

LES DESSOUS DES MÉDIAS

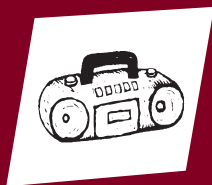
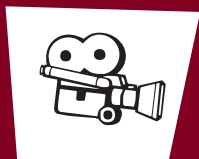














TABLE DES MATIÈRES

 CARTE D'IDENTITE DES MEDIAS.....	3
 LES DIFFERENTS MEDIAS.....	5
 LA PRESSE ECRITE.....	6
 LA TELEVISION.....	7
 LA RADIO.....	9
 INTERNET.....	10
LES AGENCES DE PRESSE.....	10
 LES SOURCES D'INFORMATION.....	11
 COMPARER LES MEDIAS.....	12
 LES DROITS ET DEVOIRS DU JOURNALISTE	14
 LES MEDIAS ET LA PUBLICITE.....	17
 PRESSE ET DEMOCRATIE.....	18
 MA TELE: RESUME DE LA VISITE.....	21
 LEXIQUE.....	25

CARTE D'IDENTITE DES MEDIAS

Moyen de **communication** destiné à diffuser auprès d'un groupe de personnes des **informations** de nature sonore, écrite et/ou visuelle (presse, radio, télévision, cinéma, internet). Autrement dit, les médias sont l'**intermédiaire** entre les **producteurs** (journalistes...) et les **consommateurs** d'information (nous!).

Chronologie des médias

- **1447:** Gutenberg invente l'imprimerie moderne.
- **1605:** Le **premier journal imprimé**, «Relation», paraît à Strasbourg. Suivent les premiers journaux nationaux en Europe (Proposant communiqués officiels et nouvelles de l'étranger).
- **1766:** **Première loi** sur la liberté de la presse (Suède).
- **1844:** L'invention du **télégraphe** ouvre la voie à la presse quotidienne et au reportage, offrant de nouvelles possibilités de communication.
- **1890-** «**Âge d'Or**» de la presse. Celle-ci devient un outil politique au **1920:** service des révolutions.
- **1920:** La **radio** concurrence la presse écrite au niveau de la diffusion d'information.
- **1940:** La **télévision** s'installe, amorçant le déclin des journaux et des magazines
- **1990:** **Internet** offre un nouveau support à l'information.
- **2007:** Selon la World Association of Newspapers (Association Mondiale des Journaux) **un milliard** de personnes dans le monde lisent tous les jours un journal papier, c'est-à-dire plus d'une personne sur sept.

Les rôles des médias

Les médias doivent fournir **l'information** la plus complète possible et dans tous les domaines. Ils rapportent donc les événements du monde, du pays, de la région, en essayant d'être le plus proche possible de l'actualité. Les sujets abordés sont la politique, l'économie, la culture, le sport et les informations dites «générales» (faits divers, science...)

« L'information sert à aider l'homme à se comprendre et à se maîtriser, à connaître et à dominer le monde qui l'entoure, à se situer et à agir dans la société dont il est membre » Marcel Voisin

En plus de ces informations, un média donne également un certain nombre de **renseignements pratiques** (agenda des spectacles, cours des bourses, avis de décès, annonces... pour les journaux ; informations routières pour la radio).

Un média peut aussi offrir matière à **divertissement** (jeux cérébraux, horoscope, bandes dessinées... pour les journaux ; émission de divertissement pour la télévision ; musique pour la radio).

Les médias de masse

On appelle médias de masse (mass media) les médias à même de toucher une large *audience**. Ce terme a été créé dans les années 1920.

La ligne éditoriale

Un média n'est pas neutre, il a généralement une « ligne éditoriale », c'est-à-dire un ensemble des règles définissant l'orientation et la cohérence des articles. La ligne éditoriale s'exprime par le choix des informations diffusées, des reportages effectués et par le commentaire de ces informations. Un éditorial, ou éditto, est un article qui reflète la position de la rédaction sur un thème d'actualité.

LES DIFFERENTS MEDIAS

Médias publics et privés

Médias publics

Financés essentiellement par les fonds publics (à 75%), en échange de quoi ils doivent accomplir certaines **missions** :

Informer
Divertir
Former

Refléter la culture de la Communauté dont ils dépendent

Exemple : la RTBF
les télé locales

Médias privés

Financés exclusivement par la publicité

Les médias privés fonctionnent davantage comme des entreprises, dont le but est de gagner de l'**argent** et non d'offrir des services à la population.

Exemple : RTL

En 2008, on comptait en Belgique **5782** journalistes professionnels agréés et stagiaires. Seulement 1 journaliste professionnel sur 4 est une femme, et seulement 1 journaliste professionnel sur 5 est indépendant



LA PRESSE ECRITE



Comparez ces chiffres avec ceux de la télévision (p.7) et de la radio (p.9)!

La presse quotidienne

Les différents quotidiens francophones belges sont :

Sud Presse (La Meuse, La Province...)	(121.134 exemplaires)*
L'Avenir, Le Jour, Le Courrier...	(96.273 exemplaires)
Le Soir	(89.540 exemplaires)
La Dernière Heure/Les Sports	(63.033 exemplaires)
La Libre Belgique	(43.905 exemplaires)
L'Echo	(17.758 exemplaires)

Depuis 2000, il existe un quotidien gratuit, en français et néerlandais : Metro. Le tirage est de 290.000 exemplaires (2010) et le nombre de lecteurs dépasse le million. Il est édité par le même groupe de presse* que Le Soir.

Chaque quotidien a sa propre ligne éditoriale (voir p.4) et ses spécificités: Par exemple, Le Soir se veut être un journal indépendant et progressiste, Les Editions de l'Avenir sont spécialisées dans l'information de proximité, tout en offrant des renseignements pratiques, La Libre Belgique se situe plus du côté catholique et monarchiste, La Dernière Heure/Les Sports a pour sujets principaux les faits divers et le sport. L'Echo traite essentiellement l'information économique et financière.

La presse périodique

La presse appelée presse «périodique» englobe tous les titres qui ne sont pas diffusés quotidiennement. Entre autres, des hebdomadaires ou mensuels francophones tels que : Vif/L'Express, Soir Magazine, Libre-Match, Ciné-Télé-Revue, Téléoustique, Femmes d'Aujourd'hui, Trends/Tendances et Sport/Foot Magazine...



Télévisions Publiques

En Belgique, on ne compte que deux chaînes de télévision publique : la RTBF (La Une, La Deux, La Trois) du côté francophone et la VRT (Eén, Ketnet, Canvas) du côté néerlandophone. Les chaînes publiques ont des missions à remplir.

La RTBF doit présenter des programmes diversifiés (Info, culture, divertissement, jeunesse), rassembler le plus large public possible, refléter sans discrimination les courants d'idées présents dans la société, valoriser le patrimoine de la communauté française, collaborer avec les médias des autres pays d'Europe et des autres pays francophones.

Télévisions Privées

En ce qui concerne les télévisions privées autorisées, elles sont plus nombreuses. Côté francophone, on répertorie : TVi (RTL-TVi, Club RTL, Plug RTL), AB3/AB4, BeTV, Canal Z, Liberty TV et MCM Belgique.

Audiences Télévisées

JT de 19h RTL-TVi	763.647
JT de 19h30 La Une	544.089
JT de 13h RTL-TVi	310.662
JT de 13h La Une	169.353*



Comparez ces chiffres avec ceux de la presse écrite (p.6) et de la radio (p.9)!

Télévisions Locales

Les Télévisions Locales doivent remplir certaines missions :

- Produire et réaliser des programmes d'information, d'animation, de développement culturel et d'éducation permanente.
- Promouvoir la participation active de la population de leur zone de couverture (zone géographique attribuée à chaque télévision).

Les grilles des programmes des télévisions locales sont très diversifiées !



Pour 80%, la programmation concerne l'information générale, mais on y retrouve d'autres types d'émissions : sportives, culturelles, économiques, relatives à l'emploi, de divertissement (jeux télévisés...), pour les enfants, gastronomiques, de jardinage, animalières...

Les télévisions locales diffusent uniquement des productions propres ou des émissions produites par d'autres télévisions locales. Il n'y a donc pas de fictions ou de films dans leur programmation.

L'histoire des télévisions locales

Nées dans les années 70, les télévisions locales diffusaient à l'origine leurs programmes durant les heures «creuses», sur les chaînes nationales et étrangères. Actuellement, elles disposent toutes d'un canal propre, situation qui leur permet de bénéficier de meilleures heures d'audience.

La plupart ont franchi le cap des vingt années d'existence et sont sorties du stade expérimental depuis 1985. Elles occupent une place originale dans le paysage médiatique en développant des missions de service public dans un rapport de proximité.

Antenne Centre	La Louvière
Canal C	Namur
Canal Zoom	Gembloux
Ma Télé	Jemelle
No Télé	Tournai
RTC	Liège
Télé Bruxelles	Bruxelles
TV Com	Brabant Wallon
TV Lux	Arlon
Télé MB	Mons
Télé-Sambre	Charleroi
Télé Vesdre	Verviers

On compte 12 télévisions locales côté francophone, 11 côté néerlandophone!

Télévisions Payantes

Il existe aussi plusieurs offres de télévision à péage : BeTV, Belgacom TV, Voo et Telenet. Grâce aux câblodistributeurs et depuis les années 80 grâce aux satellites, la Belgique a accès à de nombreuses chaînes étrangères et à des bouquets de chaînes thématiques (sport, musique, nature...) contre paiement. Depuis quelques temps, ces chaînes offrent de nouveaux services, tels que la vidéo à la demande.

La Belgique fait partie des pays où le plus grand nombre de chaînes télévisées sont accessibles!





LA RADIO

On distingue également les radios publiques des radios privées. Cependant, toutes dépendent de la Communauté Française qui leur attribue les fréquences.

Radios Publiques

Les deux radios publiques belges sont la RTBF (Radio-Télévision Belge de la Communauté Française) et la VRT (Vlaamse Radio en Televisieomroep) du côté néerlandophone. Elles regroupent chacune plusieurs chaînes de radio.

Radios Privées

La RTBF dispose des radios suivantes :

La Première
VivaCité
Classic 21
Pure FM
Musiq'3

Concernant les chaînes de radios privées, on compte des centaines de stations (réseaux parfois internationaux). Toutes sont financées par la publicité mais toutes n'ont pas de journaux parlés.

Les principales radios privées francophones:

Bel-RTL
Radio Contact
Nostalgie
NRJ
Fun Radio
Twizz (nouveau Ciel FM)



Comparez ces chiffres avec ceux de la presse écrite (p.6) et de la télévision (p.7)!

Audiences Radiophoniques

1 Bel RTL : 712 070	6 NRJ : 279 270
2 Radio Contact : 626 370	7 Classic 21 : 258 480
3 Vivacité : 477 920	8 Fun Radio : 223 860
4 La Première : 405 720	9 Pure FM : 136 580
5 Nostalgie : 394 310	10 Musiq'3 : 85 910





Depuis la naissance d'Internet, tous les médias (ou presque) ont ouvert un site en ligne. On peut à présent écouter la radio, regarder des émissions de télévision, lire les articles de la plupart des journaux sur Internet! En plus de cela, ces sites permettent d'ajouter des informations ou des commentaires, indiquent des « liens », diffusent des archives, invitent au dialogue dans des forums...

Gratuits à l'origine, ces sites commencent à mettre en place des mécanismes de paiement, afin de ne pas menacer leur avenir!

Le web est également considéré comme un média de masse. Etant donné que le contenu du web est réalisé par son propre public, par exemple avec les blogs, cela crée une situation nouvelle : la communication ne se fait pas de un vers plusieurs, comme avec la télé, mais de plusieurs vers plusieurs, donnant la parole aux citoyens!

Internet a été inventé par des militaires américains dans les années '60 pour échanger des informations secrètes

Internet devient une source d'info de plus en plus répandue, mais il contribue aussi à répandre de fausses nouvelles et rumeurs. Il faut observer les mêmes règles de prudence qu'avec n'importe quelle autre source!

LES AGENCES DE PRESSE

Une agence de presse a pour objectif de fournir de l'information aux médias. Elle emploie des journalistes qui collectent l'information, la mettent en forme (articles, reportages, photos, vidéos...) et la distribuent aux médias qui forment sa clientèle.

Le recours aux agences de presse permet aux journaux et autres publications de fournir notamment des informations sur des pays dans lesquels ils n'ont pas de correspondant, ou sur des activités pour lesquelles ils n'ont pas les moyens d'enquêter eux-mêmes. La production des agences de presse touche tous les domaines de l'actualité nationale et internationale. A l'heure actuelle, aucun média ne peut fonctionner sans elles !

Quelques agences de presse :
Belga (Belgique)
Reuters (Royaume-Uni)
Agence France Presse

On compte plusieurs dizaines d'agence de presse dans le monde.



LES SOURCES D'INFORMATION

Il y a tellement d'informations à traiter que les journalistes n'ont pas toujours le temps de trouver par eux-mêmes l'information, en partant en reportage. Ils font donc appel à d'autres sources : agences et conférences de presse, informateurs extérieurs, autres médias...

Avant d'être diffusée, l'information doit être :

- CHOISIE → Qu'est-ce qui doit être diffusé immédiatement ?
- VERIFIEE → Qu'est-ce qui est vrai, faux?
- HIERARCHISEE → Quels sont les sujets à mettre en évidence?
- ANALYSEE → Dans quel contexte faut-il placer l'évènement?
- COMMENTEE → Que pensons-nous de l'évènement ?





Recouper ses sources

Une des règles d'or de la profession est de recouper ses sources, c'est-à-dire de vérifier chez d'autres si l'info est la même. Mais cela n'est pas toujours possible (abondance des informations, manque de temps, de personnel, éloignement géographique...). Il faut du moins qu'existe une relation de confiance avec la source.





La fascination du scoop, d'être le premier à révéler l'info empêche parfois les journalistes de vérifier celle-ci. Pour exemple, en décembre 1989, pendant la révolution roumaine, les médias du monde entier annoncèrent 70.000 morts en une semaine. En fait, il y en eut 689. Les journaux diffusèrent des images du « charnier de Timisoara » (des gens morts de maladie). Les corps avaient été déterrés d'une fosse commune et mis en scène pour les journalistes.

Chaque jour, des tas d'informations arrivent. Des choix et décisions s'imposent dans les rédactions, qui doivent être débattus et, idéalement mettre tout le monde d'accord. Le but de la rédaction est de donner la meilleure information possible, à la fois conforme à la ligne du média et respectueuse de la loi et de la *déontologie** du journalisme.

COMPARER LES MEDIAS

Média	Caractéristiques du média	Comportement des utilisateurs
	Support : papier Texte et photos Recul par rapport à l'info (pas de <i>direct*</i>), l'info peut être relue	Lecture et relecture possible, de façon active. Les lecteurs peuvent choisir l'info, aller vers ce qui les intéresse et laisser de côté le reste.
	Support : Images animées + son. L'info est éphémère, on ne peut revenir dessus. On ne peut pas faire autre chose en même temps. Diffusion en continu. Joue sur l'impact des images, qui donnent l'impression de participer aux événements.	Regarder, de façon plus passive. Possibilité de zapper
	Support : poste radio, voix et sons. L'info est éphémère, on ne peut revenir dessus Diffusion en continu. <i>Direct*</i> possible.	Ecoute sans support visuel, création d'images mentales. Impossibilité de revenir en arrière donc doivent comprendre du 1er coup, possibilité de faire autre chose en écoutant
	Support multiple, permet de diffuser à la fois la radio et la télévision, quotidiens en ligne... Interactivité.	Recherche et participation active. Les utilisateurs peuvent également participer à la construction du contenu

Le texte d'un journal compte entre 4500 et 6000 mots. Un quotidien imprimé de 130.000 mots, soit environ 25 pages.

Média	Conséquences sur l'écriture	Spécificités de l'information
	<p>L'info est lue. Les phrases peuvent être plus longues, le vocabulaire plus savant. La forme écrite permet davantage l'analyse.</p>	<p>Fréquence : une fois par jour mais beaucoup de contenu</p>
	<p>L'info est vue. Etant donné qu'une image vaut 1000 mots, la parole peut s'effacer. Le texte est donc au service des images. L'écriture est parlée (phrases courtes, simples...)</p>	<p>Fréquence : Plusieurs fois par jour à horaire fixe, durée d'environ 30 minutes. Impératifs de temps plus stricts qui ne permettent pas d'approfondir l'info comme dans la presse écrite.</p>
	<p>L'info est entendue. Les phrases doivent donc être courtes. Les ambiances peuvent être suggérées par les descriptions, les ambiances, la voix.</p>	<p>Fréquence : Plusieurs fois par jour, parfois toutes les heures, ce qui permet d'actualiser très vite les informations. Par contre, le journal parlé ne dure souvent que quelques minutes. Cela ne permet pas d'approfondir l'info autant que dans la presse écrite.</p>
	<p>Multiples types d'écriture étant donné les multiples supports.</p>	<p>Fréquence : Mise à jour constante de l'information. Information abondante. Attention cependant à la véracité des faits rapportés étant donné qu'ils peuvent être rapportés par tout un chacun sans contrôle préalable</p>

révisé de trente minutes
1000 mots. Par comparaison,
56 pages contient environ
on 26 fois plus !!

LES DROITS ET DEVOIRS DU JOURNALISTE

Les droits et devoirs concernant une profession, sont appelés règles ou code de *déontologie**.

La *déontologie** du journalisme est composée des textes approuvés par les syndicats de journalistes européens, comme la charte de Munich, et de différentes chartes propres à certains organes de presse.

Ces règles concordent avec le droit de la presse mais peuvent aussi s'y opposer. Par exemple, le principe de la liberté d'information et d'expression s'oppose à toute censure ou à la révélation des sources, même commandée par le pouvoir. Cependant, le respect de la personne peut conduire à s'abstenir de prendre une photo ou d'écrire un article, même si le droit le permet. Ce code prête donc souvent à débat.

Ces règles s'appliquent à la mission du journaliste (le devoir d'informer, le respect du lecteur, l'intérêt public, le droit de savoir) et définissent sa crédibilité (indépendance à l'égard des pouvoirs politiques et économiques, respect de la vie privée, protection des sources).

Le code de *déontologie** du journalisme est basé sur 2 principes : La responsabilité sociale et la véracité. Le journaliste ne doit pas vouloir, ni pouvoir, tromper ses lecteurs.

Les dix devoirs de la charte

- 1** Respecter la **vérité**, quelles qu'en puissent être les conséquences pour lui-même, et ce, en raison du droit que le public a de connaître.
- 2** Défendre la **liberté de l'information**, du commentaire et de la critique.
- 3** Publier seulement les informations dont l'origine est connue ou les accompagner, si c'est nécessaire, des réserves qui s'imposent ; ne pas supprimer les informations essentielles et ne pas altérer les textes et les documents.
- 4** Ne pas user de **méthodes déloyales** pour obtenir des informations, des photographies et des documents.
- 5** S'obliger à **respecter la vie privée** des personnes.
- 6** **Rectifier** toute information publiée qui se révèle inexacte.
- 7** Garder le **secret professionnel** et ne pas divulguer la source des informations obtenues confidentiellement.
- 8** **S'interdire** le plagiat, la calomnie, la diffamation, les accusations sans fondement ainsi que de recevoir un quelconque avantage en raison de la publication ou de la suppression d'une information.
- 9** Ne jamais confondre le métier de journaliste avec celui du publicitaire ou du propagandiste ; **n'accepter aucune consigne des annonceurs**, directe ou indirecte.
- 10** **Refuser toute pression** et n'accepter de directives rédactionnelles que des responsables de la rédaction.

Les cinq droits de la charte

- 1** Les journalistes revendiquent le **libre accès à toutes les sources** d'information et le droit d'enquêter librement sur tous les faits qui conditionnent la vie publique.
- 2** Le journaliste a le droit de **refuser toute subordination** qui serait contraire à la ligne générale de son entreprise, telle qu'elle est déterminée par écrit dans son contrat d'engagement, de même que toute subordination qui ne serait pas clairement impliquée par cette ligne générale.
- 3** Le journaliste **ne peut être contraint** à accomplir un acte professionnel ou à exprimer une *opinion** qui serait contraire à sa conviction ou sa conscience.
- 4** **L'équipe rédactionnelle doit être obligatoirement informée** de toute décision importante de nature à affecter la vie de l'entreprise.
- 5** Le journaliste a droit à un **contrat personnel**, assurant sa sécurité matérielle et morale, ainsi qu'à une rémunération correspondant au rôle social qui est le sien et suffisante pour garantir son indépendance économique.

LES MEDIAS ET LA PUBLICITE

Répartition du budget publicitaire en 2007 :

39% va à la télévision
26% va aux quotidiens
10% va aux magazines
13% va à la radio
8% va à l'affichage
3% va à l'internet
1% va aux salles de cinéma

En 1983, après bien des débats, la Belgique autorise une chaîne privée à diffuser sa programmation. RTL entre dans le paysage audio-visuel belge. Bien d'autres chaînes, francophones comme néerlandophones, naîtront dans les années suivantes.

La publicité apparaît alors dans les médias audiovisuels. Au départ, seules quelques chaînes privées sont autorisées à diffuser de la publicité commerciale mais dès 1989, la même règle vaut pour la télévision publique.

En 2007, les recettes publicitaires brutes de la presse quotidienne belge représentent **1,065 milliard €**, la valeur globale du marché média belge étant estimée à **2,951 milliard €**.

Ces chiffres révèlent la place importante qu'occupe la publicité dans le monde de la presse quotidienne belge.

Aujourd'hui, la publicité fait donc totalement partie des médias... et elle leur est indispensable puisqu'elle leur rapporte de l'argent nécessaire à leur fonctionnement! Mais, attention, elle doit se distinguer clairement du travail journalistique et se présenter pour ce qu'elle est (annonce clairement reconnaissable introduisant un espace publicitaire pour les médias audiovisuels). Bien entendu, des accords entre les publicitaires et les journalistes doivent exister, notamment pour garantir l'indépendance des journalistes.

PRESSE ET DEMOCRATIE

«Tout individu a droit à la liberté d'opinion et d'expression, ce qui implique le droit de ne pas être inquiété pour ses opinions et celui de chercher, de recevoir et de répandre, sans frontières, les informations et les idées par quelque moyen d'expression que ce soit.»

Article 19 de la déclaration universelle des droits de l'Homme

Dans un régime démocratique, n'importe qui peut se dire journaliste. Mais il faut distinguer journalistes et journalistes professionnels. Ce dernier titre implique des devoirs et des droits et est protégé par la loi. Si le titre est protégé, c'est bien entendu dans l'intérêt du citoyen. En effet, la liberté de la presse et la liberté d'*opinion** sont inscrites dans la Constitution belge.

«La presse est libre, la censure ne pourra jamais être établie...»

Article 25 de la Constitution belge

«(...)la liberté de manifester ses opinions en toute matière sont garanties, sauf la répression des délits commis à l'occasion de l'usage de ces libertés»

Article 19 de la Constitution belge

La liberté d'expression vaut non seulement pour les informations considérées comme inoffensives, mais aussi pour celles qui peuvent choquer ou inquiéter : ainsi le veulent la tolérance et l'esprit d'ouverture sans lesquels la démocratie ne peut pas exister!

La liberté d'expression est liée à la liberté de la presse, qui représente la liberté pour un propriétaire de journal de dire ce qu'il veut dans son journal, même s'il risque de se retrouver devant les tribunaux en cas de diffamation ou calomnie (tenir des propos portant atteinte à l'honneur ou à la réputation d'une personne).

Si la déclaration universelle des droits de l'homme de 1948 ne spécifie pas de restrictions à cette liberté, un certain nombre de lois réduisent toutefois cette liberté, en interdisant les propos incitant à la haine raciale, nationale ou religieuse, qui sont des délits interdits par la loi.

Dans les pays en guerre et ceux à régimes dictatoriaux ou instables, les dangers du métier de journaliste sont bien plus importants qu'en Belgique : chaque année, de nombreux journalistes sont menacés, emprisonnés, torturés, tués.

La PEC (Presse Emblème Campagne, une Organisation Non Gouvernementale suisse), rapporte que 122 journalistes ont été tués en 2009, 91 journalistes en 2008, 117 en 2007 et 96 en 2006.



Chaque année, l'association Reporters Sans Frontières, dresse une liste de plus de 160 pays selon leur respect de la liberté de presse, du nombre de journalistes tués ou emprisonnés... Les mieux classés en 2009 sont les pays d'Europe du Nord (Danemark, Finlande, Irlande...). La Belgique est à la onzième place, la France à la 43ème place. Dans le bas du classement se retrouvent la Corée du Nord, Cuba, la Chine.

Le quatrième pouvoir!

Pour indiquer le rôle essentiel qu'elle joue dans la **démocratie**, on appelle souvent la presse « Le quatrième pouvoir », les 3 autres étant l'exécutif, le législatif et le judiciaire.

On pourrait également parler de « **contre-pouvoir** », quand on pense au nombre d'informations non communiquées au public dans les pays où une presse libre n'existe pas ! Dans nos démocraties, les médias, et à travers eux les citoyens, peuvent critiquer les autres pouvoirs, dénoncer un scandale, prévenir un incident ou une catastrophe, démentir les mensonges de n'importe quel « puissant »...

Nos médias, en plus de répandre et d'expliquer l'information, permettent de (r)établir la vérité et la justice, de faire respecter ou changer les lois, d'éduquer à la citoyenneté.

Pour garder la confiance du public, la presse doit rester forte et indépendante. Malheureusement, l'évolution récente de la presse est préoccupante. Partout, le mot d'ordre est « produire plus et au moindre coût ». L'ancienne culture de recherche de la vérité et de respect de la *déontologie** laisse peu à peu la place à la notion de rentabilité.

La nouvelle culture est celle du sensationnalisme, du « vite fait-bien fait », des images-choc, des textes courts. Dans l'audiovisuel aussi, la situation s'empire : course à l'*audience** (puisqu'elle conditionne les recettes publicitaires), primauté de l'émotion sur la réflexion même jusque dans les journaux télévisés !

Pourtant, il n'y a pas que des points négatifs : la majorité des journalistes sont encore heureux et fiers d'exercer, conscients de leurs responsabilités et soucieux de *déontologie**. Et surtout, ils veulent croire que la presse a un avenir !

RESUME DE LA VISITE

Le fonctionnement d'une télévision locale

Une équipe de télévision se constitue de journalistes, de techniciens, de personnel administratif, mais également de collaborateurs extérieurs, appelés *pigistes**. Le personnel est assez polyvalent. Par exemple, de plus en plus de journalistes font eux-mêmes le montage de leurs sujets. En effet, l'équipe d'une télévision locale n'est souvent pas assez conséquente pour que chacun ait sa spécialité, comme dans les chaînes de télévision nationales. La taille de l'équipe varie d'une télévision à l'autre.

Les réunions se font souvent en salle de rédaction, en début de semaine. L'équipe y décide ensemble des sujets à présenter au journal télévisé. Ceux-ci sont ensuite répartis entre les journalistes selon les horaires, les envies et les compétences de chacun.

Les idées de sujets peuvent venir de propositions des habitants de la région ou des journalistes, de communiqués de presse, d'invitations officielles, de la lecture de la presse écrite...

Le choix des sujets se fait sur plusieurs critères :

1. L'importance de l'événement
2. Sa nouveauté, son originalité
3. Sa récurrence : est-ce un sujet qui a déjà été suivi ?
4. L'endroit où l'événement se passe (voir encadré)
5. Envie des journalistes/Identité de la chaîne (pour les télévisions locales, les sujets «de proximité» sont importants)

Les journalistes sont également attentifs à ce que l'information soit répartie de façon égalitaire entre les communes : le nombre de sujets doit être, dans la mesure du possible, proportionnel au nombre d'habitants.

Comment construit-on un reportage ?

La première chose à faire, avant de partir en *reportage**, est de prendre contact avec les personnes concernées. En effet, tout le monde ne veut pas nécessairement passer à la télévision !

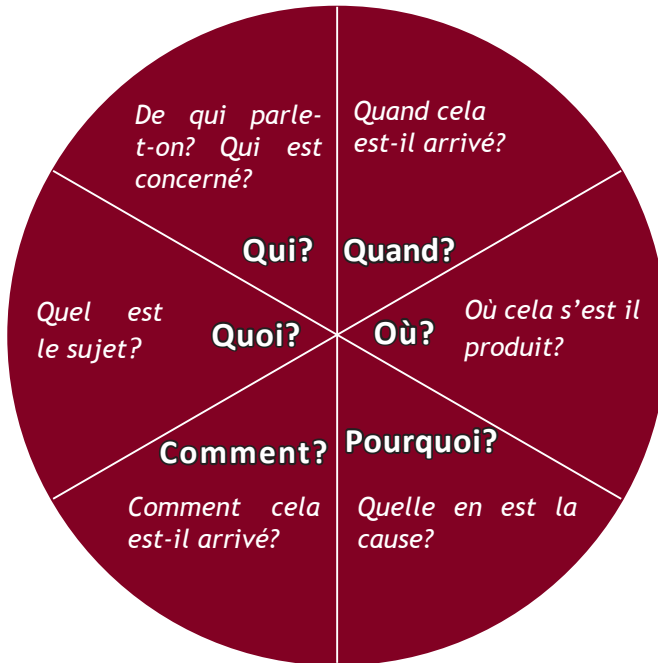
Le reportage se fait en deux temps :

1 Sur place (de 20 minutes à 1h30):

Prise des plans de coupe par le caméraman

Récolte de renseignements (le journaliste ne connaît pas toujours le sujet) et *interviews** par le journaliste

Dans son reportage, le journaliste doit répondre à ce qu'on appelle les «6 questions », pour nous donner une information complète :



A quoi servent les *interviews** dans un reportage ?

- Donner de la crédibilité aux informations
- Rythmer le reportage
- Permettre aux téléspectateurs de voir des visages connus

2 *Montage** dans la régie

Pour un montage de 2min30, il faut entre 1h30 et 3h de travail !!

- *Dérushage**. Il faut au journaliste au moins ½ h de matière de base pour monter un *reportage** qui dure 2min30
- MONTAGE.
- ECRITURE et enregistrement de la *voix off**.

Le texte que le journaliste rédige pour la voix off doit être « lisible » à voix haute. Il faut apprendre à « écrire comme on parle », ce qui n'est pas toujours facile ! De très bons journalistes de presse écrite peuvent se révéler de piètres journalistes de télévision !

Le journaliste se doit également, avant de les diffuser, de vérifier ses informations : dans la mesure du possible, il interroge les différentes parties, surtout pour les dossiers plus polémiques.

Les journalistes peuvent-ils donner leur opinion dans leurs reportages ?

Les journalistes peuvent glisser un avis quand ils en sont sûrs et s'ils l'annoncent clairement, mais, en principe, leur rôle est d'exposer les faits, pour que les spectateurs puissent se faire leur propre avis. Toutefois, un journaliste ne peut jamais être à 100% objectif.

En effet, sa vision des choses dépend de son éducation, de sa formation... et il est un être humain avant tout ! Il doit cependant réduire au maximum la subjectivité.

Le studio :

Les studios des télévisions locales peuvent accueillir différents plateaux nécessaires aux diverses émissions produites. Le décor est équipé de roulettes pour pouvoir être modifié facilement. La taille d'un studio varie d'une télévision à l'autre, en fonction des moyens et de la taille des locaux.

Dans le studio, nous trouvons les caméras, les micros, l'éclairage, le *prompteur**. Tout cela peut être dirigé depuis le plateau ou par des techniciens se trouvant dans la *régie**. Avant de commencer l'enregistrement, qu'il soit en direct ou non, l'équipe reçoit la *conduite** de l'émission.

Les studios sont souvent équipés d'un fond vert appelé Green Key (ou bleu - Blue Key). Celui-ci permet d'incruster des images derrière le présentateur, comme pour la météo par exemple. Des studios virtuels entiers peuvent également être créés ! Cette technique est d'ailleurs souvent utilisée pour les effets spéciaux au cinéma.

LEXIQUE

Audience : Intérêt suscité auprès du public, pourcentage de personnes touchées par un média.

Brève : Information brève (courte) souvent présentée en une colonne ou, dans l'audiovisuel, information peu importante ou de dernière minute donnée en quelques mots.

Calomnie : Accusation mensongère portant atteinte à l'honneur de quelqu'un

Conduite : liste des sujets et du temps qui leur est imparti pendant le journal. Celle-ci est réalisée et distribuée avant le JT.

Déontologie : Ensemble des règles et devoirs qui régissent l'exercice d'une profession

Dérushage : première étape du montage d'un programme audiovisuel, il consiste en un visionnage et une écoute de tous les éléments captés au tournage (images et interviews), appelés rushes, afin de les trier et de choisir ceux qui feront partie du montage final.

Direct : Emission/reportage diffusé instantanément, sans avoir été préenregistrée (opposé à « en différé »).

Envoyé spécial : journaliste chargé de recueillir l'information «sur le terrain».

Fait divers : Événement de la vie quotidienne, comme un accident, un délit ou un crime, qui est mentionné dans un média (journaux, télévision, radio...)

Groupe de presse : groupe qui contrôle et unit différents titres de presse. Les quotidiens francophones appartiennent principalement à 4 grands groupes de presse : Rossel (Le Soir), IPM (La Libre Belgique, La DH), Mediafin (L'Echo) et Sud Presse (La Meuse, La Province...). (Les Editions de l'Avenir appartiennent à Corelio, groupe de presse néerlandophone).

Infographie : Illustrations, images, graphiques ... créés par ordinateur.

Interview : Entretien, réalisé par un journaliste, qui vise à connaître les opinions, la vie de quelqu'un.

JT : Journal Télévisé. Le premier journal télévisé français a été diffusé le 28 juillet 1949, et le premier journal télévisé réellement belge apparaît en 1956.

Micro-trottoir : Enquête d'opinion effectuée au hasard dans la rue, pour une radio ou une télévision, afin de récolter des avis sur un sujet.

Montage : Sélection et assemblage de différentes séquences visuelles et/ou sonores (pour un film, une émission radio, etc.). Le montage virtuel (manipulation de fichiers informatiques) a remplacé depuis peu le montage analogique (images copiées sur cassette).

Opinion : Jugement, avis personnel, manière de penser.

Pigiste : Un pigiste est un ou un technicien rémunéré à la tâche (par exemple au nombre de caractères ou de pages pour un rédacteur, à la durée dans l'audiovisuel, au nombre d'images pour un photographe...)

Prompteur : Appareil qui fait défiler un texte sur un écran situé au-dessus ou à côté une caméra de télévision, de sorte qu'une personne puisse le lire en regardant la caméra (et semble improviser)

Régie : Local où sont groupées les commandes nécessaires à la réalisation d'une émission de télévision ou de radio.

Reportage : Enquête journalistique impliquant un déplacement dans l'espace quelle que soit la nature de l'information. A l'autre bout du monde ou en bas de la rue, pour un accident de la route ou une guerre internationale, pour faire un sujet de quelques secondes ou de plusieurs heures.

Studio : Local aménagé pour les prises de vue de cinéma, les enregistrements

Titres : Nom donné au sommaire du journal télévisé. Intitulé, inscription placée en tête d'un livre, d'un article, d'un texte et qui indique son contenu. On appelle aussi titre une production de la presse écrite.

Une : première page d'un journal.

Voix off : Voix qui n'appartient pas à « la scène » et qui commente les reportages.

REFERENCES

Extrait de : « Etre journaliste », Association des Journalistes Professionnels, 3è édition mai 2006 (+ feuillet d'actualisation de 2008).

« Médias : Information ou manipulation ? », dossier éd. par Jacques Lemaire, Charles Susanne et Gabriel, éd. de l'Université de Bruxelles, 1999, collection La pensée et les hommes.

«Ils l'ont dit à la télé... : l'information dans les médias » textes de Béatrice Vincent, avec une histoire de Gilberte Bourget, illustrations de Ronan Babel, Paris, Autrement, 2003

www.rsf.org

www.pressebleme.ch

www.journalistes-cfdt.fr/charte-1918/charte-de-munich.html

www.inforegions.be

www.agjpb.be/ajp

www.jfb.be

www.cfwb.be

www.tuner.be

www.journaldunet.com

article 27

Article 27 Wallonie
4, Rue de Bavière - 5000 Namur
081 26 18 43
www.article27.be



Wallonie



FÉDÉRATION
WALLONIE-BRUXELLES

ethias

Brabant wallon



Province de
HAINAUT



Province de
Luxembourg



PROVINCE
de NAMUR