

SEMAINE by AGIS06 DE LA PRESSE CAP JEUNESSE

AGIS06
CAP JEUNESSE

Presse écrite : du journal au magazine

La télévision réinventée

La radio, un média de vieux ?

Internet,
la révolution médiatique

Médias, la concentration
des pouvoirs

Décrypter l'info
contre les fake news

La presse
dans la fiction

Connaître la sphère médiatique française

Exposition & quiz



SOMMAIRE



01 Une expo sur la presse, pour quoi faire ?

02 C'est quoi une agence de presse ?

L'agence de presse, maillon essentiel de l'information

L'AFP en détail

05 La presse écrite : du journal au magazine

Le journal

Le magazine

La presse magazine, une passion française

Une presse d'opinion

09 La télévision réinventée

Les 7 grandes chaînes

Les chaînes d'info en continue

Consommer la TV autrement

Les plateformes de streaming

13 La radio, un média de vieux ?

Les différentes sortes de radios

Le boom des podcasts

Le streaming musical

16 Internet, la révolution médiatique

La survie de la presse

Les pure players

L'exemple Brut et Hugo décrypte

Les médias sociaux

20 Médias, la concentration des pouvoirs

Sous influence ?

Qui possède qui ?

Profession journaliste

Déontologie et liberté de la presse

24 Décrypter l'info contre les fake news

D'où vient l'info ?

Fack checking en série

Incontournables mots-clés

27 La presse dans la fiction

28 Lexique des médias

RESSOURCES DOCUMENTAIRES

Création graphique et texte : Cécile Pinaud

Crédits auteurs et images : Wikipédia, BNF, La revue des médias, AFP, Fédération des Agences de presse, Pixabay, Unsplash, ACRIMED, La Maison des Journalistes, DGMIC, Vrai du Faux/UNIJ, Universal, Warner, HBO, Gaumont, Le Monde Diplomatique, Reuters, Digimind, Le Guide Presse, 20 Minutes, Ariase, Molotov, Arcom, Médiamétrie, Ozap, Apple Podcast, Libération, Cafeyn, Jour2fête, Reporters sans Frontières, Presstalis, Sepm, Le Larousse.

Merci à Véronique Aimardi, Marie-France Pinaud et Jacques Thérance.

Tous droits réservés AGIS 06/Cap Jeunesse Côte d'Azur (04 93 80 93 93)



UNE EXPO SUR LA PRESSE, POUR QUOI FAIRE ?

Et pourquoi pas d'abord !

Il en existe déjà et de très belles comme celle de la Bibliothèque Nationale de France - BNF (*De la Gazette à Internet*) mais nous n'en avons trouvé aucune qui fasse le panorama de la sphère médiatique française et réponde à des questions simples et basiques comme quelle est la différence entre un journal et un magazine ?

Pourquoi toutes les radios, les chaînes de TV... ont un site internet et une application mobile ? Pourquoi écrit-on différemment dans un journal papier et dans un journal en ligne ? Qui contrôle quel média en France ?...

C'est quelques unes des nombreuses interrogations qu'un citoyen éclairé est en droit de se poser et pour lesquelles il doit avoir les bonnes réponses.

Parce que l'information est un droit mais aussi un devoir ! Tel le journaliste, il faut savoir le quand, le où, le qui, le comment et le pourquoi...

C'EST QUOI UNE AGENCE DE PRESSE ?

C'est la première source d'information !

Une **agence de presse** est une organisation qui vend aux médias de l'information (textes, photos, vidéos, etc.) à la manière d'un grossiste fournissant des détaillants, ce qui permet à ces médias de s'informer sur des pays dans lesquels ils n'ont pas, ou pas assez, de correspondants, et dans des domaines (musique, sport, économie...) où l'agence peut compléter ou renforcer leur propre production.

Trois d'entre elles sont agence de presse mondiale et généraliste car elles ont des bureaux dans la plupart des pays du monde et couvrent tous les domaines d'information : l'américaine **Associated Press**, la canado-britannique **Reuters** et l'Agence **France-Presse (AFP)**.

Il existe aussi plusieurs dizaines d'agences nationales, de structure coopérative en Europe du Nord ou dans les pays anglo-saxons, et appartenant à l'État dans le reste du monde, certaines d'entre elles ayant une relative présence internationale mais alimentant surtout les médias et organismes officiels de leur pays.

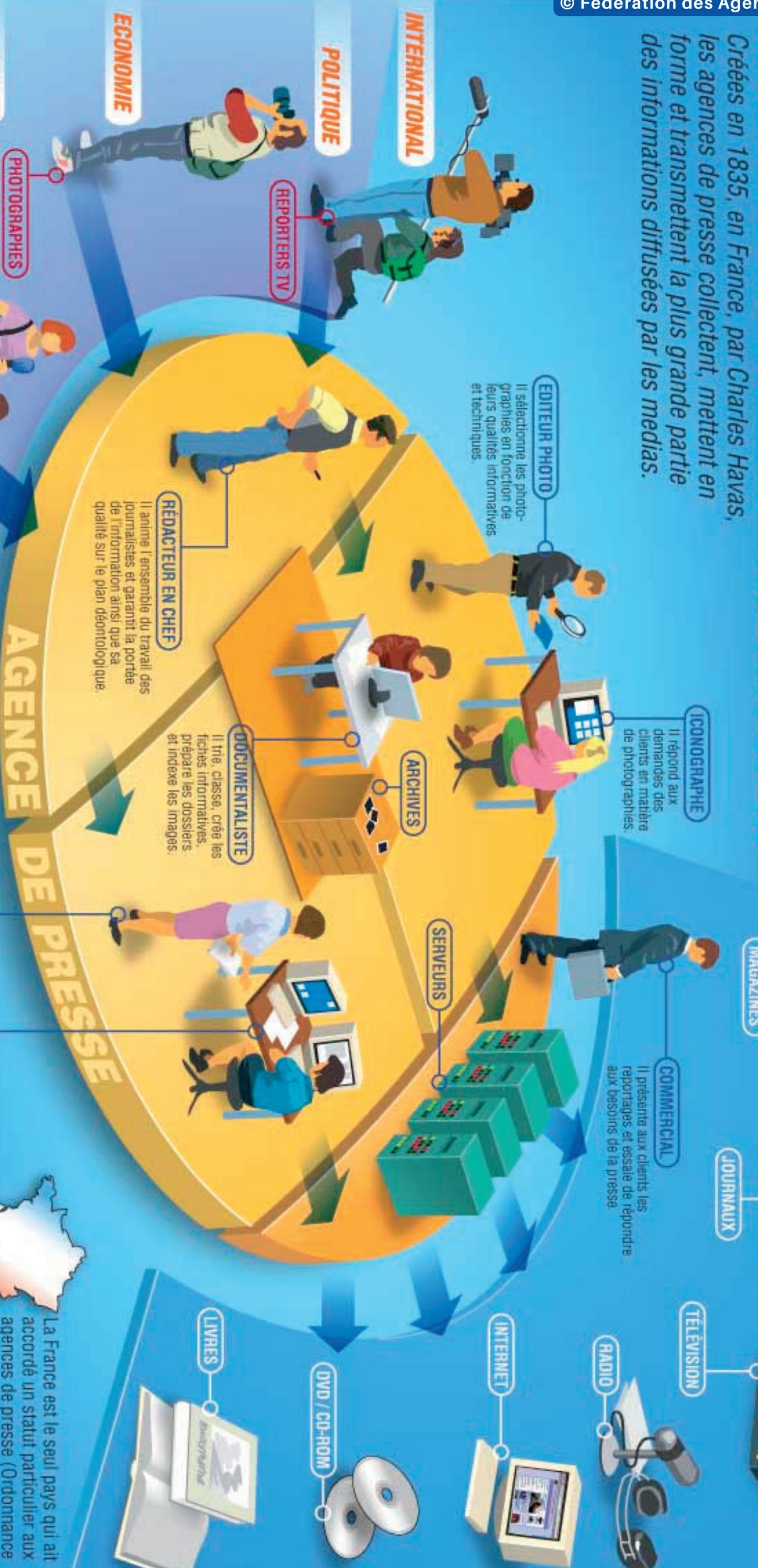


L'AFP propose un fil d'actualités payant constitués de dépêches à tous les médias (presse écrite, web, télévision, radio...)

A retrouver gratuitement sur Facebook, Twitter, Instagram et Youtube

L'agence de presse, le maillon essentiel de l'information

Créées en 1835, en France, par Charles Havas, les agences de presse collectent, mettent en forme et transmettent la plus grande partie des informations diffusées par les médias.



REPORTERS TV

INTERNATIONAL

POLITIQUE

ECONOMIE

SPORT

SCIENCES

CULTURE

PHOTOGRAPHES

EDITEUR PHOTO

Il sélectionne les photographes en fonction de leurs qualités informatives et techniques.

REDACTEUR EN CHEF

Il anime l'ensemble du travail des journalistes et garantit la portée de l'information ainsi que sa qualité sur le plan déontologique.

DOCUMENTALISTE

Il trie, classe, crée les fiches informatives, prépare les dossiers et indexe les images.

ARCHIVES

ICHOGRAPHE

Il répond aux demandes des clients en matière de photographes.

CHARGE DE PRODUCTION

Il gère l'ensemble de l'aspect technique, de la logistique, et du budget d'un tournage

MONTEUR

Il assure l'assemblage des éléments de tournage (rushes) du reportage en collaboration avec le journaliste réalisateur

MAGAZINES



JOURNAUX



COMMERCIAL

Il présente aux clients, les reportages et essaie de répondre aux besoins de la presse.

SERVEURS



TELEVISION



RADIO



INTERNET



DVD / CD-ROM



LIVRES



La France est le seul pays qui ait accordé un statut particulier aux agences de presse (Ordonnance de 1945), parce que le citoyen a le droit d'être informé, parce que l'information est le fondement d'une démocratie.
Il existe environ 230 agences de presse en France.



AFP



PARTOUT DANS LE MONDE
7 Jours/7 24h/24



“ VITE ET BIEN, ”

c'était la devise
de Charles Louis Havas,
à l'origine de l'AFP

UNE DÉPÊCHE AFP, C'EST QUOI ?

Une information produite par l'AFP et diffusée à ses clients abonnés (médias et autres organismes).

FLASH :

La plus brève et la plus urgente des dépêches, qui donne une information exceptionnelle d'importance mondiale.

ALERTE :

Dépêche d'une ligne attirant l'attention de tous les clients sur une information importante et urgente.

DES RÉGLES D'ÉCRITURE STRICTES

Une langue claire, précise, et accessible.

Pas de "je" ou d'opinions personnelles.

Pas de clichés et de phrases toutes faites.

L'agencier cite toujours ses sources et ne les trahit jamais.

UNE RÉFÉRENCE

Le manuel de l'agencier, qui recense **200** principes et règles de base.



4600 CLIENTS
DANS LE
MONDE

6 LANGUES
FRANÇAIS, ANGLAIS, ALLEMAND
ESPAGNOL, PORTUGAIS, ARABE

2260 COLLABORATEURS
DONT
1500 JOURNALISTES

200 BUREAUX
DANS
150 PAYS

30000 PHOTOS

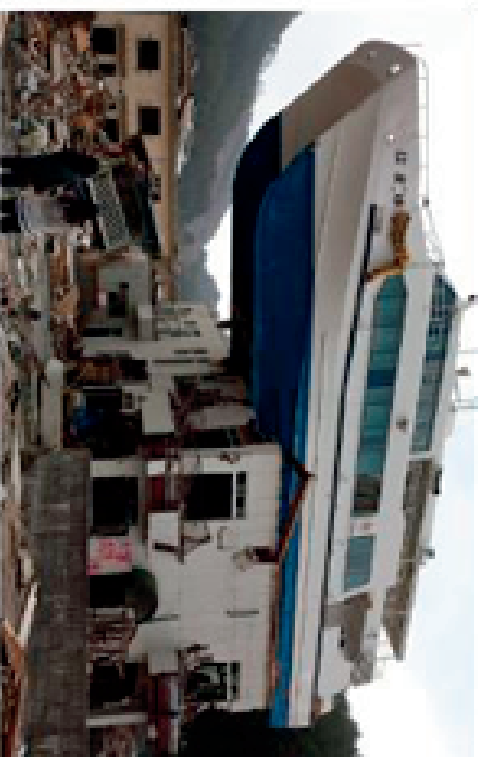
200 VIDÉOS

70 INFOGRAPHIES
VIDÉOGRAPHIES

50000 DÉPÊCHES



DES IMAGES CÉLÈBRES

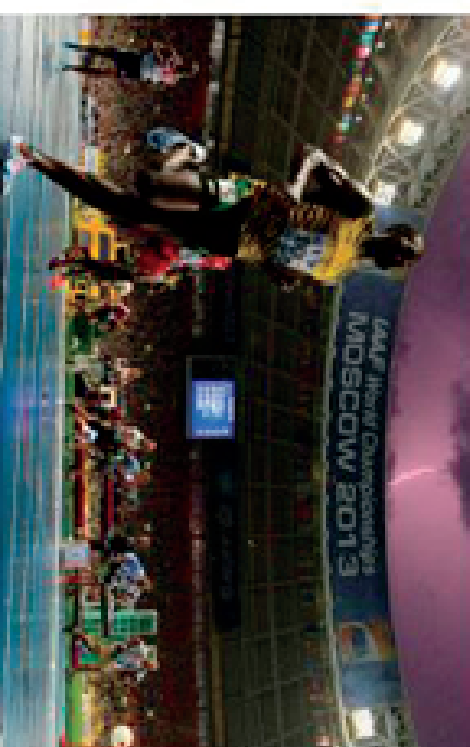


Un catamaran de tourisme projeté sur le toit d'un immeuble par le tsunami, en 2011, à Otsuchi au Japon



+ DE PHOTOS

DES PRIX INTERNATIONAUX



Victoire d'Usain Bolt à la finale du 100 mètres au Championnat du monde à Moscou en 2013

UN PEU D'HISTOIRE

1835 Création de l'agence Havas, ancêtre de l'AFP

1944 Première dépêche de l'AFP

1957 Le statut de l'AFP, garantit son indépendance pour assurer une information "complète et objective", "digne de confiance".

2007 Lancement de l'AFP TV internationale et de la plateforme vidéo

RÉVOLUTION TECHNOLOGIQUE

En 1835, l'info était acheminée à cheval ou par des pigeons voyageurs...

Aujourd'hui, l'AFP est équipée des plus hautes technologies, comme la vidéo HD et transmet ses contenus en un temps record.

1min 10sec

c'est le temps qu'il a fallu pour envoyer aux clients la photo d'Usain Bolt, remportant la finale du 100m aux J.O. de Londres.

L'AFP produit des vidéographies en 3D.

PRESSE ECRITE : DU JOURNAL AU MAGAZINE

Il est loin le temps de la **Gazette de Théophraste Renaudot**, premier hebdomadaire français à faire son apparition en 1631 !

Aujourd'hui, la presse écrite française, bien que souffrant plus ou moins de la concurrence d'Internet (voir *Internet, la révolution médiatique*) a toutefois réussi à survivre.

La fin tant annoncée du papier n'a pas encore eu lieu même si le nombre de quotidiens n'a cessé de fléchir depuis 1946.

Il y a plusieurs distinguo à faire en matière de presse écrite.

LE JOURNAL

Un **journal** est une publication périodique recensant un certain nombre d'événements présentés sous la forme d'articles relatifs à une période donnée, généralement une journée, d'où son nom.

Il y a **deux sortes de journaux** : ceux qui appartiennent à la **presse quotidienne nationale (PQN)** et ceux qui appartiennent à la **presse quotidienne régionale (PQR)**.





Carte de la PQR

Libération, Le Monde, Le Figaro, L'Équipe, L'Opinion ou encore Aujourd'hui en France sont des quotidiens payants nationaux c'est à dire qu'il traite l'information (de la politique au sport en passant par la culture) sur le plan national.

Nice-Matin, Ouest-France, Le Dauphiné Libéré, La Dépêche du midi ou encore Le Républicain Lorrain sont des quotidiens payants régionaux qui vont traiter l'information d'une région ou d'un département avec une petite partie consacrée à l'actualité française et du monde.

Quelques journaux font exception et ne sortent qu'une fois par semaine. C'est le cas du Journal du Dimanche, du Canard Enchaîné et de Charlie Hebdo.

Les PQN et PQR sont plus ou moins menacées par la presse quotidienne gratuite diffusée aux arrêts de métro, de bus, de tram, dans les gares et dans la rue dans la France entière.

Depuis janvier 2022, il n'existe plus qu'un seul titre de presse gratuite, 20 Minutes. Métro et Cnews Matin ont cessé de paraître en version papier.



LE MAGAZINE

Un **magazine** est une publication périodique illustrée, traitant le plus souvent dans un but de vulgarisation de sujets divers ou d'un domaine précis (politique, culture, sport, hobbies...)

Il est très différent du journal sur bien des aspects comme l'explique la page suivante.

La presse Une magazine une passion française

À l'origine, la presse magazine était définie par son papier, différent de celui du journal. Par la suite, elle s'est distinguée par bien des critères :

- ▣ **sa périodicité** : hebdomadaire, mensuelle, bimestrielle, trimestrielle
- 🌈 **l'usage de la quadrichromie**
- 📍 **sa mise en page**, très sophistiquée
- 📷 **la large place laissée à la photo**, pour sa valeur d'information ou d'illustration

Média d'analyse, la presse magazine propose un contenu approfondi, en complément des médias « chauds », dits de l'instantanéité (quotidiens, Internet, radio).

Aux avant-postes des débats culturels et de société

▶ La presse magazine a accompagné les évolutions profondes de la société française : les féminins ont beaucoup contribué à l'émancipation des femmes ; le développement des news magazines a accompagné la naissance de la catégorie socio-professionnelle des cadres supérieurs ; le développement de la presse à « centre d'intérêt » - sport, voyages, culture - témoigne de l'explosion d'une société de loisirs.

▶ Même si chaque année de nouveaux titres voient le jour, certaines marques sont très anciennes et existent parfois **depuis plus de 100 ans** : *Pèlerin* (1873) *Le Chasseur Français* (1885), *Sciences & Vie* (1913), *Vogue* (1920), *le Journal de Mickey* (1934), *Marie Claire* (1934), *Paris Match* (1949), *Elle* (1945), *L'Express* (1953)... !

▶ **Le modèle économique de la presse magazine est basé sur la vente d'exemplaires aux lecteurs et la vente d'espaces publicitaires aux annonceurs.** Contrairement aux idées reçues, seulement 33 % du chiffre d'affaires du média magazine est issu de la publicité.

La presse magazine, un média très diversifié

▶ En 2014, on recensait **4 130 magazines différents**¹, qui représentaient près de **1,5 milliard d'exemplaires diffusés**, dont près de **49 %** par la vente au numéro (magasins, kiosques, rayons en grande surface).

▶ **Elle décline les passions des français à l'infini** ! Cinéma, musique, sport, actualité, voyages... tout ce qui nous intéresse se retrouve dans la presse magazine. Des sujets les plus sérieux aux plus légers. Sur la presse musique par exemple, on recense une soixantaine de magazines... et plus de 100 titres pour la presse décoration !



Connais-tu ces mots du monde de la presse ?

Tirage : nombre d'exemplaires du magazine imprimés

Diffusion : nombre d'exemplaires vendus (chez le marchand de journaux ou par abonnement)

Audience : nombre de personnes déclarant lire, feuilleter ou consulter un magazine

Reprise en main : nombre de fois où un titre de presse est lu ou utilisé par un lecteur

Quadrichromie : impression en 4 couleurs (cyan, magenta, jaune et, pour renforcer les contrastes, le noir)



UNE PRESSE D'OPINION

La presse en France est ce que l'on appelle une presse d'opinion politique c'est à dire que la majorité des journaux quotidiens nationaux (et quelques magazines) sont orientés politiquement.

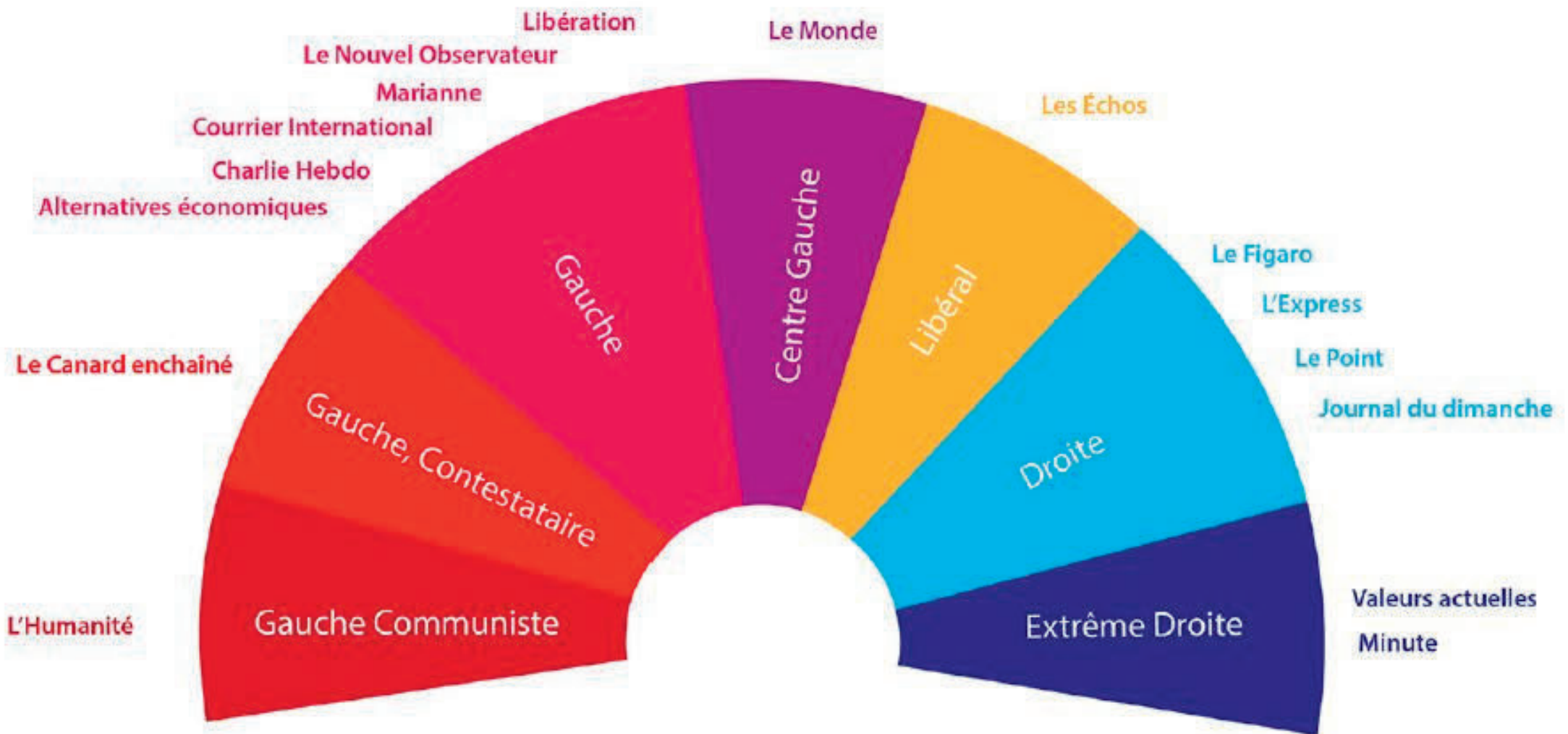
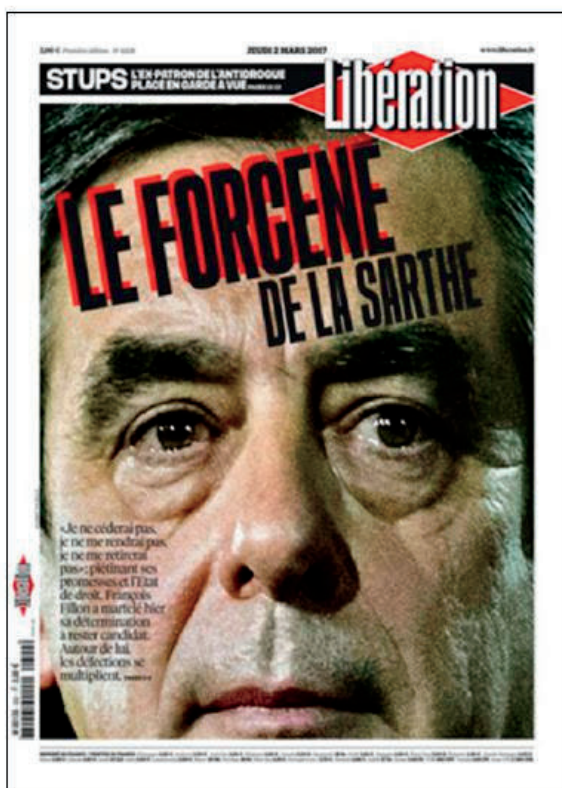


Schéma du positionnement et des sensibilités des principaux quotidiens et hebdomadaires français

Source : Science Po

Selon ce positionnement, trois journaux de différentes sensibilités ne traiteront pas une information de la même façon



© Vrai du Faux/UNIJ

LA TÉLÉVISION RÉINVENTÉE

Il y a fort longtemps dans une France fort fort différente naquit la télévision. D'abord en noir et blanc, puis en couleur en 1967.

Depuis les premières heures de l'ORTF jusqu'à l'arrivée de la TNT et des box dans nos foyers, la télévision n'a cessé d'évoluer.

Dans les années 1990, les paraboles succèdent aux antennes-râteau avant d'être à leur tour remplacées par les box internet à la fin des années 2000. En 2011, la télévision en France est passée au tout numérique, puis, 5 ans plus tard, à la haute définition.

Désormais c'est la fibre le nouvel enjeu !

En 2021, **207** chaînes sont autorisées, conventionnées ou déclarées auprès du Conseil supérieur de l'audiovisuel pour une diffusion nationale en métropole. Elles se répartissent ainsi : **31 chaînes autorisées en TNT**, 117 chaînes conventionnées et 59 chaînes déclarées

LES PRINCIPALES CHAÎNES DE LA TNT

| | | | | | |
|---|---|--|---|---|---|
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  | |
|  |  |  |  |  | |
|  |  |  |  |  | |

LES SEPT GRANDES CHAINES

Avec l'arrivée de la TNT, l'analogique a été enterré mais sept grandes chaînes s'imposent.



chaîne privée du Groupe TF1



chaîne privée à péage du Groupe Canal +

france.2

chaîne publique de France TV

france.5

chaîne publique de France TV

france.3

chaîne publique de France TV



chaîne privée du Groupe M6

arte

chaîne publique franco-allemande

LES CHAINES D'INFORMATION EN CONTINU

Alors que les **grandes chaînes généralistes** (TF1, France 2, France 3, Arte, M6), déclinent toutes leurs journaux télévisés de mi-journée et du soir (le 13h, le 20h, le 12/13, le 19/20, le 12h45, le 19h45...), il existe aussi en France **quatre chaînes d'information** en continu.

Ce principe d'info en continu est plutôt récent et s'inspire du modèle américain CNN, créé dès 1980.

Il s'agit de **journaux télévisés entrecoupés de débats et d'éditions spéciales selon l'actualité.**



*Naissance en 1994
Appartient au groupe TF1*



*Naissance en 2005
Appartient à Altice Média*



*Ex I Télé, naissance en 1999
Appartient au groupe Canal +*

franceinfo:

*Naissance en 2016
Appartient au service public
Porte le même nom qu'une station de radio*

CONSOMMER LA TV AUTREMENT



Voilà déjà quelques années que grâce aux box, la télévision a changé en profondeur.

Mise en pause du direct, replay en pagaille, il y a 1001 façons de "consommer" la télévision de nos jours y compris sur nos smartphone et tablettes.

Si les abonnés SFR et Orange ont accès à la TV sur des applications spécifiques, une seule d'entre elles, **Molotov**, est ouverte à tous mais pas complètement gratuite selon les chaînes depuis peu de temps.

LE CSA DEVIENT ARCOM

La télévision française disposait d'un organe de "surveillance" qui se nommait le CSA, le Conseil Supérieur de l'Audiovisuel.

Depuis le 1er janvier 2022, il a fusionné avec Hadopi (chargé entre autres de lutter contre le piratage) pour devenir l'Autorité de régulation de la communication audiovisuelle et numérique (Arcom).

Voilà qui démontre à quel point la télévision a muté et se rapproche plus que jamais du numérique. Ils sont désormais indissociables l'un de l'autre.

LES PLATEFORMES DE STREAMING

Les plateformes de streaming (ou *VoD pour Video on demand*) de plus en plus nombreuses en France ont également beaucoup modifié nos habitudes de téléspectateurs et impactent même la fréquentation des cinémas.

Elles nous proposent toutes des catalogues de films, séries, documentaires, spectacles, dessins-animés plus ou moins fournis contre un abonnement mensuel.

Début 2021, on estimait que plus de 50% des foyers français étaient abonnés à Netflix.



Leader du marché mondial
Création en 1997
Lancement en 2007



Plateforme du groupe Canal +
Lancement en 2013



Plateforme de Amazon
Lancement en 2016



Plateforme de Orange
Lancement en 2008



Plateforme de Apple
Lancement en 2019



Plateforme de Altice France
Lancement en 2015



Plateforme de Disney
Lancement en 2019



Plateforme de YouTube et donc de Google
Lancement en 2014

LA RADIO, UN MÉDIA DE "VIEUX" ?

La **radio**, c'est un peu le Facebook des médias ! Quand on demande à un jeune s'il l'écoute, il répond généralement : "Non, c'est pour les vieux".

Disons que c'est un peu plus nuancé que ça !

Historiquement, la radio en France se développe entre 1918 et 1940. On décide de créer des radios d'État.

C'est ce qu'on appelle à l'époque, le Monopole d'État. En réponse à ce monopole, des radios pirates se créent en toute illégalité.

Mais en **1981** suite à son élection, François Mitterrand met fin au monopole d'état.

Les radios pirates deviennent libres et légales.

C'est à partir de là que le paysage radiophonique français s'équilibre entre les radios publiques (Radio France et ses filiales) et les radios privées.

En 2017, le CSA comptait en France métropolitaine 1229 radios : 9 publiques et 1220 privées.



Les radios publiques



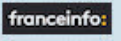
















Quelques radios privées

LES DIFFÉRENTES SORTES DE RADIOS

Il existe cinq catégories de radios privées :

- Catégorie A : radios associatives, notamment radios associatives communautaires de proximité
- Catégorie B : radios commerciales indépendantes ; entrent dans cette catégorie les radios locales ou régionales commerciales qui ne sont pas affiliées à un réseau national
- Catégorie C : radios commerciales locales ou régionales diffusant le programme d'un réseau thématique à vocation nationale (NRJ, Fun Radio, RTL2...)
- Catégorie D : radios commerciales thématiques à vocation nationale ; entrent dans cette catégorie les radios diffusant le programme d'un réseau thématique national sans décrochage régional (Radio Classique...)
- Catégorie E : radios commerciales généralistes à vocation nationale (Europe 1, RMC, Sud Radio, RTL)

| | Nb d'auditeurs | Evolution sur un an | PDA | Evolution sur un an |
|---|----------------|---------------------|-------|---------------------|
|  | 6.959.000 | +53.000 | 13,6% | -1,1 pt |
|  | 6.013.000 | -105.000 | 13,3% | +0,7 pt |
|  | 4.675.000 | -497.000 | 4,3% | -0,4 pt |
|  | 4.441.000 | -32.000 | 5,6% | = |
|  | 3.375.000 | +127.000 | 3,5% | +0,4 pt |
|  | 3.356.000 | +59.000 | 5,6% | +0,3 pt |
|  | 3.303.000 | -89.000 | 5,8% | = |
|  | 3.259.000 | +434.000 | 4,5% | +0,6 pt |
|  | 2.279.000 | -448.000 | 3,4% | -0,5 pt |
|  | 2.210.000 | +13.000 | 2,7% | -0,4 pt |
|  | 2.189.000 | +207.000 | 2,5% | = |
|  | 2.007.000 | +30.000 | 2,8% | = |
|  | 1.982.000 | +29.000 | 2,4% | -0,1 pt |
|  | 1.712.000 | -9.000 | 2,6% | -0,1 pt |
|  | 1.529.000 | -83.000 | 1,6% | -0,3 pt |
|  | 1.231.000 | +103.000 | 1,2% | +0,2 pt |
|  | 1.094.000 | -10.000 | 1,6% | -0,8 pt |

© Médiamétrie/Ozap

Pour être entendues et diffusées, les radios ont besoin de fréquences, la fameuse **bande FM**.

C'est le **CSA**, aujourd'hui nommé **Arcom** (voir p. 11) qui attribue les **fréquences** aux radios comme il le fait d'ailleurs pour les chaînes de télévision.

LE BOOM DES PODCASTS

Apparu en 2004, le **Podcast**, contraction anglaise de "Ipod" (le lecteur d'Apple) et "Broadcast" (diffusion) est une émission hébergée sur Internet. Et il en existe sur tous les sujets !

Ce n'est donc pas de la radio puisque qu'il n'y a pas de diffusion FM, ni même en direct.

Et surtout tout le monde peut prendre le micro.

Pourtant, devant le succès grandissant des podcasts, les stations de radios proposent aussi leurs contenus sur les plateformes à l'image d'Europe 1 ou de France Inter.

Voilà qui participe de la multiplicité des façons de consommer la radio et de s'informer par le son.

LE STREAMING MUSICAL

Aujourd'hui, même les fans de musique n'écoutent plus la radio pour entendre le dernier tube à la mode : tout le monde le découvre en ligne et le plus souvent via les plateformes de **streaming audio** dont les deux plus connues sont la française **Deezer** et la suédoise **Spotify**.

Ne parlons même pas de baladeurs MP3, désormais remisés au fond d'un tiroir !



1
Les actus du jour - Hugo...
Hugo Décrypte



2
Les Grosses Têtes
RTL



3
Choses à Savoir
Choses à Savoir



4
Hondelatte raconte - Ch...
Europe 1



5
Les Enjeux internationaux
France Culture



6
C dans l'air
France Télévisions



7
Le Monde devant soi
Slate.fr



8
Affaires sensibles
France Inter

Les podcasts les + écoutés sur Apple Podcast



INTERNET, LA RÉVOLUTION MÉDIATIQUE



©Pixabay

Comme le dit un très intéressant article de la *Revue des Médias de l'INA*, **"Il aura suffi de trois décennies pour que les outils numériques et en ligne changent en profondeur la presse papier, média plus que centenaire, et la télévision."**

Comme les précédents chapitres de l'exposition sur la **presse écrite, la télévision et la radio** vous l'ont montré, nos façons de nous informer ont profondément muté.

Car même si vous n'avez connu que le smartphone, le Wifi et Netflix, sachez que le téléphone fut filaire, que les modems qui permettaient d'avoir internet dans les années 90 étaient si lents qu'il fallait deux minutes pour charger une image (si, si !) et que l'on devait attendre une semaine, voire des mois pour connaître la suite d'une série TV.

Oui, tant de choses ont changé, pas toujours pour le meilleur mais une chose est sûre, Internet a révolutionné nos vies et notre façon de nous informer.



©Unsplash

Outre la création de continus spécifiques pour la version en ligne d'un journal, (d'une radio ou d'une chaîne de télévision), les formats papier sont même disponibles en ligne dans des **kiosques numériques**.

Pour une certaine somme par mois (ou inclus dans un abonnement box), des applications/sites comme **Cafeyn** ou **Press Reader** offrent un énorme choix de journaux PQR, PQN et de magazines. L'ensemble de la presse est à portée de nos ordinateurs, tablettes et smartphones.



LA SURVIE DE LA PRESSE

Devant tant de changements, les médias ont du s'adapter et faire avec "l'ennemi" à savoir... Internet.

C'est ainsi que la mort de la presse papier n'a toujours pas eu lieu (heureusement) et que les médias dans leur ensemble ont adopté Internet pour assurer... leur survie.

Tous les journaux, chaînes de TV et radios ont aujourd'hui leur équivalent sur le **web, sur les réseaux sociaux et via des applications dédiées.**

Cela leur permet d'être compétitifs sur bien des aspects :

- Une plus grande visibilité via des canaux différents
- Des profits publicitaires supplémentaires
- Pas de coût d'impression
- Utiliser la rapidité de l'information
- Proposer des articles différents de la version papier et parfois payants du côté de la presse écrite



LES PURE PLAYERS

La domination d'Internet en matière de presse a aussi donné naissance aux **pure players**, des sites web de presse en ligne qui n'ont pas d'édition papier. Petit plus, ces médias n'appartiennent en général pas à de grands groupes (*voir Médias, la concentration des pouvoirs p.20*). Ils sont indépendants et vivent de la publicité et/ou de leurs abonnés.

Rue89



atlantico
UN VENT NOUVEAU SUR L'INFO

Slate^{FR}

L'EXEMPLE BRUT ET HUGO DÉCRYPTE

Outre les pure players et autres presses en ligne, une nouvelle forme de journalisme a vu le jour.

C'est notamment le cas avec **Brut.** et **Hugo Décrypte**, deux médias jeunes très différents sur la forme qui ont su utiliser Internet et les réseaux sociaux pour développer leurs activités.

The logo for Brut. features the word "Brut." in a bold, black, sans-serif font. The period is a small dot. The text is set against a white rectangular background.

Né en 2016, **Brut.** est un média vidéo d'un nouveau genre qui démarre son activité sur Facebook et Twitter avant de développer sa propre application mobile et son site en 2019. Brut. c'est 1000 vidéos par mois sur des sujets variés, toujours en lien avec l'actualité du moment. En 2021, le média lance sa propre plateforme de séries, documentaires..., **BrutX** (un choix de nom assez malheureux !)

Hugo Décrypte c'est avant tout Hugo Travers, jeune étudiant à Science Politique qui se passionne pour la presse depuis son plus jeune âge. Il lance sa chaîne Youtube Hugo Décrypte en 2015, "un média ouvert aux jeunes et informatif avec un traitement journalistique de l'actualité dans de courtes vidéos".

Devant le succès grandissant, il s'installe sur Instagram, Facebook, Twitter et crée son entreprise qui emploie 13 personnes. Sa dernière création est "Mashup", un talkshow hebdomadaire sur Twitch.

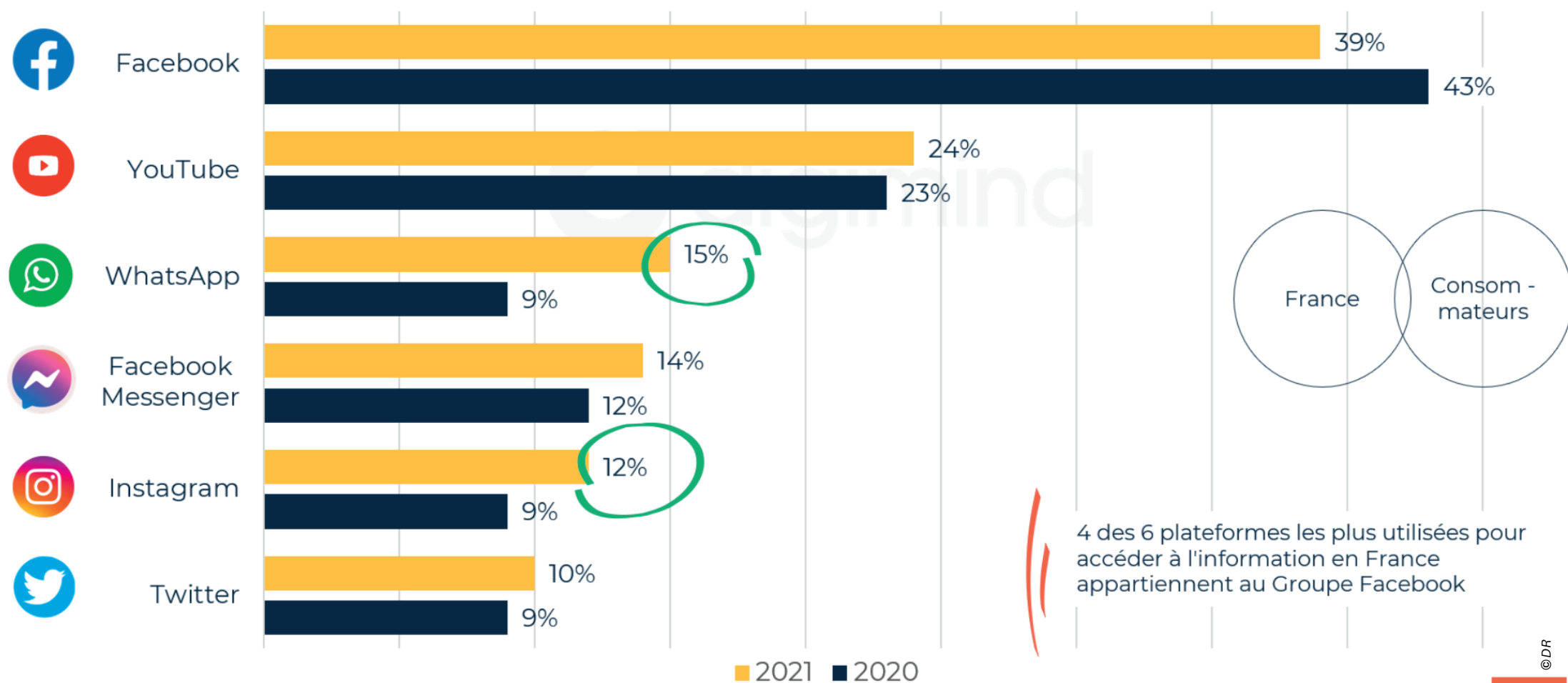


LES MEDIAS SOCIAUX

En anglais, ce que nous appelons les réseaux sociaux se dit "**Social Media**" (**médias sociaux**). Une appellation beaucoup plus logique au vu de la mutation des usages.

Mais aussi parce que nombre d'entre nous utilisons les réseaux sociaux pour nous informer au quotidien.

Les réseaux sociaux et messageries utilisés pour accéder à l'information en France



Source : Reuters Institute for the study of Journalism - Digital News Report 2020-2021

#Datamind www.digimind.com

Notons que l'arrivée de la **COVID** dans nos vies n'a fait qu'accentuer notre consommation d'informations en ligne.

Devant cette augmentation significative, il est important de questionner les origines de l'information et de ne pas prendre tout ce que l'on lit pour acquis. Ce n'est pas parce qu'une vidéo ou une photo existent, qu'elles sont vraies et qu'elles représentent l'événement qu'on leur prête.

C'est d'autant plus valable sur les réseaux sociaux.

MÉDIAS, LA CONCENTRATION DES POUVOIRS

En France comme dans d'autres pays, la quasi totalité des médias appartient à des grands groupes de presse. Un phénomène qui tend à se généraliser et à se durcir posant notamment des problèmes de liberté de la presse.

La page suivante vous propose d'ailleurs le panorama de qui possède quoi en France.

SOUS INFLUENCE ?

On découvre alors que le groupe Canal+ et son patron **Vincent Bolloré**, c'est aussi la chaîne C8, la radio Europe 1, la chaîne en continu Cnews et dans peu de temps les éditions Hachette et ses manuels scolaires. Il a aussi la main sur Prisma Presse qui édite aussi bien Voici que Télé Loisirs.

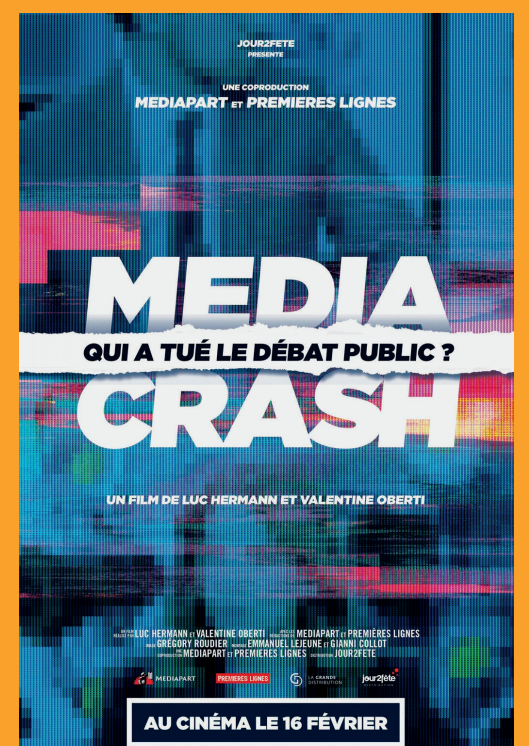
Et il est loin d'être le seul mais peut-être l'un des plus problématiques et inquiétants quant à l'indépendance de la presse et des journalistes.

La crainte la plus répandue de cette concentration des pouvoirs est la perte du **pluralisme de l'information**. Si une même personne rachète tous les médias, une **pensée unique** risque de s'installer à l'encontre de notre actuelle presse d'opinion.

Le documentaire "**Médiacrash : Qui a tué le débat public ?**" des journalistes Valentine Oberti (Médiapart) et Luc Hermann (Premières Lignes) est "*une piqure de rappel de l'hyper-concentration des médias en France*" selon France Inter.

Le film rappelle que "*neuf milliardaires détiennent plus de 90% des grands médias*" et certains les utilisent pour "*défendre leurs intérêts privés au détriment de l'information d'intérêt public*".

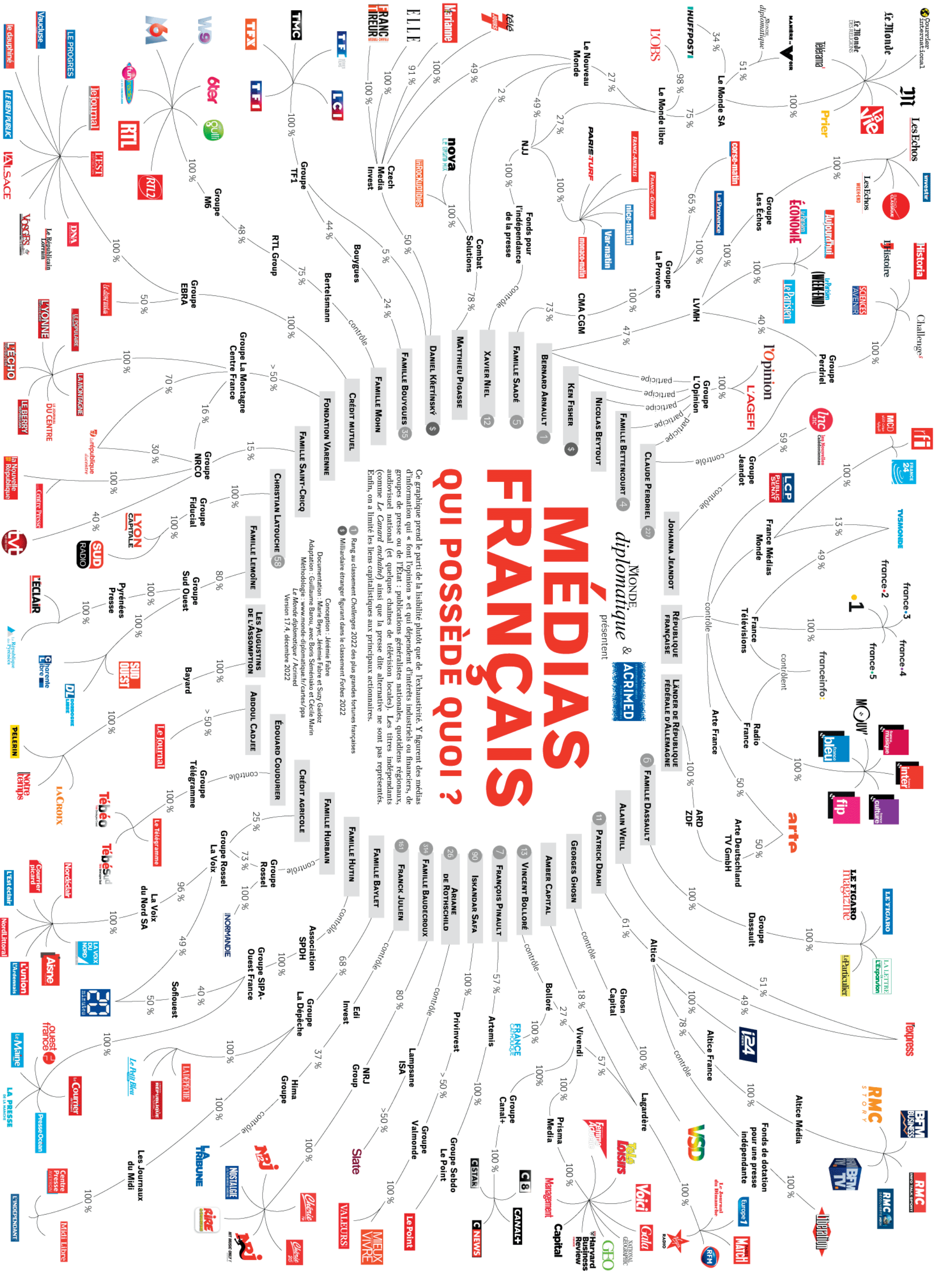
Les scénaristes affirment que Vincent Bolloré et Bernard Arnault ont fait pression sur la presse plus d'une fois.



FRANÇAIS MÉDIAS QUI POSSÈDE QUOI ?

Ce graphique prend le parti de la lisibilité plutôt que de l'exhaustivité. Y figurent des médias d'information qui « font l'opinion » et qui dépendent d'intérêts industriels ou financiers, de groupes de presse ou de l'État ; publications généralistes nationales, quotidiens régionaux, audiovisuel national (et quelques chaînes de télévision locales). Les titres indépendants (comme *Le Canard enchaîné*) ainsi que la presse dite alternative ne sont pas représentés. Enfin, on a limité les liens capitalistiques aux principaux actionnaires.

1 Rang au classement Challenges 2022 des plus grandes fortunes françaises
 2 Milliardaire étranger figurant dans le classement Forbes 2022
 Conception : Jérémie Fabre
 Documentation : Marie Beyer, Jérémie Fabre et Suzy Gaidoz
 Adaptation : Guillaume Barou, avec Boris Semeniako et Cécile Marin
 Méthodologie : www.monde-diplomatique.fr/cadres/ppa
 Le Monde diplomatique / Acrimed
 Version 17.4, décembre 2022



PROFESSION JOURNALISTE

Etre journaliste en 2023 n'est pas forcément une position très enviable tant le métier souffre d'une vraie défiance de la part du public.

C'est pourtant un beau métier de moins en moins facile à exercer que ce soit pour des questions de dangerosité sur le terrain ou de précarité de l'emploi dans les rédactions françaises.

Mais revenons à la définition de base selon le Larousse.

Un.e journaliste est une personne qui a pour occupation principale, régulière et rétribuée, l'exercice du journalisme dans un ou plusieurs organes de presse écrite ou audiovisuelle.



©Jorge Maya - Unsplash

Il existe différents types de journaliste :

- le **reporter** qui est sur le terrain
- le **présentateur** TV ou radio
- le **JRI**, journaliste reporter d'image qui fait les images lui-même
- l'**éditorialiste** qui est invité pour donner son expertise sur un sujet
- le **secrétaire de rédaction** qui corrige et réécrit les articles des autres
- le **rédacteur en chef** qui gère la rédaction et dispatche les sujets à traiter
- le **photojournaliste** qui prend les photos sur le terrain

La carte de presse est un précieux sésame. Bien qu'elle ne soit pas obligatoire pour exercer le métier de journaliste, elle ouvre plus facilement les portes surtout quand il s'agit de couvrir des événements importants.

Elle est attribuée tous les ans par la **Commission de la carte d'identité des journalistes professionnels**.



DEONTOLOGIE ET LIBERTE DE LA PRESSE

Un journaliste se doit de répondre au principe de déontologie qui regroupe la **"vérité, la rigueur et l'exactitude, l'intégrité, l'équité et l'imputabilité"**.

Les chartes de déontologie promues par les syndicats de journalistes insistent sur **la vérification par les faits**. Un des principes importants, **la protection des sources d'information**, s'oppose à la loi de certains pays, mais le droit européen, souverain en la matière, s'est imposé.

Reporters sans frontières est une organisation non gouvernementale internationale fondée en 1985. Elle se donne pour objectif la défense de la liberté de la presse et la protection des sources des journalistes.

Tous les ans avec le concours d'artistes et de journalistes, elle édite **"100 photos pour la liberté de la presse"**.

En 2022, c'est **Patrick Chauvel**, photojournaliste de guerre français qui a accepté de partager ses clichés.



La **liberté de la presse** est l'un des principes fondamentaux des systèmes démocratiques qui repose sur la liberté d'opinion et la liberté d'expression.

Les atteintes à la liberté de la presse se manifestent :

- d'une part, l'entrave au pluralisme et l'indépendance des rédactions, notamment :
 - la concentration des médias par de grands groupes industriels,
 - les pressions fiscales,
 - les pressions financières,
 - les pressions politiques,
- d'autre part, l'entrave au métier de journaliste, notamment :
 - l'assassinat de journalistes,
 - l'emprisonnement de journalistes,
 - l'enlèvement de journalistes,
 - l'agression de journalistes,
 - les menaces de journalistes



En 2021, 41 journalistes ont été tués dans le monde.

DÉCRYPTER L'INFO CONTRE LES FAKE NEWS

Comment s'informe-t-on en 2022 ?

Le plus souvent par "Internet".

Ok, mais qu'est-ce que ça veut dire Internet ? Où sur Internet ? **Google** ?

Même s'il s'en donne des airs et qu'il dispose d'un fil d'actualités, Google (comme Yahoo, Bing...) n'est pas un média, c'est un **moteur de recherche** avant tout, un **agrégateur**. Il va aller chercher l'information ailleurs pour vous la donner. Et cette information qu'il déterre pour vous est soumise à un algorithme. Si un site respecte les critères de l'algorithme (*voir encart sur le SEO ci-dessous*), il sera bien référencé et ce, même si l'information est fausse.

C'est une des nombreuses raisons pour lesquelles les fake news pullulent sur Internet.

Et la seule arme que nous avons pour lutter contre elles c'est de connaître la sphère médiatique, les sites de médias avec **une crédibilité certaine, se fier aux informations d'un compte certifié sur les réseaux sociaux.**



Apprendre à lutter contre les fake news, c'est aussi le but de l'atelier **Le Vrai du Faux**, proposé par Cap Jeunesse. Plus d'infos au 04 93 80 93 93.

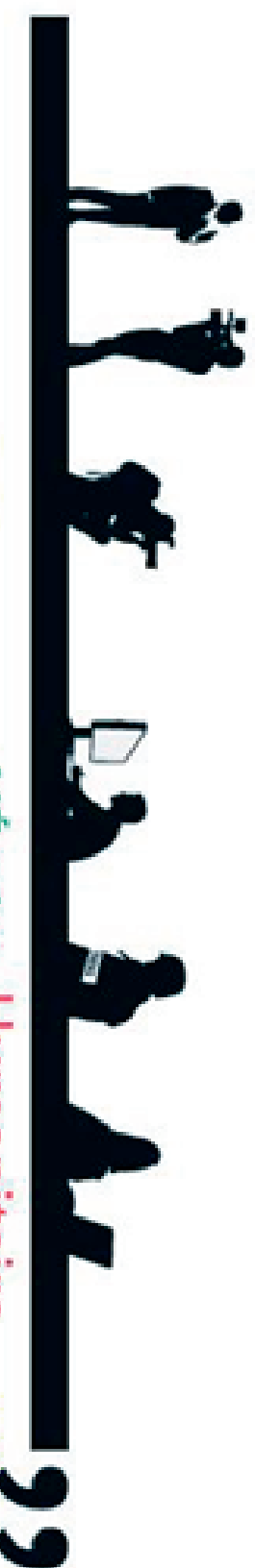


L'écriture journalistique diffère selon le média et c'est aussi le cas pour **Internet**. C'est ici qu'entre en ligne de compte le **SEO (Search Engine Optimization)** qui signifie en français : "Optimisation pour les moteurs de recherche". L'objectif est d'améliorer le positionnement d'un site web dans les pages de résultats de recherche.

Pour cela, il faut écrire d'une certaine façon, positionner des mots clés, ajouter des liens internes et externes, faire des phrases courtes...

Une écriture SEO réussie n'est pas une garantie de vérité. C'est de la forme, pas du fond.

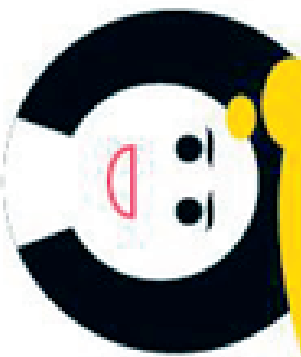
“D’OÙ VIENNT L’INFORMATION”



DECOUVERTE **Le Monde** **INTERNATIONAL**
Le Figaro **yahoo** **droits**
FRANCE **AFP** **L'Humanité**
POLITIQUE **SMS**
photo Catastrophe
Le Parisien **VRAI**
DEMAIN **ELECTION**
RUMEUR **video**

MON RÉFLEXE

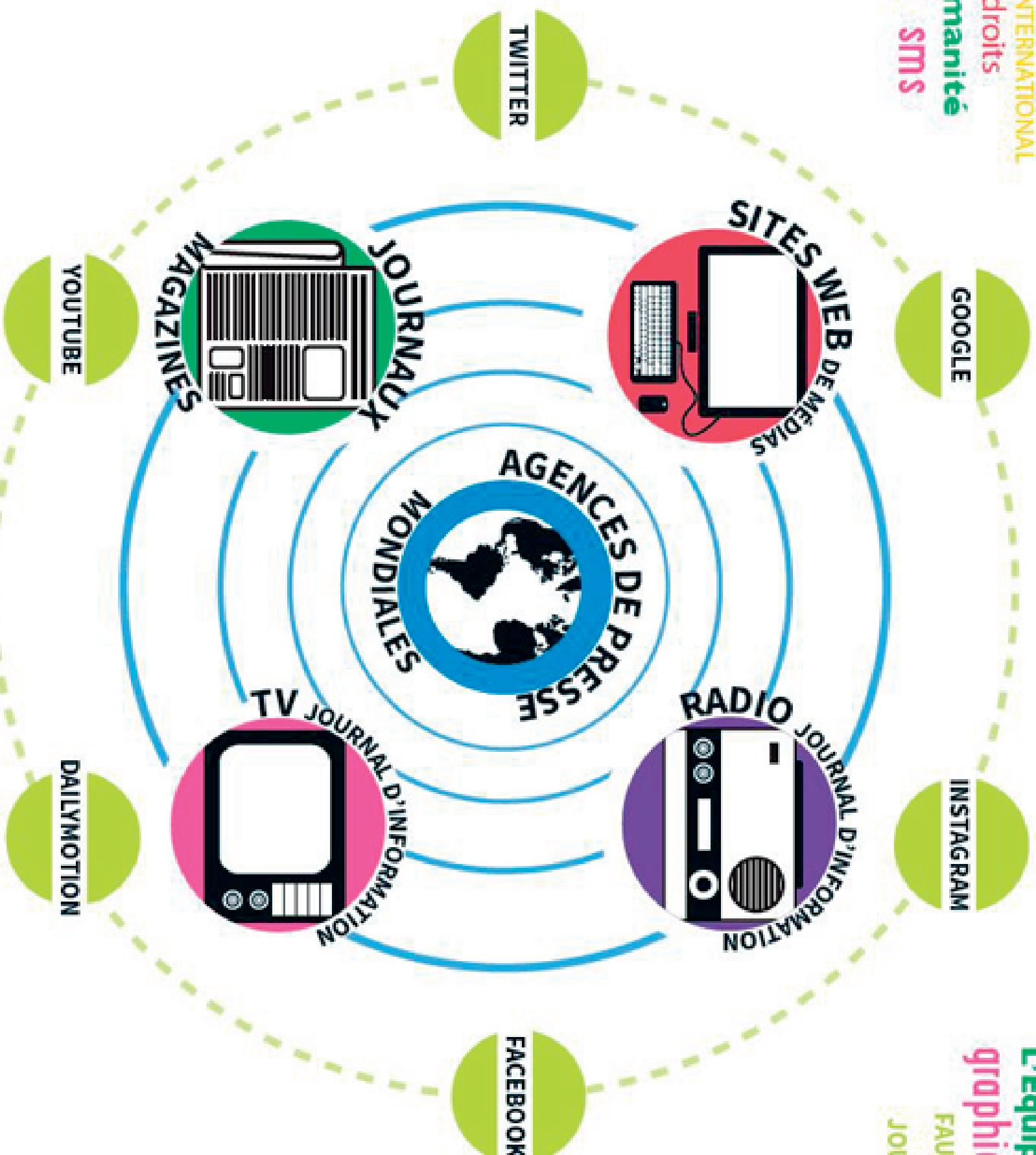
Je m'interroge
 qui diffuse cette information ?
 quelle est la source de l'information ?
 cette source est-elle fiable ?



© AFP

COMMENT VÉRIFIER UNE INFORMATION

- Aller sur place.
- Recueillir des témoignages auprès des témoins.
- Interroger les protagonistes d'un fait, pour avoir toutes les versions.
- Interroger des spécialistes du sujet, des experts.
- Vérifier les chiffres avec des statistiques.



GOOGLE

INSTAGRAM

FACEBOOK

L'équipe Humanitaire
graphique

REPORTAGE **EDUCATION**
FAUX **CITOYEN** **Libération**
JOURNALISTE **ALERTE**

INVENTION

smartphone

Washington Post

site **SPORT** **FLASH**
El Pais **VÉRIFICATIONS**

ordinateur **attentats**

NOUVELLE **Les Échos**
The Times **information**

violence **LOISIRS**
DEPECHE **INTOX**

tablette

QU'EST CE QU'UNE INFO ?

- Le choix de parler d'un sujet.
- Un fait vérifié auprès de sources fiables citées et recoupées.
- Une présentation facile à comprendre.

UNE INFO VÉRIFIÉE :

C'est le travail d'une rédaction de journalistes qui recoupe et traitent l'information.

RISQUE D'INTOX :

- Sources incertaines
- Rumeurs
- Déclarations non vérifiées
- Communication non recoupée

AGENCES DE PRESSE MONDIALES

AFP, Reuters, AP,
 Fournissent à tous les médias des informations vérifiées et sourcées sur l'actualité dans le monde entier

FACT CHECKING EN SÉRIE

Devant la prolifération des fake news, les médias et même les réseaux sociaux ont créé leurs propres outils de décryptage de l'information.

Des sites internet comme les **Décodeurs du Monde** au **Fake Off de 20 Minutes** en passant par les chroniques spéciales dans les journaux télévisés et les émissions dédiées à la TV, à la radio et même sur Youtube, nous ne manquons pas de façon de découvrir la vérité sur ce que nous lisons, entendons et voyons.

Et puis on peut chercher par nous-même grâce aux différents moteurs de recherche à notre disposition.

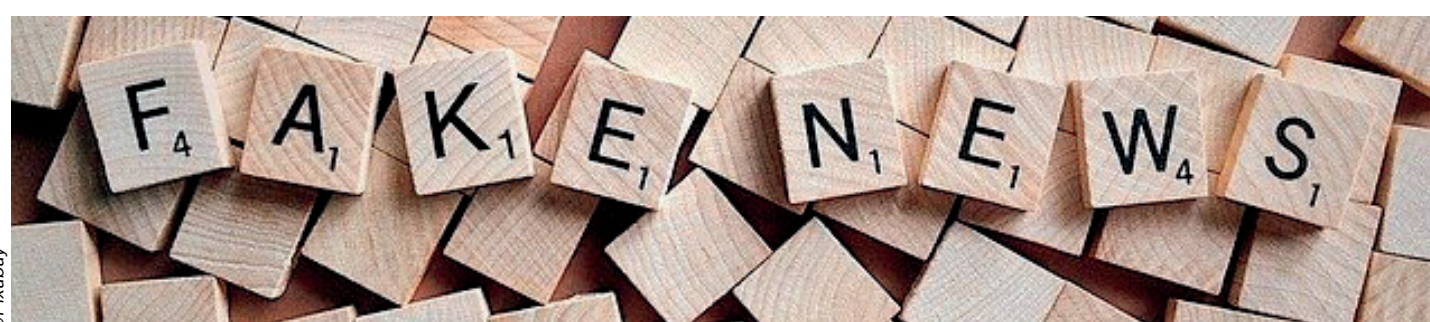
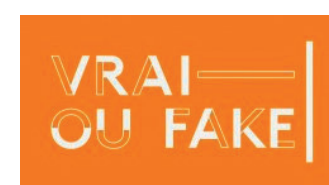
INCONTOURNABLES MOTS-CLES

Mais encore faut-il savoir chercher comme il faut ?

Rentrer le titre d'un article dans Google ou dans Bing ? Surtout pas !

La recette presque magique ce sont les **mots-clés** c'est à dire les **mots importants d'un texte dépourvus de pronoms**.

Le moteur de recherche lui-même gavé de mots clés pour faire plaisir à son algorithme (*voir le référencement SEO en p.24*) va facilement reconnaître les mots en question et vous ressortir la bonne information.



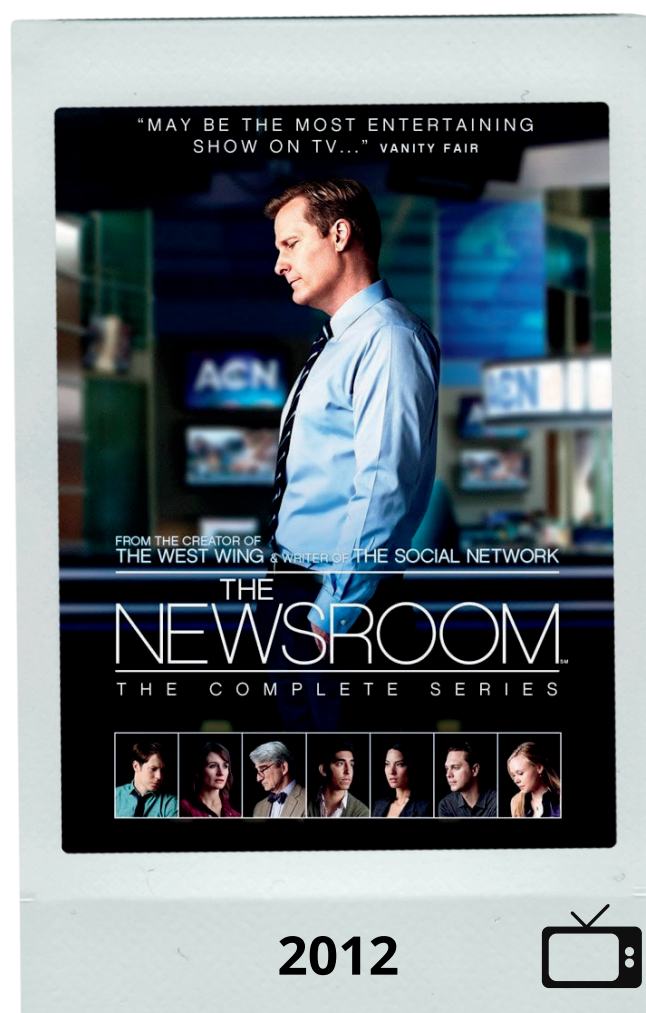
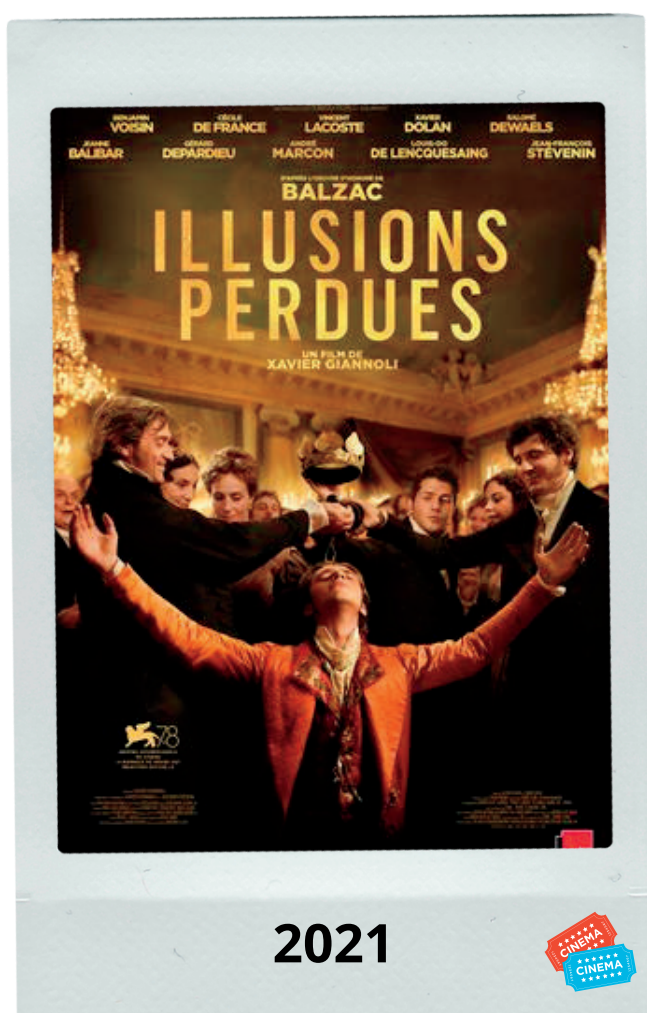
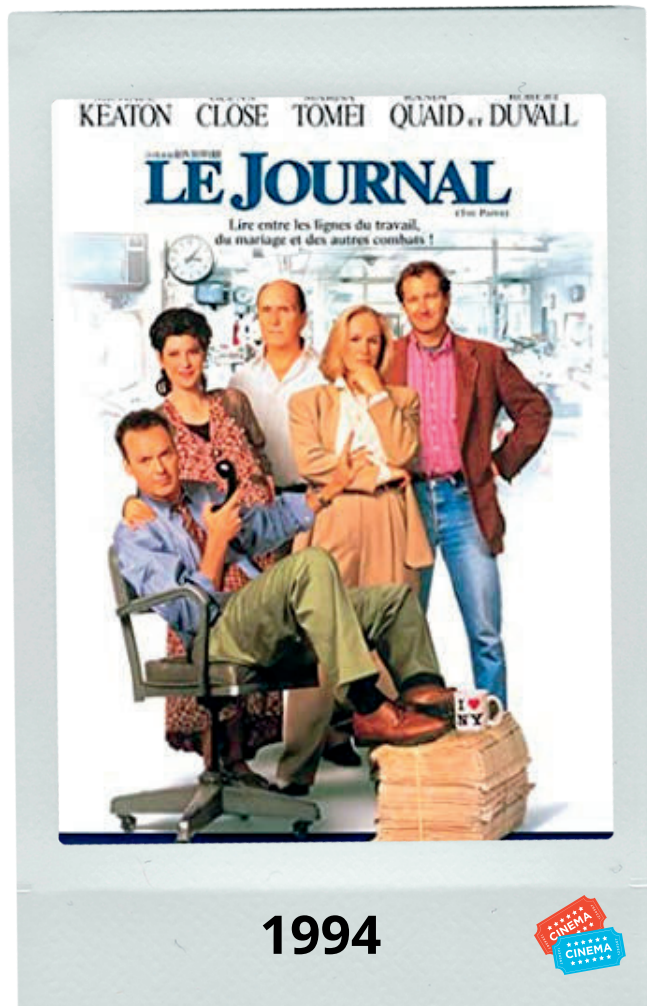
©Pixabay

Quelques sites
et émissions
de fact checking

LA PRESSE DANS LA FICTION

Pourquoi Tintin est-il en Une de notre exposition ? Parce qu'il est le reporter le plus célèbre de France et de Belgique et qu'il appartient à la pop culture?

Petite sélection de films et séries sur le monde des médias.



LEXIQUE DES MÉDIAS

4ème pouvoir : Après le pouvoir exécutif, législatif et judiciaire, les médias sont considérés comme un pouvoir tout aussi essentiel.

Algorithme : Suite finie et non ambiguë d'instructions et d'opérations permettant de résoudre une classe de problèmes

Angle : Axe de traitement d'un sujet. Varie selon le média.

Bonnette : Sorte de protection anti-vent en mousse qui protège la tête d'un microphone

Bouclage : Heure limite à laquelle la copie doit parvenir à la rédaction pour pouvoir être publiée dans le prochain numéro.

Brève : Texte court, donne en trois ou quatre phrases une information concise et, parfois, sans titre.

Chapô : Texte court, en tête d'article, qui introduit une information développée.

Conducteur : Document qui décrit minutieusement le déroulement d'une émission

Correspondant : Journaliste détaché de sa rédaction ou de son agence, il suit l'actualité sur le terrain pour la communiquer à sa rédaction.

Crédit : Source de la photo ou auteur du dessin. Le crédit est une mention légale obligatoire pour chaque publication. Le crédit est accompagné du symbol ©. La mention DR « Droits réservés » est utilisée quand la rédaction du journal ne connaît pas l'origine de l'image ou ne veut pas la mentionner.

Edito : Abréviation de « éditorial », rédigé par le rédacteur en chef ou un éditorialiste dont l'objectif est de commenter une actualité.

Flash-info : Format court réalisé toutes les heures pour faire un point sur l'actualité

Fixeur : Personne connaissant au mieux la région, faisant office à la fois d'interprète, de guide, d'aide de camp d'un journaliste étranger sur le terrain.

J.R.I : Le Journaliste Reporteur d'Images, est un journaliste de télévision ou d'agence d'images. Son travail consiste à se rendre à un événement pour tourner des images pour ensuite réaliser le montage.

Lancement : Phrase qui permet à l'animateur d'introduire ce qui va suivre comme une chronique, une interview ou un invité.

Le Gorafi : Site internet d'informations sciemment parodique et détourné

Marronnier : Sujet qui revient de façon cyclique au fil des saisons tels les régimes amaigrissants juste avant l'été, la rentrée des classes, les fêtes de fin d'année, etc.

Ours : Endroit où sont répertoriés le nom du journal et son adresse, le nom du directeur de la publication, des journalistes, des photographes...

Pige : Ce terme familier désigne la rémunération à l'article, au travail occasionnel, effectué par un journaliste

Règle des 5 W : Le journaliste donne de façon objective les faits en apportant des précisions factuelles sur le Quoi, le Pourquoi, le Qui, le Où et le Quand (what, why, who, where, when)

Scoop : Information exclusive donnée par un média, avant ses concurrents et qui fait la Une.

Source : Personne ou organisme à l'origine d'une information.

Wikipédia : Encyclopédie participative en ligne