. Aujourd'hui, chacun se vante de ses capacités à transmettre l'actualité de façon neutre. On est bien loin du compte. En effet, il suffit de se tourner vers les journaux télévisés avec un sujet récurrent: les grèves de la SNCF. 20h de TF1: les personnes interrogées sont des usagés en colère contre les grévistes. 20h de France2 : c'est le personnel qui témoigne contre le gouvernement. Sans zapper entre les deux, on n'a qu'un côté du problème. Presse écrite ou télévision, le problème est le même: il faut lutter contre la marche vers la pensée unique. Lutter pour éviter qu'un jour les uns pensent TF1, les autres France 2.

## Urgence

→ Par **Marion Aniel**

Etre journaliste, c'est travailler dans l'urgence, participer à la course au scoop. Le temps est sacré alors la ponctualité devient une qualité essentielle et reconnue. Une minute de retard à l'agence et ce sera un blanc à l'antenne.

Si une information tombe en fin de journée, il faut être réactif pour la traiter au plus vite, la diffuser avant les autres, l'écrire avant le bouclage. Mais attention, il ne s'agit pas de confondre urgence et précipitation.

Le journaliste travaille dans l'urgence certes, mais il se doit de porter une attention de tous les instants. Vérification des sources et véracité des propos sont ses maîtres mots.

## Une

→ Par **Marion Aniel**

La une est la première d'un journal. Elle véhicule les informations capitales. Elle constitue une véritable vitrine qui expose l'image du journal. Elle attire l'oeil, son objectif premier est de faire vendre.

# V comme...

## Vérité

→ par **Manon Bakour**

Tout ce que nous savons du monde, nous le savons à travers les médias.

Journalisme et vérité sont étroitement liés. Ils sont pourtant caractérisés d'un rapport souvent difficile et ambigu. Daniel Schneidermann, chroniqueur au Monde, pense que « la vérité n'existe pas, il n'y a que des choix. Il faut qu'on veuille la pourchas-

ser sans relâche chaque matin. C'est un combat magnifique mais chaque jour incertain ». Le journaliste est un homme honnête à la recherche de la vérité, qui est sans cesse courtisé, sollicité. Stéphane Paoli, reporter à France Inter, rappelle à ce propos que « pour approcher la vérité, il est nécessaire de recouper l'information ».

En effet, tout journaliste, digne de ce nom, est contraint de permettre la diffusion de la vérité. Il se doit d'être « droit » : cela fait partie des règles de conduite aux-

quelles il se voit confronté. C'est en cela que consiste la déontologie du métier en question.

L'information va de plus en plus vite. Pour Jean Miot, président directeur général de CD Presse, « l'afflux d'informations non vérifiées est un véritable danger. Il faut prendre le temps et faire l'éloge de la lenteur », plaide l'ancien patron de l'Agence France Presse.

Le respect d'une certaine éthique est d'autant plus important que les journalistes ont une véritable mission dans notre société.

# W comme...

## Web

→ par **Sabrina Ghenissa**

L'arrivée des technologies de l'information, et notamment du Web, bouleverse la situation des médias classiques, autant en terme de mode de production, de format, d'accès à l'information, que de mode de diffusion.

Les éditions en ligne des journaux permettent souvent de toucher des personnes qui ne lisent pas l'édition papier.

Les internautes sont plus jeunes que le lecteur traditionnel. C'est un nouveau public inespéré pour les quotidiens trop souvent réservés à «papa».

L'arrivée sur la toile de la presse écrite lui confère une nouvelle image de modernité qui était auparavant l'apanage de la télévision et, dans une moindre mesure, de la radio. Il devient possible d'adjoindre à l'écrit, pour le rendre plus attractif, plus réactif, du son et de l'image.

Les services en ligne de nombreux journaux mettent à la disposition



de l'internaute une partie de leurs archives. La recherche est facilitée par un classement thématique et l'utilisation de moteurs de recherche.

La mise en ligne permet également de relier différents articles, images, textes officiels, grâce aux hyperliens.

Avantage essentiel du web : la

quasi gratuité de l'information. Tout le monde peut désormais accéder au même titre qu'un journaliste à des sources essentielles d'information.

Seul bémol : la crédibilité de l'information. Internet offre un accès à tous, et la vérification des sources s'avère de plus en plus difficile.



# X comme...



## X raisons de faire ce métier

→ par Kelly Santiago

Rencontrer, parler, questionner, voyager, être constamment au contact. Trouver les mots justes, la formule adéquate. Rendre aux lecteurs, auditeurs, téléspectateurs ce qui leur appartient: l'actualité.

Donner les clefs de l'information, vulgariser pour communiquer. Le journalisme relie les gens à leur environnement, ce n'est pas un pouvoir, c'est un devoir.

Se sentir concerné naturellement par tous les événements, qu'il s'agisse de faits de proximité, nationaux voire internationaux. Traiter tous les jours de sujets variés. S'enrichir. Etre un porteur et pourtant s'impliquer. Voir le monde tel qu'il est et l'exposer

à tous. En fait, être responsable.

La diversité des postes, secrétaire de rédaction, reporter, grand reporter... Le choix du média, radio, télévision, presse écrite, internet.

Le choix de la spécialité, qui vient souvent avec l'expérience, tels le sport, la géopolitique, l'économie, la justice...D'ailleurs, se spécialiser ou pas. La polyvalence ou la spécialisation, tout est richesse.

Etre au fait de l'actualité est synonyme d'utilisation de connaissances et de réflexion. Le journalisme est un investissement, chaque jour son histoire. Ne pas en faire du sensationnel mais l'éclairer. Parce que les informations sont un moyen concret de lier les hommes.

Faire sauter les verrous. Avoir les réponses aux questions qui se posent. Anticiper les deux. La presse, dans tous les pays du monde, qu'ils soient démocratisés ou en guerre, représente la liberté. Rien que pour cela, être journaliste semble une évidence.

## Amour...

→ Par Benoît Guglielmi

L'amour de l'info. Etre journaliste, c'est être condamné à en aimer chaque jour une autre. Une nouvelle. Des nouvelles. Partout. Tout le temps. Jamais deux fois la même. Jamais deux fois pareil. Un attentat? Une manif? Un exploit sportif? Un sommet politique? Une grève? Un festival de cinéma? L'info est pressée. Elle se bouscule. Sitôt déroulée, sitôt périmée. L'amour des gens. De tous les gens. Des plus anonymes aux plus célèbres. Tantôt les écouter, tantôt les mettre sur le grill. Les dépendre, les raconter,

les faire découvrir. Parce que les Hommes font le monde. Parce que chacun a son Histoire, ses histoires, ses amis, ses amours, ses emmerdes...

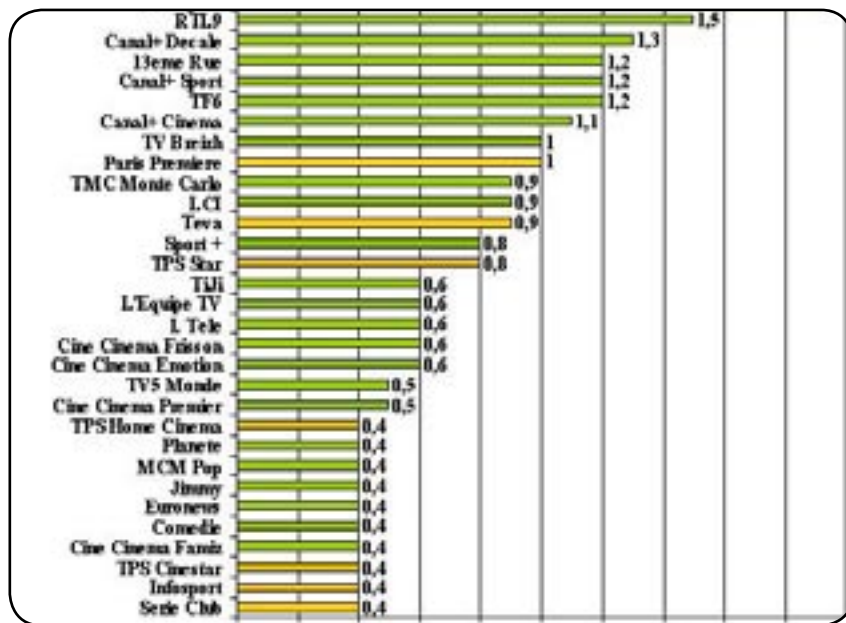
L'amour du danger. Parce qu'il se met en péril chaque matin en se levant, et parce qu'il est prêt à recommencer le lendemain, comme pour la première fois. Parce que la routine n'existe plus, parce que le soleil se lève chaque jour sur un monde nouveau, sans même s'être jamais couché. Le journaliste est l'ennemi de la facilité. Le bien est l'ennemi du mieux. L'amour de la langue. Parce que le journaliste décrit. Raconte. Explique. Analyse. Parce que ce mot, plutôt que

cet autre. Parce que vermillon n'est pas rouge. Parce que bémol n'est pas dièse. Parce que les yeux, les oreilles et les mots du journaliste appartiennent à tout le monde. Parce que le journaliste est mélomane. La langue sera sa portée. La phrase, sa clé de sol. Le terme, sa note. La plume, son orchestre.

Pour faire de chaque jour une journée si particulière. Unique. Une journée comme on n'en voit pas deux. Pour que rien ne ressemble moins au lundi que le mardi. Pour vivre 365 vies par an. Parce qu'il y a mille raisons d'aimer, mais un seul mot pour le dire : Il était une fois le journaliste...

# Y comme...

→ par **Marion Ollité**



## Yo-yo (de l'Audimat)

Le système Audimat a été créé en 1982 par le Centre d'Etudes d'Opinion.

Ce boîtier électronique branché sur le téléviseur mesurait les foyers en train de regarder la télévision, en d'autres termes, l'audience d'une émission.

L'appellation est aujourd'hui utilisée à tort car ce système a été remplacé par Médiamétrie en 1985, qui mesure les scores de la télévision, la radio, le cinéma et Internet.

L'audience est mesurée par individus à la seconde près. Cet appareil plus précis permet aussi d'interroger les réactions des téléspectateurs à chaud.

Il a engendré ce qu'on appelle la dictature de l'Audimat. Les directeurs des chaînes télévisées ne laissent plus le temps aux nouvelles émissions d'exister. Si l'audience n'est pas au rendez-vous, elles sont retirées du petit écran.

A ce petit jeu, TF1 détient la palme. Ses émissions de télé-

réalité comme la Star Academy ont fait les beaux jours de l'Audimat. Ce genre de programme est particulièrement rentable : les coûts de productions sont raisonnables, les acteurs sont anonymes et les produits dérivés se vendent comme des petits pains. Mais il faut aussi composer avec les desiderata du public qui peut changer d'avis du jour au lendemain.

Pensant avoir trouvé la bonne formule, TF1 a programmé l'émission de télé-réalité le Royaume le samedi soir. Elle a été déprogrammée au bout de deux épisodes, pour cause d'audience catastrophique.

L'Audimat est devenu un enjeu économique. Il sert à rassembler le plus de personnes possibles sur une émission, que sa qualité soit bonne ou mauvaise. Car faire un bon score n'est pas un but en soi pour une chaîne de télévision, mais c'est un atout auprès des annonceurs.

En effet, plus le programme sera regardé par les Français, plus les publicités rapporteront d'argent à la chaîne. Dans cette course à l'Audimat, France Télévision tente de rattraper son retard sur les chaînes privées.

France 2 vient de lancer une nou-

### Chiffres

→ Par **Marion Ollité**

Le prix moyen d'un spot publicitaire de trente secondes est de 10000 euros par passage, durant les événements où l'audimat est important comme pendant un match de football, il peut monter jusqu'à 70000 euros.

velle formule le midi qui réduit le temps des informations régionales au profit de jeux télévisés.

Les premiers résultats s'avèrent décevants.

Comment expliquer qu'une émission similaire comme «Attention à la marche» sur TF1 réalise de bons scores ? Peut-être car les téléspectateurs de France 2, même si ils sont moins nombreux, n'attendent pas les mêmes programmes que ceux de TF1.

Le yo-yo de l'Audimat s'explique aussi par les circonstances. Par exemple, les JT du 11 Septembre 2001 ou du tsunami asiatique en décembre 2004 ont réalisé des taux d'audience bien supérieurs à la moyenne. Le suspens est aussi un facteur à prendre en compte. On observe un pic d'audience dans certaines émissions comme La Nouvelle Star au moment où les candidats sont retenus ou non. Il existe donc des astuces pour augmenter l'audience d'un programme, mais il reste difficile de garder le téléspectateur durant la totalité d'un prime time. C'est la faute de la qualité des émissions proposées mais aussi à notre génération zapette qui les consomment sans sourciller.

Yo-yo de l'audimat ★

JPO 2006

ISSUE

www.curieux.net



# Z comme...

→ par Youness Belkhayate



Zapping ★

## Zapping

→ par Youness Belkhayate

KKrrrrssssshhhh. Le Pen : « Certaines filles ont raison de porter le voile, car elles ne sont pas très jolies ». Images d'un enfant rwandais, tenant une machette de son unique bras. KKrrssh. Des tortues copulent et brisent le silence en lançant des cris rauques. Bush : «God bless America». Le zapping de Canal + est un con-

densé d'images brutes sans commentaires. Une sélection panoramique du champs télévisuel qui offre aux zappeurs, frénétiques ou non, une mosaïque attractive de l'actualité. Le zapping de Canal+ représente l'âme de la chaîne (si l'on considère qu'elle en possède encore une...). Aux rires succèdent la consternation. Les images dénoncent, montrent l'absurde, surprenent ou dérangeant. Juste par leurs choix et leurs diffusions hors contexte. La réalisation d'un zapping constitue un exercice dif-

ficile : un engagement d'idées et une manipulation juste de l'information et des images : un réel travail journalistique. C'est aussi celui de télévores insomniaques shootés à la caféine (donc de vrais journalistes...), dépendants au colyre et à la recherche de l'image rare. D'autres chaînes proposent des formules à thème : Zapping du rire, de la gaffe... Un choix, une âme différente.

## Numéro Zéro

→ Par **Hanaë Grimal**  
et **Pauline Kozak**

Tout le monde a entendu parler du «numéro zéro», mais est-ce que quelqu'un l'a déjà vu ? Le numéro zéro d'une publication

est en effet le seul qui ne paraît pas en kiosque. Pourtant identique aux autres, ce numéro est un essai avant la première parution officielle d'un journal. Il permet au rédacteur de faire les dernières modifications et de s'assurer du rendu. Pour exemple, le quoti-

dien régional «Nice Matin» vient de publier son numéro zéro. Délivré gratuitement, il présente au lectorat son nouveau format, et donne un échantillon de sa nouvelle présentation. Confectionné à partir d'articles déjà parus, il n'a aucun but informatif.