



# LE MANUEL PÉDAGOGIQUE

des

*Journalistes  
en classe*



Ce manuel pour les journalistes en classe (JEC) est une publication de l'Association des journalistes professionnels (AJP) et de l'asbl Action Ciné Médias Jeunes (ACMJ).

## Rédaction

Jean-François Dumont et Sophie Lapy

## Mise en page et en ligne

Benoit Audenaerde

## Editeur responsable

François Ryckmans, rue de la Senne 21, 1000 Bruxelles

## AJP

Maison des journalistes, rue de la Senne 21, 1000 Bruxelles.

02-777.08.60 [www.ajp.be](http://www.ajp.be) / [info@ajp.be](mailto:info@ajp.be)

## ACMJ

Place l'Illon 13, 5000 Namur

081-74.29.19 [www.acmj.be](http://www.acmj.be) / [info@acmj.be](mailto:info@acmj.be)

Publié en juin 2015

Préface .....	3
Introduction.....	4
Recommandations pédagogiques.....	5

## Fiches d'activités

1. Démonter les clichés (Généralités) .....	7
2. La titraille (Presse écrite papier / web) .....	8
3. La dépêche (Presse écrite papier / web - Radio) .....	9
4. La Une (Presse écrite papier) .....	10
5. Les sources (Presse écrite - radio - TV - Web) .....	11
6. Concevoir la conduite d'un journal (Presse écrite - radio - TV) .....	12
7. La légende (Photographie).....	13
8. Le cadrage (Photographie).....	14
9. Le lien texte-image (Photographie) .....	15
10. Le reportage photo .....	16
11. Retouche et trucage (Photographie) .....	17
12. Le billet (Radio) .....	18
13. Le flash (Radio) .....	19
14. Le buzz d'un article (Web).....	20
15. Commenter des articles en ligne (Web) .....	21
16. Le data journalisme (Web) .....	22
17. Repérer les erreurs (Presse écrite papier / web) .....	23

## Fiches explicatives

1. La déontologie journalistique.....	24
2. Presse et démocratie .....	25
3. La presse, « 4 <sup>e</sup> pouvoir ».....	26
4. Caméras et micros cachés.....	27
5. Qui est journaliste ?.....	28
6. Journalistes professionnels et responsabilité sociale.....	29
7. Liberté d'expression, liberté de presse.....	30
8. L'objectivité des journalistes .....	31
9. Censure, pression et autocensure .....	32
10. Les sources des journalistes .....	33
11. La protection des sources journalistiques .....	34
12. La légende et le crédit des photos .....	35
13. La modération des forums en ligne .....	36
14. Le data journalisme .....	37
15. Les agences de presse .....	38
16. Mook et slow journalisme .....	39

## Partager les « bonnes pratiques »

L'opération « Journalistes en classe » (JEC) propose à des enseignants de l'enseignement fondamental (5<sup>e</sup> et 6<sup>e</sup> primaire), secondaire et supérieur d'inviter un-e journaliste professionnel-le afin de partager avec les élèves un éclairage sur son métier, sur les médias, sur une technique ou un thème d'actualité.

Les journalistes candidats à cette démarche d'éducation aux médias ne doivent pas avoir un diplôme d'enseignant pour aller dans les classes ! Ils n'y vont pas pour donner un cours théorique, pour faire la publicité de leur média ou pour susciter des vocations. Ce sont d'abord des témoins, dotés d'un certain sens de la pédagogie et de l'animation.

Les habitués ont leurs façons de faire, leurs bonnes recettes pour capter l'attention et, parfois, leurs matériels pour plonger les élèves dans le bain. Nous avons voulu mettre à disposition de tous les bonnes pratiques des « journalistes en classe ».

Ce guide fournit quelques conseils pour réussir son intervention, pour démonter les stéréotypes sur le journalisme, pour faire comprendre aux jeunes le système médiatique et ses langages. On y trouvera des fiches pratiques, des explications et des idées pour que la rencontre avec les classes soit vivante et qu'elle remplisse son objectif : amener les plus jeunes à connaître l'envers des médias pour en devenir des usagers – ou des acteurs – avertis.

Il a été conçu et réalisé par l'Association des journalistes professionnels (AJP), créatrice de l'opération « Journaliste en classe », et l'asbl Action Ciné Médias jeunes (ACMJ) spécialisée dans l'éducation aux médias auprès des jeunes publics.

Sophie Lapy



Jean-François Dumont



L'outil que vous avez sous les yeux s'adresse à tous les journalistes désireux de partager leur expérience avec des jeunes. Il propose une série de fiches pratiques (des activités à réaliser en classe) et explicatives (en réponse aux questions récurrentes posées par des élèves). Loin des cours magistraux, il vise avant tout une démarche pratique, où les jeunes apprendront par l'action et où le journaliste partagera ses connaissances et expériences de terrain.

Ancré dans l'approche de l'éducation aux médias, ce manuel s'inscrit dans un processus d'apprentissage en trois étapes : observer l'objet médiatique et son environnement, analyser cet objet et créer quelque chose autour de cet objet (reproduire ou innover). Dans cette optique, il propose une démarche éducative qui apprend aux jeunes à prendre du recul par rapport aux médias d'information, à se poser les bonnes questions et à être critique par rapport à ce qu'ils voient ou qu'ils entendent à propos de l'actualité. La rencontre ainsi que la discussion sont déjà par essence de l'éducation aux médias. La démarche pédagogique de ce manuel permettra d'aller plus loin.

Cet outil a donc plusieurs objectifs :

- Présenter une démarche pédagogique pour le journaliste en classe en mettant en avant son expérience professionnelle
- Préparer, innover, organiser et évaluer la rencontre avec les élèves
- Apporter un soutien et une réflexion lors des rencontres
- Améliorer et/ou remettre en question certaines pratiques avec la classe

Ce guide peut être utilisé comme une boîte à idées (piocher les idées dans les différentes fiches selon vos intérêts/vos questions) ou pour ses repères pédagogiques.

Il propose aussi, à la suite de certaines fiches, des questions pour lancer une discussion et des références documentaires.

## Avant la rencontre

Lorsqu'un enseignant est intéressé par une rencontre, il prend contact avec l'AJP. A son tour, l'AJP contacte un journaliste du profil souhaité par l'enseignant. Avant toute chose, il faut prendre contact avec le professeur afin de mieux comprendre sa demande, ses besoins et la spécificité du public.

Lors du contact avec l'enseignant, veiller à :

- Bien identifier le projet de l'enseignant : pourquoi, et dans quel cadre, le journaliste est-il invité ?
- L'interroger sur le thème éventuel qu'il souhaite voir traité avec sa classe. Au besoin, le journaliste peut suggérer d'aborder les spécificités des médias, le traitement de l'information, un thème dans l'actualité, un langage médiatique particulier, la conception d'un média d'école...
- Rappeler à l'enseignant que la rencontre ne sera réussie que si elle a été préparée avec les élèves. Cette préparation peut être, selon l'objectif de la rencontre :
  - la projection du DVD « Profession journaliste »,
  - la lecture / visionnage / écoute de productions du journaliste invité,
  - faire des recherches sur le journaliste et son métier,
  - le visionnage comparé de JT de chaînes différentes,
  - la formulation de questions à adresser à l'invité,
  - la constitution d'un dossier de synthèse sur un thème d'actualité,
  - les premières idées sur le média de classe à réaliser,
  - faire des recherches sur le journaliste et son métier.

De son côté, le journaliste prépare la rencontre en choisissant l'activité à réaliser et en préparant le matériel à apporter en classe. La préparation pédagogique est importante. Les élèves comprendront le sens de l'activité du journaliste, qui sera plus cohérent en connaissant sa démarche. Ils retiendront plus facilement les informations primordiales si un canevas est posé. Les discussions sans fil conducteur et l'improvisation sont gérables jusqu'à une certaine limite.

! Ne pas oublier de confirmer à l'AJP la date de la visite à l'école. C'est la condition pour que les supports pédagogiques (DVD, brochures...) soient envoyés à l'enseignant.

! Prendre avec soi le numéro de gsm de l'enseignant (au cas où.. Les messages passent mal dans les écoles face à l'importance des intermédiaires).

## Pendant la rencontre

Avant de commencer l'activité proprement dite, le journaliste introduit la rencontre. Il est dès lors invité à :

- Se présenter et présenter le média pour lequel il travaille.
- Montrer un ou plusieurs exemples de son travail.
- Amener un peu de matériel « réel » si possible : enregistreur, smartphone, caméra, chasuble « presse »,... (pour mieux rendre compte de la réalité).
- Expliquer le déroulement de la rencontre (activité et débat).

En fin d'activité, le journaliste peut demander aux élèves ce qu'ils ont pensé de la rencontre, ce qu'ils auraient préféré.

### Attitudes du journaliste face aux élèves

Lors de la rencontre, certaines attitudes facilitent le contact avec les jeunes :

- Etre concret en racontant des anecdotes, en montrant des exemples, en partant de leur propre situation.
- Susciter leur réaction en leur posant des questions, en « les mettant dans la peau de... ».
- Leur expliquer les choses telles qu'elles sont.
- Etre honnête avec eux (partager ses émotions, ses doutes...).

### Après la rencontre

Après la rencontre, le journaliste peut demander au professeur ce qu'il a pensé de la rencontre, s'il est satisfait ou s'il aurait préféré autre chose.

Par ailleurs, il peut également proposer au professeur un exercice pour une plus grande mise en pratique ou pour une évaluation.

! Ne pas oublier de faire signer et cacheter par l'enseignant l'attestation de visite, à remettre à l'AJP.



# Démonter les clichés



## Infos pratiques

- Activité : discussion
- Matériel à prévoir :
  - Par le professeur : des feuilles de papier
  - Par le journaliste : /
- Fiche explicative n°5 : «Qui est journaliste ?»

## Déroulement

1 Le journaliste propose aux élèves d'écrire sur un bout de papier un cliché: «le journaliste, c'est...».

2 Le journaliste déballe les papiers et analyse avec les jeunes si oui ou non le cliché dit vrai.

3 Le journaliste inscrit au tableau le cliché qui dit vrai.

4 Le journaliste conclut en soulignant ce qu'est un journaliste.

## Exemples de clichés

- Le journaliste va sur le terrain avec son micro dans des zones de conflit et des endroits dangereux (cartel de drogue, trafic d'armes...) et rapporte beaucoup d'informations.
- Le journaliste est toujours sur le terrain.
- Le journaliste gagne beaucoup d'argent.
- Le journaliste est libre et peut accéder à toutes les informations. Il choisit tous les sujets qu'il a envie de couvrir.
- Le journaliste, c'est comme dans «Envoyé spécial» ou dans les émissions où on utilise des caméras cachées et où on se déguise ni vu ni connu.
- Le journaliste fréquente les stars.
- Le journaliste est une star (de télévision).
- Le journaliste n'est pas libre de dire ce qu'il veut.

# La titraile

Presse écrite (papier / web)



## Infos pratiques

- Activité : inventer un titre
- Matériel à prévoir :
  - Par le professeur : des feuilles de papier
  - Par le journaliste : articles de journaux et captures de site internet, articles sans titre

## Déroulement

1 Le journaliste présente **le titre de différents articles** et propose aux élèves de chercher la ligne éditoriale.

2 Le journaliste montre **différentes techniques** pour faire des titres, avant-titres et sous-titres (accrocheur / informatif).

3 Un article muet (privé de sa titraile) est distribué **aux élèves qui inventeront** avant-titre, titre et sous-titre.

4 **Mise en commun** des différentes propositions, commentées par le journaliste.

## Enjeux

### Questions à évoquer pendant / après l'exercice

- Le titre fait vendre
- La logique du clic
- Le choix du registre (accrocheur, informatif)
- Les éléments de la titraile se répètent-ils ou sont-ils complémentaires ?
- La taille du titre est-elle adaptée à la longueur de l'article ?

# La dépêche

Presse écrite (papier / web) - Radio



## Infos pratiques

- Activité : écrire une brève, un billet radio
- Matériel à prévoir :
  - Par le professeur : des feuilles de papier
  - Par le journaliste : dépêches, différents articles sur le même fait
- Fiche explicative n°15 : «Les agences de presse»

## Déroulement

1 Le journaliste **explique ce qu'est une dépêche**, les indications qui y figurent, à quoi elle sert et le principe de l'agence de presse.

2 Les élèves reçoivent une dépêche. Ils y repèrent **les informations indispensables** (qui, quoi, où, quand, pourquoi, avec quelles conséquences ?) et rédigent **une brève** de 10-15 lignes pour le journal (papier / web) ou la radio.

3 Certains élèves **lisent leur texte**. Le journaliste commente.

4 Le journaliste montre / fait écouter **les différents articles / billets** qui ont traité le fait (structure, longueur, éléments éliminés et retenus, titre, signature de l'agence).

## Enjeux

### Questions à évoquer pendant / après l'exercice

- Pourquoi avoir une agence de presse nationale ?
- Le risque d'une information identique dans tous les médias.
- Le modèle économique des agences de presse.
- L'usager / le choix des dépêches par les sites internet...

## Activité complémentaire

Le journaliste a préalablement repéré dans plusieurs quotidiens récents la publication de la même dépêche. Il montre aux élèves (projection ou distribution de photocopies) la dépêche d'origine et son traitement dans les quotidiens. On compare : les titres, les éléments retenus ou écartés, la présence ou non d'infos complémentaires, la présence ou non d'un indice (signature) sur l'origine de la dépêche.



### Infos pratiques

- Activité : comparer des Unes
- Matériel à prévoir :
  - Par le professeur : /
  - Par le journaliste : différentes Unes du jour

### Déroulement

1 Le journaliste demande aux élèves d'observer les différentes Unes et de **trouver les éléments constants** (date, prix, n°, titre de la publication, rubriques fixe...).

2 Le journaliste présente **les différents espaces de la Une** (manchette, oreille, ventre, rez-de-chaussée) et son architecture (verticalité / horizontalité, emplacements fixes / variables).

3 Par groupe, les élèves reçoivent une Une et cherchent **sa spécificité**. Ils posent ensuite un mot sur **leur ressenti** (la une est agréable car aérée, car colorée...).

4 Mise en commun. Le journaliste commente **l'équilibre texte-image**, le choix de la manchette, **les connotations** (sérieuse, sensationnelle...). Il explique comment la Une est élaborée dans son média.

### Enjeux

#### Questions à évoquer pendant / après l'exercice

- La fonction vitrine de la Une et l'impact (de moins en moins marqué) de la structure de vente du journal (par abonnement ou au n°) sur la conception de la Une.
- La fidélité ou, au contraire, l'écart entre le ton de la Une et des pages intérieures.
- Le fait que les rédacteurs des articles intérieurs sont ou non associés à l'écriture de la Une.



### Infos pratiques

- Activité : identifier les sources
- Matériel à prévoir :
  - Par le professeur : article ou TV
  - Par le journaliste : article web / papier, reportage audio / audiovisuel
- Fiches explicatives
  - n°10 : «Les sources du journaliste»
  - n°11 : «Le secret des sources»

### Déroulement

1 Le journaliste explique les différents types de sources à sa disposition (celles qui viennent à lui, comment, pourquoi, et celles qu'il va chercher, comment, pourquoi).

2 A partir d'un reportage ou d'un article, le journaliste demande aux élèves d'identifier les sources (qui parle ? qui est cité ? comment ? Individu ou institution ? Officiel / non officiel...).

3 Réfléchir ensemble à la pertinence de ces sources et à celles qui ne sont pas citées / évoquées. En dresser une liste au tableau et proposer des explications à ces absences.

4 Mise en commun. Le journaliste évoque les différents choix opérés dans la sélection des sources et des informations données par elles. Il évoque aussi le droit au secret des sources.

### Enjeux

#### Questions à évoquer pendant / après l'exercice

- La fiabilité des sources.
- Leur représentativité.
- L'indispensable (?) diversité des sources.
- L'anonymat des sources...

### Références

Jean-Jacques CROS, Les sources d'information, dans « Le journalisme pour les nuls », First édition, 2011.

### Activité complémentaire

Répertoire, sur un sujet imaginaire (ex. : le retour en grâce du disque vinyle, la prévention du sida chez les jeunes, le retour des castors en Wallonie...) vers quelles sources le journaliste devrait se tourner.

# Concevoir la conduite d'un journal

Presse écrite  
Radio - TV



## Infos pratiques

- Activité : hiérarchiser l'information
- Prérequis : avoir vu / lu / entendu un journal (tv, radio, papier)
- Matériel à prévoir :
  - Par le professeur : /
  - Par le journaliste : journal radio / tv / papier, choix des sujets

## Déroulement

1 Le journaliste demande aux élèves ce qu'ils **ont retenu** du journal (ou page) lu/ vu/entendu dernièrement en classe. Il explique le principe du choix des sujets et **distribue (ou projette) cinq ou six dépêches** ou sujets.

2 En groupe, les élèves **sélectionnent** les trois sujets qui leur paraissent les plus importants. Ils réfléchissent à **l'ordre d'apparition** de ces sujets et justifient leurs choix en imaginant une explication.

3 Mise en commun. Les élèves, toujours en groupe, **écrivent 3-5 lignes** sur les trois sujets sous la forme d'**un sommaire** ou lancement de JP / JT.

4 **Présentation** par les groupes d'élèves. Le journaliste compare et commente les propositions, comme s'il était le chef de rédaction.

## Enjeux

### Questions à évoquer pendant / après l'exercice

- Les principes de proximité géographique, émotionnelle... (la loi du « mort / km »).
- Le zapping des téléspectateurs face à l'ennui.

## Références

« Regard sur l'info – La sélection et la hiérarchisation de l'information », 44 fiches et un guide d'utilisation, édité par Culture & Santé (2011). <http://www.cultures-sante.be>.



### Infos pratiques

- Activité : inventer une légende
- Matériel à prévoir :
  - Par le professeur : /
  - Par le journaliste : photos avec bons exemples de légende et photos sans légende
- Fiche explicative n°12 : «Les photos et leurs légendes»

### Déroulement

1 Le journaliste explique les fonctions de la légende des photos en montrant des exemples.

2 Le journaliste donne des photos aux élèves sans légende ni article. Les élèves vont imaginer la légende.

3 Les élèves mettent en commun ce qu'ils ont imaginé ou proposent différentes légendes pour une même photo.

4 Le journaliste explique les grands enjeux d'une photo d'information : la polysémie d'une image, le risque de la manipulation...

### Référence

« Photos d'actu – Décoder les photos de presse et leur légende », manuel (48 pages) avec 54 photos et un questionnaire, édité par Culture & Santé (2013). <http://www.cultures-sante.be>.

# Le cadrage



## Infos pratiques

- Activité : dessiner la moitié d'une image
- Matériel à prévoir :
  - Par le professeur : crayons de couleurs
  - Par le journaliste : une image et la même amputée d'une partie (photocopie)

## Déroulement

1 Le journaliste explique les notions de **champ / hors-champ** et les différents plans avec des exemples.

2 Le journaliste donne aux élèves un morceau d'image. Les jeunes doivent **dessiner le hors-champ** qu'ils imaginent.

3 Les élèves montrent et expliquent ce qu'ils ont dessiné. Ils proposent également **un autre plan de l'image** selon l'information à diffuser.

4 Le journaliste montre la photo initiale et les différentes manières d'exploiter cette image. Il explique les choix de cadre et **les enjeux** de l'information par l'image.



# Le lien texte-image

Photographie



## Infos pratiques

- Activité : relier image et info (logique et opinion)
- Matériel à prévoir :
  - Par le professeur : /
  - Par le journaliste : article + image (séparés), article illustré par trois images

## Déroulement

1 Le journaliste montre différents articles et différentes photos séparément. Les jeunes doivent **relier la bonne photo au bon article**.

2 Le journaliste choisit un article et montre trois **photos potentielles** d'illustration. Il explique le lien entre photo et article.

3 Les élèves reçoivent un article et **imaginent une photo** qui pourrait l'accompagner selon le message à faire passer.

4 Mise en commun. Le journaliste explique **la notion d'angle** et les enjeux autour du photojournalisme.

# Le reportage photo

Photographie



## Infos pratiques

- Activité : réaliser des photos et les organiser en récit
- Matériel à prévoir :
  - Par le professeur : appareils photos
  - Par le journaliste : série de reportages photos

## Déroulement

1 Le journaliste propose aux élèves d'aller **prendre cinq photos** (seulement) de l'école ou/et du quartier et de les légender. Ces photos doivent suivre un même thème.

2 Les élèves présentent leurs photos et le message. Le journaliste explique **les notions du cadrage et de l'angle**.

3 Les élèves retournent prendre 5 photos selon 5 cadres différents et les présentent à la classe.

4 Le journaliste explique l'idée du **reportage photo**, de sa fonction narrative et de son importance dans la presse.

# Retouche et trucage

Photographie



## Infos pratiques

- Activité : observer des images
- Matériel à prévoir :
  - Par le professeur : /
  - Par le journaliste : série de 10 photos (dont certaines ont été retouchées), différentes images
- Fiche explicative n°1 : «La déontologie»

## Déroulement

1 Le journaliste présente dix photos de presse. Les élèves doivent décoder celles qui ont été retouchées ou celles qui n'ont pas été travaillées.

2 Le journaliste explique l'approche des retouches et les enjeux (marketing, séduction, esthétique...).

3 Les élèves choisissent une image et imaginent comment la transformer s'ils voulaient embellir la réalité. Ils justifient la transformation selon le message qu'ils veulent faire passer.

4 Mise en commun. Le journaliste explique le devoir de respect de la vérité et les notions de manipulation et de propagande.

## Enjeux

### Questions à évoquer pendant / après l'exercice

- La différence entre photos de presse et photos publicitaires.
- La différence entre information et communication.
- Le trucage politique des photos.

## Références

Gérard LE MAREC, « Les photos truquées: un siècle de propagande par l'image », Atlas, 1985, 168 p.

# Le billet

Radio



## Infos pratiques

- Activité : rédiger un billet
- Matériel à prévoir :
  - Par le professeur : /
  - Par le journaliste : des enregistrements de billets, un billet écrit, des dépêches, un enregistreur

## Déroulement

1 Le journaliste **fait écouter** différents billets aux élèves. Il leur demande de repérer ce qui est particulier au langage de la radio.

2 Le journaliste explique **les spécificités** de la radio dont **le langage écrit-parlé** (rythme, clarté,...) et les mots d'ambiance.

3 Les élèves choisissent une dépêche. Ils **écrivent un billet** (10-15 lignes), en se reposant sur le langage écrit-parlé.

4 **Ils enregistrent leur billet**. La classe et le journaliste écoutent les billets et proposent des pistes d'amélioration.

## Enjeux

### Questions à évoquer pendant / après l'exercice

- L'accroche.
- Les documentaires sonores.
- La radio filmée (tv et internet).
- Les radios sur internet.
- Le podcast...

# Le flash

Radio



## Infos pratiques

- Activité : réaliser un flash
- Matériel à prévoir :
  - Par le professeur : /
  - Par le journaliste : des flashes radio, des dépêches, un enregistreur

## Déroulement

1 Le journaliste **fait écouter** différents flashes aux élèves. Il leur demande de repérer ce qui est particulier au langage de la radio.

2 Le journaliste explique **les spécificités** de la radio, dont **le langage écrit-parlé** (rythme, clarté,...). Il explique également l'approche des 5w. En partant du texte écrit au tableau, il montre sur quoi il faut insister ou pas.

3 Les élèves reçoivent 5 petites dépêches et doivent les **mettre en forme** pour un flash. L'exercice peut se faire par deux (un présentateur et un journaliste).

4 **Ils enregistrent leur flash**. La classe et le journaliste écoutent les billets et proposent des pistes d'amélioration.

## Enjeux

### Questions à évoquer pendant / après l'exercice

- Les différences entre animateur radio, présentateur et journaliste.
- Un journal parlé 24h/24.
- Le futur de la radio...

# Le buzz d'un article

Web



## Infos pratiques

- Activité : provoquer un buzz
- Matériel à prévoir :
  - Par le professeur : /
  - Par le journaliste : articles qui ont fait le buzz

## Déroulement

**1** Le journaliste montre **des articles de différents types** (politique, divertissement,...) qui ont beaucoup circulé sur internet. Il demande aux élèves les raisons du buzz de ces articles.

**2** Le journaliste explique **le principe du buzz**, y compris les «bad buzz».

**3** Les élèves, par groupe de 2-3, reçoivent un article habituel et doivent **transformer cette information** afin de garantir le buzz de cet article.

**4** Les élèves présentent leur article, les autres de la classe doivent voter pour l'article qui fera le meilleur buzz sur internet. Le journaliste **explique la logique du clic et ses éventuels effets pervers**.

# Commenter des articles en ligne

Web



## Infos pratiques

- Activité : jeu de rôles
- Matériel à prévoir :
  - Par le professeur : /
  - Par le journaliste : capture d'écran de trois articles internet avec leurs commentaires, un article « polémique »
- Fiche explicative n° 13 : « La modération des forums en ligne »

## Déroulement

1 Le journaliste présente trois articles d'internet avec **des commentaires de différents types** (polémique, réflexif, informatif...) et demande à quoi servent les commentaires et comment les modérer.

2 Le journaliste **présente un article « polémique »** et établit avec les élèves les arguments pour et contre.

3 La classe est divisée en deux : **une partie va réfléchir aux commentaires, l'autre à la modération**. Deux élèves choisis au hasard au début devront modérer le débat et le conclure en proposant un nouvel article basé sur les commentaires.

4 Débat et conclusion. Le journaliste explique **le débat dans les rédactions** à propos des commentaires et présente le concept de journalisme **collaboratif et participatif**.

## Références

«Les forums ouverts sur les sites des médias», Les carnets de la déontologie, CDJ, 16 novembre 2011.

# Le data journalisme

Web



## Infos pratiques

- Activité : réaliser une enquête
- Matériel à prévoir :
  - Par le professeur : /
  - Par le journaliste : captures d'écran d'infographie
- Fiche explicative n°14 : « Le data journalisme »

## Déroulement

1 Le journaliste **montre trois infographies** issues du data journalisme et explique le processus de création.

2 Le journaliste interroge les élèves sur **un sujet possible de data journalisme** sur lequel ils pourraient travailler (dans l'école et la ville).

3 Par groupe, les élèves planifient la **méthodologie** pour un sujet au choix (un sujet par groupe) et proposent des « résultats » fictifs.

4 Mise en commun. Le journaliste explique **les enjeux importants** du data journalisme ainsi que **les difficultés d'interprétation** (« les chiffres peuvent tout dire »).



# Repérer les erreurs

Presse écrite (papier / web)



## Infos pratiques

- Activité : repérer des erreurs
- Matériel à prévoir :
  - Par le professeur : /
  - Par le journaliste : cinq documents présentant des erreurs dans la presse

## Déroulement

1 Le journaliste présente cinq documents où l'on peut observer **des erreurs de fond ou de forme** (erreur de légende sous une photo, dans un titre, dans un nom, une date, ...) et demande aux élèves de les repérer et de les expliquer.

2 Le journaliste **re-contextualise la presse et le travail des journalistes** (conditions de travail, contraintes, chaîne de responsabilités...)

3 Les élèves, en groupe, imaginent **la pire bourde** possible qu'un journaliste pourrait faire sur un sujet proposé.

4 Mise en commun. Le journaliste explique **les différentes tendances du journalisme** (slow journalism, mook, blog,...) et la ré-invention quotidienne du journalisme.

## La déontologie journalistique



La déontologie désigne l'ensemble **des règles qu'une profession se donne** pour établir ses droits et devoirs. On parle donc d'« autorégulation », même si des personnes extérieures à la profession (experts, juristes, représentants d'organisations...) participent éventuellement au processus.

Ces règles permettent aux journalistes d'agir en conformité avec la morale du métier.

**Ce ne sont pas les seuls repères.** Les journalistes se réfèrent aussi au droit (les lois) et à leur éthique personnelle.

La déontologie aborde généralement ce qui concerne **le respect de la vérité** (exemples : vérifier ses sources, rectifier ses erreurs), **l'indépendance** (ex. : critiquer librement, ne pas mêler information et publicité), **la loyauté des démarches** (ex. : ne pas cacher qu'on est journaliste, ne pas copier l'info exclusive d'un autre média sans le citer), et **le respect des personnes** (ex. : n'évoquer la vie privée ou les caractéristiques d'une personne que si l'intérêt général le justifie).

Ces règles sont écrites dans **des codes de déontologie** : internationaux, nationaux, par média.

En Belgique francophone, un nouveau code a été adopté fin 2013. Un journaliste ou un média qui commet une infraction déontologique n'est pas puni. Mais son infraction est signalée à la presse et au public si elle a été établie par le Conseil de déontologie journalistique (CDJ).

### Références

- Voir aussi la fiche explicative « **Caméras et micros cachés** » (Fiche n°4).
- Le Code de déontologie francophone belge (<http://www.codedeontologiejournalistique.be/>)
- La déclaration de Munich (1971), texte international de référence ([http://www.deontologiejournalistique.be/telechargements/04\\_3\\_01\\_declaration\\_droits\\_et\\_devoirs.pdf](http://www.deontologiejournalistique.be/telechargements/04_3_01_declaration_droits_et_devoirs.pdf)).

### Lancer le débat avec des jeunes

- Après une conférence de presse sur un nouveau médicament, le journaliste reçoit 4 entrées à Walibi pour lui et sa famille. Est-ce que tu penses que cela pourrait nuire à l'article du journaliste ? Que doit faire le journaliste face à ça ?
- Une future enseignante vient dans votre classe et réalise son stage d'observation pendant 10 heures de français. A la fin du stage, elle explique qu'en réalité elle est journaliste et qu'elle va réaliser un article sur votre classe. Qu'en penses-tu ? Peut-elle faire ça ?
- Dans une école, une mère a porté plainte contre un enfant qui a été violent avec son fils. Il se fait que ce garçon violent est le fils d'un ministre. Le journaliste doit-il couvrir le fait ? Existe-t-il une protection pour les enfants ?

## Presse et démocratie



Contrairement aux Etats non démocratiques qui considèrent les médias comme des instruments à leurs services, les démocraties accordent **une place essentielle à la liberté de presse**. En Belgique, ce principe est inscrit dans l'article 25 de la Constitution (« *La presse est libre; la censure ne pourra jamais être établie* » [...])

Les fondements de cette conception figurent d'une part dans la « Déclaration des droits de l'Homme et du Citoyen » (1789) qui établit **le droit d'informer** (« *Tout citoyen peut parler, écrire, imprimer librement* ») ; d'autre part dans la « Déclaration universelle des droits de l'Homme » (1948) qui institue **le droit d'être informé** (« *recevoir et répandre, sans considération de frontières, les informations et les idées* »).

La liberté de la presse fait donc partie des libertés fondamentales comme celle de s'associer, de choisir sa religion ou de se déplacer par exemple. Elle **permet aux citoyens de participer à la vie en société** et de voter en connaissance de cause. Elle permet le débat et une forme de contrôle des pouvoirs.

Elle repose à la fois sur **la liberté d'expression** et sur **la liberté d'entreprendre**. Pour des raisons économiques, cette liberté n'était accessible, dans les faits, qu'à quelques-uns. Internet est venu élargir considérablement les possibilités.

### Références

- Voir aussi les fiches explicatives « **4<sup>e</sup> pouvoir** » (Fiche n°3) et « **Liberté d'expression et de presse** » (Fiche n°7).
- La Constitution belge ([http://www.senate.be/doc/const\\_fr.html](http://www.senate.be/doc/const_fr.html)).

## La presse, « 4<sup>e</sup> pouvoir »



L'expression « la presse, 4<sup>e</sup> pouvoir » est attribuée à l'homme politique et penseur britannique Edmund Burke qui l'utilisa en 1787<sup>1</sup>. Elle évoque l'influence que la presse peut avoir dans une société à côté des trois pouvoirs officiels en démocratie : le législatif (les parlements), l'exécutif (les gouvernements) et le judiciaire (les cours et tribunaux).

Ce « 4<sup>e</sup> pouvoir » est le plus souvent considéré comme le contre-pouvoir des autres. L'exemple le plus célèbre de cette puissance, au XX<sup>e</sup> siècle, est la révélation, en 1972, du scandale du Watergate par deux journalistes du *Washington Post* (Carl Bernstein et Bob Woodward) qui mena à la démission du président des Etats-Unis, Richard Nixon.

L'influence - et dans certains pays, la pression - que les médias exercent sur l'opinion et les décideurs est réelle. Mais il ne faut pas en exagérer l'importance. En matière électorale par exemple, la presse démocratique n'a pas empêché des partis d'extrême-droite de récolter parfois de nombreux suffrages.

On peut aussi considérer que le « 4<sup>e</sup> pouvoir » est, dans certaines situations, non pas un contre-pouvoir, mais un pouvoir de plus, qui se comporte comme les trois autres et qui contribue à les renforcer.

<sup>1</sup> Ferenczi Thomas, *Le journalisme*, P.U.F. « Que sais-je ? », 2007 (2e éd.), p. 3-6.

### Lancer le débat avec des jeunes

- On parle beaucoup de la disparition des journaux papier. Penses-tu que, dès lors, la presse va disparaître ? Pourquoi ?
- Certains disent que les Flamands et les Wallons vont se séparer et que la Belgique va disparaître. Est-ce que tu crois que les journalistes jouent un rôle dans cette situation ? Quel type de rôle ?
- Cherche dans l'actualité de ces derniers mois un exemple montrant que la presse a rempli un rôle de « contre-pouvoir ».

## Caméras et micros cachés



En principe, les journalistes **ne peuvent pas utiliser** de caméras ou micros cachés pour recueillir leurs informations. Le Code de déontologie journalistique, en Belgique, considère en effet ces méthodes comme déloyales.

Elles seront **toutefois admises** si les quatre conditions énoncées dans le code sont remplies :

- L'information recherchée est d'intérêt général et revêt de l'importance pour la société;
- Il est impossible de se procurer l'information par d'autres moyens ;
- Les risques encourus par les journalistes et par des tiers restent proportionnés au résultat recherché ;
- Les méthodes utilisées sont autorisées ou, le cas échéant, validées par la rédaction en chef, sauf exception imprévisible.

**Est d'intérêt général** l'information qui évoque un ou plusieurs enjeux pour la vie en société dans son ensemble ou pour une de ses composantes. Exemple : révéler la prostitution enfantine dans un pays touristique, ou enregistrer les propositions d'un trafiquant d'armes.

Le Code souligne que l'intérêt général ne se confond pas avec la simple curiosité de la part du public.

**Des émissions** de télévision se basent parfois sur des reportages tournés systématiquement en caméra cachée. Elles **font souvent débat** car la méthode, qui vise à attirer l'audience, n'apparaît pas toujours justifiée sur le plan déontologique.

### Références

- Voir aussi les fiches explicatives « **La déontologie journalistique** » (Fiche n°1)
- Le dossier « La fin ne justifie pas n'importe quel moyen » (Revue « Journalistes » n°160, juin 2014 : [http://www.ajp.be/telechargements/dossiers/160\\_dossier.pdf](http://www.ajp.be/telechargements/dossiers/160_dossier.pdf))

### Lancer le débat avec des jeunes

- Si des journalistes venaient visiter ton école en caméra cachée pour dénoncer le mauvais état des bâtiments, comment te sentirais-tu ? Est-ce que le fait que ce soit « caché » change quelque chose ?
- Un journaliste s'est habillé comme un sans-abri et a commencé à mendier dans les rues de Charleroi. Une caméra cachée le filmait. Le but du reportage était de montrer la pauvreté. Penses-tu que cette approche soit justifiée ? Que pouvons-nous apprendre de plus en caméra cachée ?
- Une bagarre se déroule dans ta rue. Deux personnes frappent une fille. Tu te mets discrètement à filmer avec ton téléphone. Personne ne te voit filmer. Tu postes ensuite ta vidéo sur internet. Est-ce une caméra cachée ? Quelles seront les conséquences ? Est-ce du journalisme ?

## Qui est journaliste ?



La question est simple. Pas la réponse !

Le journalisme est l'activité qui consiste à **recueillir** et **sélectionner** des informations, à les **vérifier**, à les **hiérarchiser** et à les **formuler** dans un langage spécifique (écrit, parlé, audiovisuel ou graphique). À cela s'ajoute éventuellement la production d'analyses, d'éclairages, de commentaires, d'humeurs, de critiques... bref tout ce qui donne de la « valeur ajoutée ».

Tous ceux qui ont des activités journalistiques **ne sont pas** « **journalistes** » de la même manière. On distingue en gros :

- Des **journalistes professionnels**. C'est leur métier principal ; ils ont été reconnus officiellement comme tels parce qu'ils répondent aux conditions légales. Ils ont la carte de presse délivrée par le SPF Intérieur.
- Des **journalistes sans carte de presse officielle**, mais qui pratiquent régulièrement le métier pour des médias professionnels. Ils n'ont pas de carte parce qu'ils font ce métier à titre secondaire, parce qu'ils ne répondent pas à toutes les conditions légales même si c'est leur métier principal, ou parce qu'ils ne la demandent pas.
- Des **journalistes occasionnels**. Ils sont blogueurs, utilisateurs de médias sociaux, collaborateurs de sites web d'information. On les appelle parfois « **journalistes citoyens** ».

### Références

- Voir aussi la fiche explicative « **Journalistes professionnels et responsabilité sociale** » (Fiche n°6).
- La loi du 30 décembre 1963 relative à la reconnaissance du titre de journaliste professionnel (<http://www.ajp.be/la-loi-relative-au-titre-de-journaliste-professionnel/>).
- Un dossier sur le phénomène des « **journalistes citoyens** » ([http://www.ajp.be/telechargements/dossierjournalisme\\_et\\_amateurs\\_dec2009.pdf](http://www.ajp.be/telechargements/dossierjournalisme_et_amateurs_dec2009.pdf)).

## Journalistes professionnels et responsabilité sociale



On peut rencontrer dans les diverses catégories de journalistes (voir la fiche explicative n°5 « Qui est journaliste ? ») des personnes de talent comme de piètre qualité. Mais **les journalistes professionnels se distinguent** a priori par :

- Des **démarches appropriées** (pour la recherche, la vérification et le traitement de l'information).
- Un **savoir-faire** technique (les langages journalistiques sont spécifiques).
- Une adhésion à la **déontologie**.
- Une **responsabilité sociale**.

Cette « responsabilité sociale » consiste, pour le journaliste, à **mesurer a priori les conséquences** de ce qu'il diffusera, pour trois types de personnes : ses sources, les personnes citées (directement ou non) dans sa production, le public.

Cela ne signifie pas qu'il doit veiller à faire plaisir ou à ne pas contrarier ces personnes ! Mais en fonction de cette analyse, **il choisira les éléments adéquats** à diffuser et la manière de le faire. Quitte à décider éventuellement de ne pas diffuser.

**La transparence à tout prix** n'est donc **pas l'objectif** des journalistes professionnels. La réserve ou le silence s'imposent parfois au nom de cette « responsabilité sociale » et / ou des lois.

### Références

- Un livre d'entretien entre deux journalistes, à propos du mythe de la transparence : Jean Lacouture et Hugues Le Paige, *Eloge du secret*, Labor, coll. Trace, Bruxelles, 2005).

## Liberté d'expression, liberté de presse



Ces deux libertés sont étroitement liées mais **elles ne sont pas synonymes**. La Constitution belge les évoque d'ailleurs de manière distincte : « la liberté de manifester ses opinions en toute matière [est] garantie » à l'art.19, et « la presse est libre » à l'art. 25.

La liberté de presse repose sur la liberté d'expression et la liberté d'entreprendre. Elle est souvent exercée collectivement et via un **support spécifique**. Selon la nature de ce support, cette liberté peut être soumise à un **régime d'autorisation** qui ne concerne pas la liberté d'expression. Ainsi, les télévisions et les radios ne peuvent pas émettre sans être d'abord agréées par les pouvoirs publics de leur pays.

D'autres règles de droit concerneront la presse en particulier parce que **son impact et ses responsabilités** sont considérées comme plus importants que pour une expression individuelle. Exemple : le droit de réponse, la protection des sources, la responsabilité en cascade (qui rend l'auteur, s'il est connu, premier responsable de ce qui est diffusé).

Ceux qui usent de la liberté de presse doivent assumer **une responsabilité sociale** (voir cette fiche) et respecter des règles spécifiques. Pour ces raisons, leurs productions peuvent être soumises au **contrôle** (légal ou déontologique) d'instances comme le Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA) et/ou le Conseil de déontologie journalistique (CDJ).

### Références

- Un article sur liberté d'expression et liberté de la presse (Revue « Journalistes » n° 161, juillet-août 2014, [http://www.ajp.be/telechargements/journalistes/161\\_liberte\\_de\\_la\\_presse.pdf](http://www.ajp.be/telechargements/journalistes/161_liberte_de_la_presse.pdf)).



## L'objectivité des journalistes



L'objectivité, que le Larousse définit comme « la qualité de ce qui est conforme à la réalité », n'est **pas un concept praticable** en journalisme. C'est même, disent de grands professionnels, une tromperie intellectuelle de faire croire au public et aux journalistes que l'objectivité des médias est possible. Toute relation de faits - et a fortiori d'analyses - passe par les filtres culturel, idéologique, philosophique, personnel de son auteur.

En revanche, l'objectivité peut constituer **un idéal, un horizon** vers lequel doit se diriger le journaliste. Son premier devoir déontologique est en effet de **rechercher et respecter la vérité**. S'il est impossible, à cet égard, d'imposer au journaliste une obligation de résultat, celui-ci a en tout cas **une obligation de moyens**. Cela signifie qu'il doit tout mettre en œuvre pour rechercher honnêtement la vérité. La RTBF parle ainsi dans son règlement relatif au traitement de l'information de « l'esprit d'objectivité ».

Beaucoup préfèrent les notions d'honnêteté, d'indépendance et de fidélité à la déontologie plutôt que celle d'objectivité. Mais **on ne confondra pas l'objectivité avec la neutralité** du journaliste qui consisterait à ne plus faire de choix, à mettre tout le monde sur le même pied et à considérer que toutes les opinions se valent.

## Censure, pression et autocensure



La **censure** au sens strict, qui consiste pour une autorité à contrôler et modifier éventuellement une information avant sa diffusion, ne peut pas avoir cours en Belgique. La Constitution l'interdit (art.25). **Des contrôles préalables** existent néanmoins : **en justice**, dans une procédure en référé (c'est-à-dire en urgence), des juges s'estiment en droit d'interdire une diffusion (d'une séquence d'émission par exemple) à la demande d'un plaignant. Ce pouvoir des juges est très controversé. **En interne**, les responsables de rédaction vérifient, avant diffusion, la qualité et la conformité des contenus à la loi, à la déontologie et / ou à la ligne du média.

**Les pressions** venues de l'extérieur comme de l'intérieur d'un média font partie du système médiatique. Des acteurs de l'actualité tentent, de manière plus ou moins directe et courtoise, d'**influencer** la manière dont les médias parleront d'eux. Certains tentent aussi d'**intimider** les journalistes en les attaquant en justice. Mais croire que les journalistes écrivent « sous les ordres » de quelqu'un est un cliché trompeur.

L'**autocensure**, par laquelle un journaliste décide de se taire, est inhérente au métier. Elle est **critiquable** lorsqu'il s'agit de protéger des intérêts en cachant des informations qui devraient être révélées. Elle **se justifie** lorsque le silence s'impose en vertu des lois, de l'éthique ou du respect du public.

### Références

- La Constitution belge ([http://www.senate.be/doc/const\\_fr.html](http://www.senate.be/doc/const_fr.html)).
- Un livre d'entretien entre deux journalistes, à propos du mythe de la transparence : Jean Lacouture et Hugues Le Paige, Eloge du secret, Labor, coll. Trace, Bruxelles, 2005).

## Les sources des journalistes



Les informations que le journaliste sélectionnera puis traitera sont **venues spontanément** à lui ou elles ont été **recueillies** par lui.

La première catégorie concerne une masse d'informations - ou ce qui le deviendra - **à la disposition des journalistes** : dépêches d'agences de presse, courriels envoyés par les multiples services de communication, messages des réseaux sociaux, infos des sites web et de la presse concurrente... S'y ajouteront les événements et les lieux où **la presse est conviée** et où elle recevra éventuellement des informations préparées à son intention : conférence de presse, vernissage, projection de presse, tribune de presse, visite de presse...

Les sources de la seconde catégorie sont celles qui feront la singularité de chaque média et qui leur donneront une valeur ajoutée : en lien direct ou non avec une actualité, le journaliste interroge **l'acteur concerné, l'expert, le témoin**. Il va sur **le terrain** observer et sentir une situation. Il fouille des archives et **des documents** peu connus du grand public. Il lit des ouvrages spécialisés et fréquente des cénacles et des colloques scientifiques... Il s'est ainsi construit peu à peu **un réseau de personnes de confiance** qu'il peut appeler ou, mieux, qui l'appelleront parfois pour l'alerter. Elles sont devenues ses informateurs, ses sources privilégiées.

### Référence

- Le fascicule «Les journalistes et leurs sources. Guide de bonnes pratiques», coédition CDJ / AJP. [http://www.lecdj.be/telechargements/guide\\_des\\_bonnes\\_pratiques.pdf](http://www.lecdj.be/telechargements/guide_des_bonnes_pratiques.pdf)

## La protection des sources journalistiques



Jusqu'en 2005, la déontologie et le droit s'opposaient sur ce qu'on appelle parfois « le secret des sources » des journalistes. La première interdisait aux journalistes de révéler l'identité des sources réclamant l'anonymat. Le second n'admettait pas – et sanctionnait parfois – ce silence.

Un long combat de l'Association générale des journalistes professionnels de Belgique (AGJPB) a abouti à la loi du 7 avril 2005. Elle accorde le droit au silence à « toute personne qui contribue directement à la collecte, la rédaction, la production ou la diffusion d'informations, par le biais d'un média, au profit du public » et à « toute personne qui, par l'exercice de sa fonction, est amenée à prendre connaissance d'informations permettant d'identifier une source (...). »

En outre, les autorités ne peuvent pas prendre des mesures (d'information ou d'instruction) qui aboutiraient à connaître les sources d'information.

**Seule exception** : un juge peut exiger de connaître les sources si cela permet de « prévenir la commission d'infractions constituant une menace grave pour l'intégrité physique d'une ou de plusieurs personnes » et si l'information ne peut être obtenue autrement.

Cette loi est considérée comme la plus protectrice en Europe et, peut-être, au monde.

### Références

- Sur le site de l'AJP : <http://www.ajp.be/la-loi-protège-les-sources-du-journaliste/>
- Dans le code de déontologie journalistique, l'article 21 ([www.codededeontologiejournalistique.be](http://www.codededeontologiejournalistique.be))

## La légende et le crédit des photos



Sauf exceptions rares, toute photo de presse doit être accompagnée de sa légende, ces quelques mots qu'on lira en dessous, à côté, ou dans l'image elle-même.

Selon la nature de la photo et de sa relation au texte, la légende peut remplir diverses fonctions :

- **Expliquer - Identifier.** Elle donne les éléments qui permettent au lecteur de comprendre ce qu'il voit (Quelle est cette machine ? Que font ces gens ? Que se passe-t-il ?) ou de savoir à qui on a affaire (Qui est cette personne ?).
- **Compléter.** Si l'image est compréhensible ou si la personne est connue avec certitude, on évitera de répéter simplement dans la légende ce que montre l'image. Mais on pourra donner des informations supplémentaires (un lieu, une date, un contexte, ...)
- **Interpréter.** La légende donne un sens (humoristique, polémique, poétique, dramatique...) à l'image qu'elle n'a pas nécessairement au départ. Attention au faux pas qui irait de l'interprétation à la tromperie...
- **Souligner une info.** Le journaliste profite de la légende pour mettre en évidence un élément d'information ou un propos qui n'était pas déjà mis en exergue ailleurs (dans la titraille de l'article ou dans un hors-texte par exemple).

Le « crédit photo » indique la source de l'image : qui en est l'auteur et/ou quelle agence en a assuré la diffusion.

## La modération des forums en ligne



Avec le développement des rédactions en ligne et leur principe de réactivité, les forums de discussion sur des sujets d'actualité ont posé d'emblée **la question de leur modération** : comment éviter que ces forums soient des déversoirs de haine, de racisme, d'injures et de calomnies ?

La modération est généralement opérée, dans les médias, par des journalistes web ou des personnes désignées pour cela. Elle peut prendre **différentes formes** :

- **A priori** : le contrôle éditorial se fait avant la mise en ligne des commentaires. Cette modalité ne se pratique pas (ou plus) du fait de sa lourdeur en termes de ressources humaines et du déplacement des forums de discussion sur Facebook.
- **A posteriori** : le contrôle éditorial se fait, également en interne, le plus tôt possible après diffusion.

Outre la nécessité, pour l'éditeur, d'y affecter du personnel, ce mode de filtrage impose au modérateur de tout lire, au détriment éventuel de la rapidité des échanges, et au risque de devenir trop strict ou trop laxiste.

- **La modération réactive** : les internautes évaluent les messages et/ou signalent un abus. Au risque de sanctionner surtout les avis de la minorité.

La modération n'étant pas toujours efficace (ou pas correctement exercée), des médias ont pris **d'autres mesures** comme l'obligation pour l'internaute de s'identifier ou... la non ouverture de forums sur des sujets sensibles.

### Références

- Recommandation adoptée par le CDJ le 16 novembre 2011 : « Les forums ouverts sur les sites des médias ». Téléchargeable sur [http://www.deontologiejournalistique.be/telechargements/Carnet\\_Forums.pdf](http://www.deontologiejournalistique.be/telechargements/Carnet_Forums.pdf)
- DEGAND Amandine, SIMONSON Mathieu, « La modération des fils de discussion dans la presse en Ligne », dans Les Cahiers du journalisme, n° 22 / 23, École supérieure de journalisme, Lille, automne 2011.

## Le data journalisme



Internet a mis en circulation **une quantité inouïe de données** de toutes sortes : statistiques, budgets, scores, lieux, quotas, recensements, dates, bilans... Le « journalisme de données » consiste à **recueillir** ces informations, à les **traiter** au moyen d'outils informatiques adéquats, et à les **présenter** de manière claire et attrayante pour raconter l'histoire qu'elles révèlent.

Il n'y a donc pas lieu d'opposer le « data journalisme » au journalisme traditionnel. Le premier ajoute au second une manière de parler de la réalité, de révéler des situations cachées, de relativiser ou démentir des chiffres officiels, de mettre en lien des informations de sources diverses. La démarche peut aller **du plus simple** (l'évolution des résultats électoraux d'un parlementaire durant sa carrière par exemple) **au plus complexe** (la visualisation de la pauvreté dans le monde).

Outre la publication d'une information jusque-là inédite, le data journalisme a aussi une fonction de **veille** quant à l'évolution de tel ou tel phénomène. La BBC, par exemple, publie depuis 1999 le classement des écoles à partir des données du gouvernement et de certains critères comparatifs. Elle recense aussi depuis des années les emplacements des accidents mortels de la route dans le pays. Les internautes en prennent connaissance à partir d'un code postal.

### Références

- « Guide du datajournalisme. Collecter, analyser et visualiser les données », Ed. Eyrolles. Téléchargeable sur <http://jplusplus.github.io/guide-du-datajournalisme/index.html>

## Les agences de presse



Sur le marché de l'information, l'**agence de presse est un grossiste** : elle recueille, sélectionne et traite journalistiquement les nouvelles qui sont ensuite vendues sous forme de textes (les dépêches), de photos, de vidéos et de son à ses clients. Ceux-ci sont des médias mais aussi des non-médias : institutions, banques, ministères, etc... Ces clients peuvent donc utiliser librement les productions des agences auxquelles ils sont abonnés.

L'agence a aussi une **fonction d'alerte**. Elle émettra une dépêche annonçant un événement grave ou important sans attendre de disposer de toutes les précisions.

Il existe trois agences **mondiales** : l'AP (Associated Press, Etats-Unis, 1848), Reuters (Grande-Bretagne, 1851) et AFP (Agence France Presse, France, 1944). Elles disposent de correspondants et de clients partout sur le globe et diffusent en plusieurs langues. On trouve ensuite de grandes agences **internationales** comme EFE (Espagne), Xinhua (Chine) ou Itar-Tass (Russie). Enfin, de très nombreux pays ont une agence de presse **nationale**, à statut public ou privé. En Belgique, il s'agit de l'agence Belga (1921), dont les propriétaires principaux sont les éditeurs de presse.

Outre les agences d'information générale, certaines autres sont **spécialisées** (par exemple en économie et finance, sport, affaires européennes...).

### Références

- L'article « Agences de presse » de <http://fr.wikipedia.org>

### Lancer le débat avec des jeunes

- Les médias abonnés aux mêmes agences reproduisent les mêmes informations. Qu'en pensez-vous ?
- Les agences mondiales sont toutes issues du monde occidental. N'y a-t-il pas un déséquilibre dans la circulation de l'information et dans la manière de regarder le monde ?
- Internet permet de rééquilibrer les flux d'informations entre le Nord et le Sud de la planète. Votre avis ?



## Mook et slow journalisme



Les outils numériques ont donné aux informations une **vitesse de circulation** jamais atteinte dans l'histoire. Non sans causer, parfois, des **dégâts** : vérification absente ou incomplète, sujets survolés, réduction au factuel, absence de recul critique.

Le « slow journalisme » (journalisme lent) est une **réaction** à ce phénomène. Des journalistes et des médias choisissent de **prendre le temps nécessaire** pour des enquêtes et reportages approfondis, des démarches de terrain et des formats de production longs.

Ce journalisme a trouvé dans les « **mook** » son lieu idéal d'expression. Enfant du livre (book) et du magazine, le mook est un périodique, paraissant quelque fois par an seulement, proposant des textes longs, le plus souvent en dehors de l'« agenda médiatique », et qui ont demandé à leurs auteurs plusieurs semaines de travail. La voie fut ouverte, en France, par la revue XXI, créée en 2008. Plusieurs publications similaires ont vu le jour depuis, y compris en Belgique.

Sans aller jusqu'au « slow journalisme », des **médias traditionnels** ont ralenti le rythme et ouvert des espaces d'approfondissement de sujets. France 2 et la RTBF par exemple proposent un « dossier » quotidien dans leurs journaux télévisés. Sur la toile, des web documentaires goûtent aussi aux vertus de la lenteur.

### Références

- « Une presse sans pression. Quand le journalisme prend son temps », article de Pauline Bock, Télérama du 19.7.214. <http://www.telerama.fr/medias/une-presse-sans-pression-quand-le-journalisme-prend-son-temps,114850.php>

Pour la Belgique francophone :

- 24h01 : <http://www.24h01.be/nous/le-projet/>
- Médor : <https://medor.coop/fr/>