



## Table des matières

Rédactions en chaîne.....	2
Salle des machines.....	3
Je tweete, moi non plus.....	3
Politiquement incorrect.....	15
Séries noires.....	20
Import-export.....	25
Jessica Lynch, héroïne sur mesure.....	25
La rumeur guinéenne.....	28
Nord-Sud : vers une égalité de traitement ?.....	31
Produits finis.....	34
"Média le Mag" vs "Pop Com".....	34
Grazia vs ELLE, une guerre au féminin.....	39
LibéLabo, l'expérience de l'info.....	44
Webdocu: objet multimedia non identifié.....	49
XXI, dans les pas d'Albert Londres.....	57
Ressources humaines.....	63
Ecoles de journalisme : les nouveaux tremplins pour favoriser la diversité.....	63
Etre une journaliste sportive.....	67
Rodolphe Delatoile : « Le web, c'est cauchemar-desk ».....	73

# Rédactions en chaîne

*Vendredi, 11 Décembre 2009 14:18 Julie Rasplus, rédactrice en chef*

Dans ce nouveau numéro de *La fabrique de l'info*, nous allons parcourir les coulisses d'un journalisme en pleine mutation. Un journalisme dans lequel nous mettrons les pieds l'année prochaine. Futurs maillons de la chaîne, nous avons choisi d'isoler ce qui compose la fabrication de l'information

Dans la **Salle des machines**, prenons un peu de recul vis-à-vis des outils mis à notre disposition pour informer. Nous faisons le pari que Twitter deviendra un média à part entière, en tant que vecteur d'informations. Comment ce réseau social bouleverse notre rapport à l'actualité et son traitement ? Et que viennent y chercher les journalistes ?

Mais l'impact d'Internet fait aussi émerger de nouveaux visages de journalistes. Direction donc les **Ressources Humaines** afin d'en connaître leurs évolutions. L'occasion de découvrir les cauchemars du journaliste web, faire un point sur les tremplins des écoles de journalisme en matière de diversité sociale, ou aller à la rencontre de ces femmes qui ont choisi la carrière de journaliste sportive.

Continuons notre visite de la chaîne de fabrication de l'information. Jouons les inspecteurs des **Produits finis**. Se renouveler devient primordial. Les journalistes sortent de leurs sentiers battus et se lancent dans de nouveaux projets journalistiques : XXI, les webdocus, LibéLabo... Est-ce vers ces nouvelles formules que tend la profession, ou cela n'est-il qu'un enrichissement à des formes journalistiques plus communes ?

Enfin, cap sur l'étranger et ses produits journalistiques. La rubrique estampillée **Import/Export** est là pour révéler les différences de traitement concernant l'actualité internationale. Quelles sont les informations provenant des pays du Sud que les médias français choisissent de publier ?

Bonne lecture à tous sur la Fabrique de l'info !

## Salle des machines

# Je tweete, moi non plus

*Vendredi, 11 Décembre 2009 12:25 Pauline de Saint-Rémy, Benoît Martin, Olivier Moizan, Gabriel Pereira*

**Formidable outil de communication pour les uns, gadget inutile pour les autres, le site de micro-blogging Twitter a ses détracteurs et ses fans absolus.**

**En tant qu'apprentis journalistes, nous pourrions dissenter à l'infini sur la question de l'instantanéité, ou comment Twitter court-circuite la chaîne traditionnelle de l'information etc. Difficile de répondre à la question, mais nous sommes tombés d'accord au moins sur un point : le microblogging est là pour rester. Et nous, journalistes, devons nous y habituer. Avec toutes les interrogations que cela induit : Twitter remet-il en cause la sacro-sainte neutralité des journalistes ou est-ce la fin d'une hypocrisie? Twitter éloigne-t-il un peu plus les journalistes de la réalité et du public? Twitter gagnerait-il à se doter d'un code de conduite? Twitter a-t-il véritablement un rôle à jouer là où la liberté d'expression est limitée? Enquête sur un réseau social en plein envol.**

## **Un tweet neutre, ça existe ?**

**C'est un débat qui n'a pas encore eu lieu en France, mais qui a déjà sérieusement agité la sphère médiatique aux USA : les journalistes doivent-ils garder leur objectivité sur Twitter ?**



Les journalistes doivent-ils taire leurs opinions politiques ?

Frédéric Lefebvre, sur le réseau social Twitter, aura au moins confirmé une chose : les journalistes ont des opinions. Et ils ne s'en cachent pas. Même quand on travaille au Monde, pourtant connu pour son devoir de neutralité. Ainsi, le 27 novembre dernier, [Xavier Ternisien](#), journaliste spécialisé dans les nouvelles technologies au Monde, accueille Frédéric Lefebvre sur Twitter par ces mots : « Welcome même si je ne partage pas vos idées. » Ternisien a-t-il eu raison d'être aussi franc ? En tant que journaliste, ne devrait-il pas taire ses opinions politiques ? Si les journalistes français ne semblent pas préoccupés outre mesure par ces questions d'éthique, leurs homologues américains, eux, s'écharpent sur le sujet depuis quelques mois.

A l'origine du débat, Raju Narisetti, l'un des rédacteurs en chef du Washington Post. Sur son compte Twitter, il n'avait pas hésité à commenter, en 140 signes ironiques, l'hospitalisation d'un sénateur âgé de 91 ans, en septembre dernier. Il avait notamment suggéré que ce dernier se retire de la vie politique une bonne fois pour toutes.

### **Au Washington Post, on s'abstient**

Tollé du côté de la direction du Washington Post, qui a jugé que les tweets de Naju Narisetti constituaient ni plus ni moins « des prises de position ». Dans la foulée, le compte du rédacteur en chef est fermé. Et le médiateur du journal, Andrew Alexander, se fend [d'un nouveau règlement](#), stipulant que les journalistes du Washington Post « doivent désormais s'abstenir d'écrire, de tweeter ou de poster quoi que ce soit qui pourrait être perçu comme reflétant un favoritisme politique, racial, sexiste, religieux ou tout autre parti-pris. » En clair, si Xavier Ternisien était journaliste au Washington Post, il n'aurait tout simplement pas eu le droit d'envoyer un message aussi tranché à [Frédéric Lefebvre](#).

Mais est-il vraiment concevable de tweeter sans aucun parti-pris ? Non, répond Margaret Simons, une journaliste américaine, auteure d'un [blog très consulté sur l'actualité des médias](#). « Il est impossible de prétendre qu'il n'y a aucune part de notre personnalité, aucun parti-pris derrière les mots que nous utilisons », affirme-t-elle. Elle juge, au

contraire, l'avènement des réseaux sociaux comme un moyen d'interagir avec les lecteurs, de débattre, de revoir ses jugements... Bref, de sortir enfin de cette « fausse objectivité derrière laquelle nous (les journalistes, ndlr) nous cachons depuis toujours. » La fin d'une hypocrisie, donc ?

### **Vraie info VS commentaire**

En tout cas, aux Etats-Unis, l'affaire est prise très au sérieux. A tel point que Twitter est au menu des cours à l'Université de Columbia, l'une des plus célèbres écoles de journalisme au monde. Selon Cécile Dehesdin, une jeune Française qui y fait ses études, les professeurs conseillent aux élèves [d'appliquer les règles fondamentales du journalisme](#) aux réseaux sociaux que sont Twitter ou Facebook. En clair, ne publier que des infos vérifiées, recoupées, sans aucun parti-pris. « Tout ça me paraît très - trop ? - réfléchi, mais aux États-Unis, on ne rigole pas sur le sujet », précise-t-elle. Elle note aussi qu'en France le débat sur la supposée neutralité du journaliste ne prend pas. Cécile Dehesdin s'interroge sur son blog : « Est-ce que ce problème n'existe pas dans le pays parce que les journalistes (français, ndlr) sont suivis par 3000 personnes au lieu d'un million ? Où est-ce parce que nous n'imposons pas aux journalistes les mêmes restrictions sur leurs opinions ? » Pour Laurent Mauriac de Rue 89, l'affaire du Washington Post a dû faire sourire les journalistes français présents sur Twitter. Car ils ont justement « pris l'habitude d'utiliser cet outil pour dire ce qu'ils pensent et commenter l'actualité ». Rarement pour donner une « vraie » info.

**Gabriel Pereira**

### **Bien tweeter ça s'apprend**

Depuis la rentrée 2009, les étudiants en journalisme de [Columbia](#) aux États-Unis ont un nouveau cours sur leur emploi du temps : « Social media skills ». Des cours de Twitter, en clair. Excessif ? Pas vraiment. Aux Etats-Unis, les journalistes doivent respecter à la lettre la règle de la séparation entre faits et opinions. Ces cours de Twitter font donc leur apparition pour éviter toute dérive. Chaque semaine, les apprentis-journalistes doivent ainsi live-tweeter un événement ou encore trouver les comptes Twitter les plus fiables (journalistes, chercheurs, etc.). Le programme du cours est en permanence modifié par les étudiants eux-mêmes et par leurs professeurs sur un google.doc. Il s'agit là d'une toute nouvelle manière d'apprendre à identifier ses sources, à dénicher des informations, mais également à « rester en contact » avec son réseau professionnel. Mais les étudiants ont été prévenus : on ne tweete rien qu'on ne publierait pas dans un journal classique.

**G.B.**

**Pour en savoir plus :**

- [Frédéric Lefèvre expulsé de twitter](#)
- [Le blog du médiateur du Washington Post](#)
- [Le blog de Margaret Simons sur l'actualité des médias](#)

## RT @IranElection # twitter : média à part entière

La « révolution » en cours, en Iran, n'a pas encore abouti politiquement. Elle a déjà donné ses lettres de noblesses à Twitter. La plateforme de micro-blogging est devenue un média à part entière, complémentaire de la presse, de la radio et de la télévision.



**En Iran**, la journée nationale des étudiants du 7 décembre commémore la mort de trois d'entre eux, tués par la police du Shah, le 7 décembre 1953, lors d'une manifestation anti-américaine. Depuis la réélection contestée du président Ahmadinejad, le 12 juin 2009, le mouvement de protestation détourne chaque célébration officielle pour faire entendre sa voix.

**La mobilisation persiste malgré la forte répression.** Plus de 4000 arrestations, des dizaines de morts, cinq condamnations à la peine capitale. L'information continue à circuler malgré [la censure du gouvernement](#). Dans le viseur des mollahs : les médias traditionnels, iraniens et étrangers, ainsi que les flux d'informations circulant via les réseaux sociaux et les téléphones portables.

**La censure iranienne n'est jamais totale.** Les grandes agences de presse occidentales continuent à faire leur travail. [Tous les quotidiens et hebdomadaires](#) français ont suivi les manifestations du 7 décembre, via leur site internet, en s'appuyant sur les dépêches AFP et « les témoignages recueillis » par l'agence.

**Les réseaux de communication sont perturbés mais pas coupés.** En cette journée du 16 Azar (le 7 décembre dans le calendrier persan), les Iraniens se sont exprimés. Têtu et aguerri après des années de censure, [Twitter a déroulé sa succession de dépêches](#). Sorte de fil d'Ariane impossible à sectionner. Sorte de fil AFP intarissable. Chaque minute, des dizaines de tweets, de 140 caractères maximum, s'accumulent. En provenance de Téhéran et des plus grandes villes d'Iran : Mashad, Shiraz, Ispahan, Kerman...



**En attendant les lendemains qui chantent, le peuple iranien gazouille.** Les protestataires sont dans la rue. Grâce à Twitter, ils partagent leurs pavés avec le monde entier. Des milliers de messages, tel un amoncellement de témoignages et de prises de risques. In situ et in vivo, alors que les journalistes sont absents. En 140 signes : un lieu, un temps, un ou des individus, une action. Le 7 décembre 2009, en Iran, c'est une rue, une entrée d'université. Un slogan, une arrestation, une blessure. Des manifestants confrontés aux bassidjs, les miliciens du régime.

**Le réseau social Twitter continue d'affranchir le temps et les distances,** comme avant lui la radio ou la télévision. Abolir l'espace et le temps. Et les densifier. Grâce à une formule à la Einstein, Twitter fait le lien avec ses ancêtres, [Youtube](#) ou Dailymotion. Photos et vidéos. Sur le principe de la bombe à sous-munitions ou de la poupée russe, Twitter devient un agrégateur de contenus. Des contenus que la plateforme de micro-blogging livre dans un flux souvent surabondant, mais relativement aisé à consulter.

**Twitter est une source d'informations supplémentaire et complémentaire.** Des informations qu'il faut apprendre à lire, soupeser, mettre à distance, vérifier. De la même

manière qu'on aborde Wikipédia et, finalement, tous les contenus en ligne. A utiliser avec précaution. Tous les tweets du « 16 Azar » ne sont pas lancés de la rue iranienne, ni même d'Iran. Beaucoup de messages sont des réponses à d'autres. Le contenu peut être exagéré. Par les manifestants, les pro-gouvernementaux, les Iraniens de la diaspora. Il n'empêche...

**Tweet après tweet, les événements de la journée se dessinent.** Petite touche par petite touche, bride par bride, l'information s'accumule. Une information brute, sommaire, non vérifiée, non digérée... Mais aussi une information vivante, dynamique, sensitive, primitive, crue, charnelle. Jamais un tweet de 140 signes ne pourra détailler l'équilibre complexe du pouvoir en Iran. Jamais un journaliste ne pourrait se trouver à l'intérieur de chaque groupe de manifestants.

**En parallèle, les médias traditionnels font leur travail.** Le *New York Times* publie, le 8 décembre, un [article très complet sur les événements](#) avec éclairages et perspectives. Son journaliste est à... Beyrouth, au Liban. En France, le journal *Le Monde* publie un [entretien avec Medhi Karoubi](#), religieux réformateur, jadis proche de Khomeyni et candidat malheureux à l'élection présidentielle du 12 juin, interrogé par téléphone depuis... Paris.

**Côte à côte, les médias traditionnels et les réseaux sociaux construisent l'information.** Pour les premiers, une prise de distance physique imposée par la censure et une prise de distance critique « classique ». Pour les seconds, une immersion dans le réel et aucun recul possible. Il ne s'agit pas d'opposer *CNN*, *LeWashington Post*, *Le Monde* ou *France Inter* à Twitter. Imprimerie, radio, télévision, internet, blogosphère, twittosphère... Une innovation technique n'en a jamais chassé une autre. Certains médias pratiquent « l'amalgame ». Le [New York Times](#), avec son blog, ou [France 24](#), avec son site participatif, couvrent l'actualité internationale en intégrant et vérifiant des vidéos, des textes, des photos d'amateurs.

**En Iran, entre censure, absence et [faillite de certains médias](#),** Twitter est devenu un média à part entière. Pas de révolution Twitter pour l'Iran mais une révolution iranienne pour Twitter.

**Benoît Martin**

**Pour aller plus loin :**

- [Blogosphère et twittosphère en Iran pendant les élections sur Huffingtonpost.com](#)

- [Live-tweeting pendant les manifestations iraniennes de juin par Andrew Sullivan sur Theatlantic.com](#)
- [Recueil de liens et d'articles sur l'Iran et Twitter par Netpolitique](#)
- [Le mythe de la révolution Twitter en Moldavie](#)
- [La Harvard Business School a analysé le comportement de 300 000 utilisateurs de Twitter en mai 2009.](#)
- [Côté français, l'IFOP a réalisé une étude en décembre 2009, pour l'Atelier - cellule de veille technologique pour BNP Paribas.](#)

## Ce qu'en pensent les pros du Web

**Il n'y a pas que des journalistes sur Twitter. Trois professionnels du Web nous ont donné leur avis sur le site de microblogging.**

**« Un fantastique instrument de promotion »**

*Fabrice, producteur de musique électronique et professionnel de musique en ligne.*

«Selon moi Twitter a un intérêt si on cherche à s'informer ou suivre des sujets bien précis. Comme réseau social privé, je suis moins convaincu en revanche. Je trouve l'interactivité très limitée. Twitter est avant tout un fantastique instrument de promotion, qui permet à moindre coût de diffuser une information précise et qualifiée. Je suis par exemple le compte de Resident Advisor en musique électronique. Cela me permet de parler d'une multitude de sujets intéressants qui ne trouveraient pas forcément leur place en presse écrite. Le gros avantage est bien sûr de pouvoir suivre des artistes en direct, qui tweetent des choses plus ou moins intéressantes, mais le rapport direct avec les fans est extraordinaire et nouveau. Twitter et Facebook sont indispensables dans la panoplie des outils marketing de toutes les plus grandes marques. »

**« Des infos exclusives sur ses centres d'intérêt »**

*Edouard – webmaster.*

« Je pense que Twitter est véritablement utile s'il est utilisé à des fins professionnelles. Notamment lorsque des infos exclusives y sont transmises à un public réceptif, qui a sélectionné lui-même sa "communauté d'info". C'est bien dans cette optique là que Twitter se distingue de Facebook. Facebook est selon moi un excellent outil de communication mais également une plateforme de partage de contenu auprès de son propre réseau, de sa propre "tribu". Alors qu'à l'inverse, Twitter est un outil qui permet de se constituer son réseau personnel grâce aux centres d'intérêt partagés avec d'autres utilisateurs de Twitter.»

**« Un outil de veille qui est là pour rester »**

*Charles. Directeur de projet chez un opérateur de services.*

« Je fais partie des gens qui lisent Twittter mais qui ne publient rien. Pour une bonne raison: je ne vois rien d'intéressant à dire à mes followers! Je m'en sers à titre professionnel, comme outil de veille et de recherche, notamment sur les nouvelles technologies. Je trouve que ce nouveau service n'est pas très intuitif. J'ai mis du temps à en comprendre le fonctionnement. Je considère avant tout Twitter comme un outil de veille fantastique. C'est également un support novateur pour chercher du travail. Les annonces sont parfois diffusées sur Twitter avant de l'être sur des sites classiques. Il me paraît évident que le microblogging en temps réel est là pour rester, que ce soit Twitter ou sous une autre forme. Mais il faut que nous apprenions à gérer cette source d'information et cet outil de communication sans vouloir jouer les gourous du net. Avec Twitter comme avec Facebook, on se rend compte qu'on a parfois beaucoup plus à partager avec des gens partageant des amitiés, des passions ou un métier, qu'avec ses voisins ou ses collègues de travail. »

## Twitter en quelques clichés... et autant de vérités ?



Le site Internet Twitter il est marrant, il permet de faire presque rien, écrire 140 signes maxi à la fois, donc à peu près que dalle, et pourtant il fait un carton. Qu'on l'admette, dans un pays où la presse est libre comme c'est le cas en France, Twitter ne sert pas à grand-chose. Pourtant les médias n'ont que ce mot à la bouche ces derniers temps. Eh ouais, comme souvent, les journalistes ne voient pas très loin au-delà du bout de leur nez. Se voyant très nombreux sur ce réseau social, ils extrapolent à l'ensemble de la population. Erreur, il n'y a pratiquement que les journalistes sur Twitter. Mais le phénomène, pour surévalué qu'il soit, mérite quand même qu'on l'observe. Rien que pour rigoler un peu.

### Il faut y être, parce qu'on ne sait jamais.

Une bonne partie des journalistes et des titres de presse sont sur Twitter pour une raison simple : la peur de rater le coche. Internet pourrait les laisser sur le carreau s'ils ne suivent pas de près ce qui s'y passe. Alors pour twitter comme pour le reste, on ne prend pas de risques, on y va. Où, personne ne sait, mais on y va. Il faut en être, un point c'est tout. Niveau justification, on aura vu plus pertinent. Et sur Twitter, vu que personne ne sait ce

qu'il faut faire au juste, ça gesticule dans tous les sens, ça brasse de l'air, ça fait du bruit, ça tente d'exister.

### **« Tu m'as vu ? Eh, tu m'as vu ? »**

Les gens les plus suivis sur Twitter ont une chose en commun : ils postent beaucoup. Ils ne s'éloignent pas de leur compte plus d'une heure, sauf pour dormir. Ils se disent « en veille », et trouvent même le moyen de s'en enorgueillir. Enfin ils ont surtout les boules qu'on les oublie. Pas question de ne refaire surface qu'une fois par jour et de se faire piquer la moitié des scoops par les collègues. Quitte à dire de la merde plutôt que de devenir invisible. Appeler tout le monde, leur dire « eh eh regardez ! J'suis là, moi aussi j'ai un truc à dire là dessus, moi aussi j'ai été voir le lien d'untel, il est super cool j'avoue. Croyez-moi puisque c'est moi qui vous le dis ».

### **Suis-moi j'te suis, fuis-moi j'te fuis**

Sur Twitter c'est pas comme en amour. On accueille avec un message de bienvenue celui qui vient vous annoncer qu'il veut bien faire un bout de chemin avec vous. Si tu viens t'ajouter à mes followers et que tu me retweetes (si tu me lèches les bottes en somme), je manifesterai ma reconnaissance éternelle en te suivant à mon tour et augmentant donc à mon tour ton nombre de followers. Donnant donnant.

### **Ceux qui en parlent le plus en ont souvent goûté le moins**

Et puis que de malhonnêteté intellectuelle ! Qu'on ne vienne pas me dire qu'on peut parcourir dix nouveaux sites Internet, lire autant d'articles de presse, visionner cinq reportages, tout ça en une journée de travail de journaliste (donc on l'espère pas trop chômee), sans se contenter d'effleurer ce que l'on affirme toucher. C'est pourtant le cas de certains des utilisateurs les plus suivis, qui nous balancent des tas de liens, avec l'injonction « allez voir, c'est incroyable, j'ai testé pour vous, c'est du tout bon ».

### **Un RDV mondain où avancer ses pions**

Twitter c'est un peu comme une soirée mondaine. Il y a des personnes d'influence, et puis autour d'eux une cour qui essaye d'attirer leur attention par tous les moyens. L'équivalent de l'échange de paroles est cette fois-ci l'échange de tweets. Un échange qui peut déclencher l'hystérie de l'utilisateur « courtisan ». Mais s'il prend un peu de recul, celui qui vient de plaisanter avec un ponte de la twittosphère reviendra bien vite de son heure de gloire. 3000 followers, ça fait rêver plus d'un utilisateur, mais n'empêche, c'est guère plus de pékins qu'il y en a à regarder les reportages les plus populaires d'Arte + 7, autrement dit 20 fois moins que la série la plus ringarde sur allostreaming.

## « J'suis le premier qui l'a dit ! » So what ?

Quand est-ce que les journalistes s'apercevront que 99% du reste des gens se fiche pas mal d'avoir une info à 14h30 plutôt qu'à midi ? Surtout quand cette info concerne de la politique politicienne ou la sortie du dernier Mac...

## Mais de quoi on cause là ?

Les deux tiers des tweets des personnes les plus suivies n'ont aucun intérêt pour la plupart de leurs followers. Ce sont des réponses aux remarques de certains de leurs potes. Souvent des *private jokes* dont l'utilisateur moyen ne saisit rien puisqu'il n'a qu'une partie du puzzle. Allez sur MSN les gars...

## Le journaliste VRP

*Personal branding... Fair enough* j'ai envie de dire. Passe encore d'espérer se faire une petite place au soleil en se faisant remarquer sur Twitter. Là où ça devient insupportable, c'est quand en plus de faire le beau, les utilisateurs se mettent à la communication de marque. Exemple : « dans mon école on fait ça aujourd'hui » (l'activité mentionnée où l'intervenant présent étant censé en boucher un coin au follower). C'est de bonne guerre me direz-vous, mais faudrait savoir, twitter est-il censé apporter une info d'intérêt général ou faire parler de son petit monde ?

## 3615 Ma Vie

Et puis si tu es journaliste Société dans un journal national, franchement j'en ai rien à faire que tu bouffes des pâtes ou un rizotto. Si tu t'appelles Usain Bolt et que t'apprêtes à courir le 100 mètres, là ça me laisse moins indifférent... Que les journalistes qui ont un besoin impérieux de parler à quelqu'un des petits tracassés de leur vie se trouvent un confident, qu'ils cessent d'imposer à leurs followers leur choix de programme de télé et leur heure de coucher. S'ils veulent qu'on les écoute, qu'on ne les quitte pas des yeux, qu'ils passent le casting d'une émission de télé-réalité.

Parfois il m'arrive de regretter le collègue, cet âge con où personne n'avait le droit de raconter sa vie sous peine de se faire infliger la casse de l'époque : « Ma grand-mère a acheté un grille-pain ».

N.B. : Twitter a aussi plein de qualités, j'en conviens tout à fait, mais est-ce bien la peine d'en parler ? On en a déjà plein les oreilles....

**O. M.**

## Parlez-vous le gazouillis ?

«Je t'ai clash-tweeté sur Twitter hier, t'as vu mon hashtag? Mes followers ont grave retwitté. C'était trop lol. » Vous n'avez pas suivi ? Parce qu'on pense que Twitter est peut-être un peu plus qu'un simple effet de mode, voici un petit glossaire à l'usage de ceux qui n'y comprennent pas grand-chose...



**Tweet** : message de 140 caractères maximum qui a pour but de répondre à la question « What's happening? »

Une vaste question, qui appelle des réponses très variées, selon l'appréciation qu'en font les utilisateurs. Il n'est pas rare de lire des tweets tels que : « Je vais prendre une douche mais j'ai des problèmes d'eau chaude à la maison. » En théorie, ce type d'information est tout aussi valable que : «Barack Obama vient d'être élu. Il est le premier président noir américain. » Il appartient aux utilisateurs de juger si ces tweets méritent de figurer sur leur homepage et s'ils désirent parler de leurs propres problèmes d'eau chaude à leurs followers.

**Tweeter (prononcer toutié)** : action de publier un tweet.

Les twitterers tweetent en moyenne une fois tous les 74 jours. C'est très peu. [10% des twitterers génèrent 90% du contenu de Twitter](#). Tweeter est une activité chronophage et parfois un peu idiote.

**Twitterer** : utilisateur de Twitter. Son pseudonyme doit être précédé du sigle @ pour accéder à son profil.

L'onglet « Find People » permet de rechercher des twitterers. Lorsque vous recherchez une personne célèbre, la mention « verified account » permet de savoir s'il s'agit réellement de cette personne. Exemple : @BarackObama44 et @BarackObamaBIGMama ne possèdent pas cette mention. Il ne s'agit donc pas du vrai Barack Obama.

**Retweet (RT) :** *action de re-publier un tweet pour le faire voir à ses propres followers.*

*`Un tweet retweeté plusieurs fois, c'est cool.*

**Followers :** *littéralement, « suiveur ».*

Un follower est un tweeter qui reçoit vos tweets. Il n'a pas pour autant une âme de mouton. Mais vos tweets l'intéressent. Et/ou votre poste au Monde.fr. Pour avoir beaucoup de followers, il est recommandé d'être drôle. Ou d'avoir une fonction intéressante. Exemple : Barack Obama n'est pas particulièrement drôle, mais il est président des Etats-Unis.

**Direct Message (DM) :** *message envoyé par un twitterer à un autre, de 140 signes maximum, mais qui, à la différence d'un tweet, n'est pas visible par les utilisateurs.*

On utilise généralement le DM pour dire du mal d'un autre utilisateur sans que celui-ci le sache.

**Suggested Users :** *liste d'utilisateurs recommandés par Twitter pour des raisons encore obscures.*

Le fait d'être inscrit sur une liste de « suggested users » peut vous amener à être suivi par beaucoup de nouveaux followers. NB : Votre vie devient soudainement beaucoup plus intéressante, ou en tout cas c'est ce que vous croirez. Beaucoup de suggested users peuvent se payer le luxe de parler de leurs problèmes d'eau chaude en ayant l'air cool.

**Hashtag :** *mot précédé du sigle # qui sert à référencer les tweets qui découlent d'un même thème. On tweetera par exemple : « J'ai des problèmes d'eau chaude à la maison #plomberie »*

Par extension, le hashtag sert souvent à créer un effet d'ironie. Par exemple : « Barack Obama envoie 33 000 soldats supplémentaires en Afghanistan #prixnobel »

**Tweet-clash :** *Altercation par tweets interposés qui a généralement pour effet d'attirer l'attention sur les twitterers concernés et d'augmenter leur nombre de followers.*

Le tweet-clash repose généralement sur un humour très communautaire. Exemple, un journaliste pourrait tweeter : « Ton dernier tweet est tellement nul que même France-Soir n'en voudrait pas... #tweetclash »

**Fail Whale :** *L'expression désigne la baleine échouée qui apparaît sur votre écran lorsque Twitter est « over capacity ».*

Avec l'augmentation du nombre d'utilisateurs, la « fail whale » apparaît de plus en plus souvent. Le mot « fail » est très en vogue sur twitter. Plus qu'un échec, il désigne un truc raté, pas cool. On dira par exemple : « J'ai essayé de réparer ma plomberie tout seul. J'ai 15 centimètres d'eau ds mon salon #fail ».

**Pauline de Saint-Remy**

Les chiffres cités dans cet article proviennent de 2 études :

L'une [a été menée en mai 2009](#) par la Harvard Business School sur plus de 300 000 utilisateurs.

[L'autre, plus récente, a été commandée à l'IFOP](#) par l'Atelier - cellule de veille technologique pour BNP Paribas - et dévoilée le 8 décembre 2009.

## Politiquement incorrect

*Jeudi, 10 Décembre 2009 15:05 Laureline Dupont, Michel Veron et Kaël Serreri*

**Anglicisme dérivé de l'expression "politically correctness". Définition : être politiquement incorrect, consiste à briguer une liberté de penser au-delà des discours majoritaires, et ce au risque de choquer. Actuellement, nombreux sont ceux qui revendiquent cette étiquette sans pourtant combattre la pensée dominante, condition sine qua non du politiquement incorrect.**

### Soyez incorrects, s'il vous plaît

L'heure du renouveau médiatique a sonné. Longtemps accusés de véhiculer une pensée politiquement correcte, les médias se décident enfin à bousculer leurs lignes éditoriales. Résultat, télé et radio ouvrent un boulevard à l'audace, à l'irrévérence, voire à la provocation. Voici venu LE label tendance censé enrailer les baisses d'audience : le politiquement incorrect.



Quand Pierre Bergé tire à boulets rouges sur la sacro-sainte émission du Téléthon, politiques, artistes et journalistes s'indignent fermement. Loin des discours attendus, les propos du président du Sidaction piquent les tenants de la bien-pensance médiatique. Pourtant, le label politiquement incorrect est de plus en plus revendiqué aujourd'hui par des médias en quête d'audience. La preuve par trois.

**Eric Zemmour.** Le journaliste développe à lui seul toutes les idées qui fâchent et le fait à la demande des caméras de télévision. Homosexualité, féminisme, immigration, Zemmour

étrille les valeurs dominantes et dégage pour chacune d'elles une attaque acerbe authentifiant par là même son image de parfait conservateur. L'immigration est un « *tsunami démographique* », le féminisme et l'anti-racisme sont des « *causes de bien-pensants* », et le rap une « *sous-culture* » tout comme l'art contemporain. Ces diatribes provocantes ont toutes été prononcées sous les feux des projecteurs. Et Zemmour a même l'embarras du choix. Entre l'émission *Ça se dispute* sur i>Télé et *On n'est pas couché* sur France 2, le polémiste gratifie service public et chaîne privée de sa présence frondeuse et génératrice d'audience.

**Stéphane Guillon.** L'humoriste prône un « *humour noir et politiquement incorrect* » dont le but ultime serait de vilipender les puissants. Sa dernière bouffonnerie sur les mariages gris n'a pas plu à Eric Besson qui songe sérieusement à le traîner en justice. Chroniqueur sur France Inter depuis 2008, Guillon revendique cette liberté de ton pour le plus grand plaisir de la radio qui soutient son poulain même dans les situations les plus périlleuses. Début 2009, quand DSK s'indigne des commentaires douteux de l'humoriste, Nicolas Demorand prend le parti de Guillon en déclarant : « *Sa chronique n'était pas haineuse* ». Soutenir un chroniqueur qui ramène 1,8 millions d'auditeurs chaque matin, c'est la moindre des choses.

**Yann Barthès.** Les médias sont quasi unanimes, le présentateur du *Petit journal* est le chantre du politiquement incorrect. [En superposant deux discours de Sarkozy](#), prononcés à 8 mois d'intervalle et pourtant sensiblement identiques, Barthès tape juste et s'attire les louanges de la profession. Tous les soirs sur Canal +, son *Petit journal* offre un pic d'audience à la chaîne, réunissant parfois plus de 4 millions de téléspectateurs. Ces trublions autorisés fleurissent sur les ondes et attirent le spectateur telle la promesse d'une liberté de parole et de pensée retrouvée. Véritables générateurs d'audience, ils sont priés de verser dans le facétieux à chacun de leur passage. Ainsi, Eric Zemmour est invité à se montrer moins tendre avec Manuel Valls sur le plateau d'*On n'est pas couché* sous peine de faire baisser l'audience.

Mais cette posture délibérément provocatrice est-elle réellement politiquement incorrecte ? Pour Régis Soubrouillard, journaliste au site Internet [Marianne2.fr](#), « *le label est vendeur... Tant qu'on reste dans les limites de l'acceptable donc du politiquement correct* ».

Ce sabotage apparent de « *l'empire du Bien* », selon l'expression de l'essayiste Philippe Muray, serait donc une imposture. Les agitateurs du Paf se présentent comme une soupape de sécurité, une échappatoire rassurante mais en réalité tronquée, mise sur le devant de la scène pour que l'insurrection ait sa dose de revendication. Et ainsi éviter qu'elle ne se soulève vraiment. Guillon se contente de proposer une liste de personnes à railler, des sortes de bouc-émissaires sur lesquels l'opinion peut passer sa colère et son

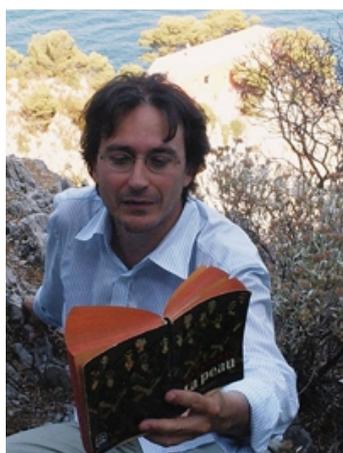
désir de rébellion. Mais se moquer d'Eric Besson est-ce un acte profondément politiquement incorrect ?

Et quand bien même ces contestataires oseraient aller plus loin, défendre des idées anti-conformistes, les garants de la bien-pensance médiatique veillent au grain et sont prêts à bondir si les limites sont dépassées. Les « *matons de panurge* », comme les appelaient Muray, recadrent les discours trop dissidents. Ruquier et Bazin coupent court au débat avant que les limites du médiatiquement tolérable soient dépassées. « *Le duo Zemmour-Naulleau n'a de sens que parce qu'il est un trio. Sans Ruquier pour animer et calmer le jeu, l'émission est impensable* », estime Régis Soubrouillard. *De la même manière qu'il y a eu du "1% culturel", les médias s'autorisent du "1% rebelle" ».*

Le politiquement incorrect apparaît davantage comme une chimère créée par des médias en quête d'innovation et d'audience que comme une réalité parfois dérangeante mais peut-être salutairement interrogatrice. Avec ce nouveau label, les médias ont érigé une frontière de plus entre ce qui demeure acceptée, visible, et le reste.

## N'en faites pas trop, merci !

**Journalistes, écrivains, ils pourfendent l'idéologie convenue. De l'immigration au féminisme, en passant par Israël et la critique des médias, ils passent au crible la bien-pensance médiatique. Ils sont politiquement incorrects et ils l'assument. À l'heure où l'esprit critique est sacralisé, leurs voix discordantes sont pourtant absentes du paysage audiovisuels. Portrait de 3 parias.**



**Marc Edouard Nabe.** Écrivain sulfureux et iconoclaste, il se fait connaître en 1985 lors de la publication de son premier livre « *Au régal des vermines* », dont certains passages ont été considérés comme racistes et antisémites. Invité dans quelques émissions de télévision, il choque par ses propos crus et subversifs. Depuis quelques années, il n'écrit plus de livres. A la place, il publie des tracts, diffusés gratuitement, sur des sujets d'actualité aussi divers que le coup de boule de Zidane à Materazzi ou l'élection de Barack Obama. Ironisant sur « l'effet Obama » en France, il réhabilite Dieudonné en écrivant dans ce tract : « *On espère qu'il va y avoir un « effet Obama » en France, alors qu'il y a déjà eu un "effet Dieudonné". Depuis son fameux scandale, et sans que lui en bénéficie, comme s'il avait ouvert la voie en se sacrifiant, les Noirs ont été à la fête médiatique. En quelques années, on a vu pousser comme des champignons sur la moisissure de l'antiracisme des humoristes de one-black-show et des présentateurs ou trices foncés à foison. La journée contre l'esclavage aussi est une des conséquences du coup d'éclat*

*dieudonnesque*. » Véritable provocateur, il aurait tous les qualités pour être un "bon client" des plateaux téléés. Mais aujourd'hui, seul Frédéric Taddeï [ndlr : Marc-Édouard Nabe est le parrain de son fils] accepte encore de l'inviter dans son émission *Ce soir ou Jamais*.



**Serge Halimi.** Plus médiatiquement incorrect qu'autre chose, le directeur de la rédaction du *Monde Diplomatique* se démarque davantage par la critique acerbe de ses confrères que pour ses idées sulfureuses.

Il se fait connaître du grand public en 1997 grâce à son livre *Les Nouveaux chiens de garde*, où il dénonce les relations entre journalistes et hommes politiques. Dans son ouvrage, il blâme notamment l'autocensure de ses confrères, soulignant que « *la censure est plus efficace quand elle n'a pas besoin de se dire, quand les intérêts du patron miraculeusement coïncident avec ceux de "l'information"* ». Il vilipende un « *journalisme de révérence, journalisme de connivence, journalisme de marché* ». Lequel laisse la part belle à quelques intervenants permanents qui dictent l'opinion, aidé en cela par un silence entretenu de la part du reste de la profession « *fragilisée par la peur du chômage* ».

*Les Nouveaux chiens de garde*, malgré son succès (plus de 150 000 exemplaires vendus), est attaqué violemment par les journalistes cités dans l'ouvrage. Après un silence de plusieurs mois, les éditorialistes les plus en vue sont tous d'accord pour critiquer un ouvrage « *archaïque et caricatural* ». Patrick Poivre d'Arvor ira même jusqu'à parler de « *terrorisme intellectuel* ». En 1998, Edwy Plenel, alors directeur de la rédaction du *Monde Diplomatique*, s'autorise une attaque en règle contre le livre dans les colonnes du *Monde Diplomatique*. Depuis, Serge Halimi s'est lui-même exclu de la sphère médiatique, refusant la plupart des invitations qui lui sont proposées, faisant exception pour de rares apparitions dans l'émission radiophonique *Là-bas si j'y suis* sur *France Inter*.



**Thierry Meyssan.** Journaliste français et fondateur du [Réseau Voltaire](#), une association qui affirme « *œuvrer à l'émancipation des individus face aux dogmes et aux empires* », Thierry Meyssan se définit comme « *un libre-penseur* ». Son principal fait d'arme est la publication en 2002 de *L'Effroyable imposture*.

Véritable best-seller, l'ouvrage défend la thèse selon laquelle les attentats du 11 septembre auraient été provoqués par une attaque terroriste intérieure, et non extérieure. La traduction en vingt-huit langues du livre, les nombreuses réactions qu'il a suscitées (le FBI a notamment confirmé qu'un avion s'était écrasé sur le Pentagone, contrairement à ce qu'avait déclaré Thierry Meyssan ) a ouvert les portes des médias internationaux à son auteur.

Ce fils d'un ancien conseiller municipal de Bordeaux, proche de Jacques Chaban-Delmas, élevé dans le catholicisme, s'exprime désormais au Liban, en Iran et en Russie, où la première chaîne de télévision le présente comme « *le principal dissident occidental* ». En France, il est toutefois déclaré Personna non grata. En 2002, après le passage de Thierry Meyssan sur *France 2* dans l'émission *Tout le monde en parle*, le CSA demande à la chaîne de « *prendre des mesures pour que la vérité soit rétablie et que de tels dérapages ne se renouvellent pas* », estimant que l'émission de Thierry Ardisson a permis « *la propagation d'informations à l'évidence fausses* ». Dont acte : la chaîne de service public, imitée par ses concurrentes, ferme ses portes à l'auteur de *L'Effroyable imposture*.

### **Thierry Meyssan dans *Tout le monde en parle***

En 2004, alors qu'ARTE organise une soirée spéciale « *9/11 tous manipulés* », où ses théories sont mises en pièces, il n'est même pas invité. Depuis l'élection de Nicolas Sarkozy, il a choisi de s'installer au Liban, où il a pondu *L'Effroyable imposture 2*, dans lequel il étudie « *l'offensive israélienne contre le Liban et le remodelage du Grand Moyen-Orient* ». *Al-Manar*, la chaîne de télévision du Hezbollah, a estimé que « *tout homme politique libanais devrait avoir lu et médité [ce livre] avant de s'exprimer* ».

#### **Les limites de la liberté d'expression**

Qu'elle soit subie ou volontaire, la mise au ban médiatique de ces trois agitateurs pose la question d'un politiquement incorrect de façade. Autorisé et contrôlé dans certaines "cases" identifiées, ce label permet l'expression d'opinions provocatrices, mais jusqu'à un certain point. La diffusion d'idées polémiques est en France encadrée par la loi, afin de proscrire du débat des discours portant atteinte à des personnes et des groupes. C'est le cas notamment de la loi Gayssot de 1990, qui réprime tout propos raciste, antisémite ou xénophobe. Cette législation, à tort ou à raison, entraîne une restriction de la liberté d'expression. Par excès de prudence, les médias, et plus particulièrement les médias audiovisuels, s'interdisent donc un pluralisme d'opinions, prêtant ainsi le flanc à une critique qui dénonce un média élitiste, contrôlé, et prétendument éclairé.

## Séries noires

Vendredi, 11 Décembre 2009 10:27 Claire BURCKEL et Lucile CHEVALIER

**Début 2007, un chien tue un enfant... Puis les agressions canines se succèdent. Noël 2008 : les erreurs médicales s'enchaînent. 2009 : épidémie de suicides. Chaque année a sa série noire... Une succession d'événements ressemblants qui crée l'illusion d'une véritable tendance, d'une mode. Histoire de deux séries noires.**

## Crashes en série

**5 avions s'écrasent en moins de 22 jours. Bilan : 300 morts. Qu'est-ce qui clochait en 2005, dans le transport aérien ? Retour sur une série noire.**



Pourquoi les avions se crashent-ils tous en même temps ? En 2005, entre le 2 et le 23 août, il y a eu cinq accidents\* d'avions et plus de 300 morts. Verdict du quotidien régional Sud-Ouest, le transport aérien est victime d'une « série noire ». Le magazine L'Expansion parle d'un phénomène « impossible ».

Impossible ? Selon l'étude « La loi des séries noires » publiée par le laboratoire de mathématiques Raphaël Salem, chaque année il y a une chance sur dix d'observer une telle succession de crashes. « Même avec un faible niveau de risque, attestent les chercheurs Élise Janvresse et Thierry de la Rue, une succession aussi rapprochée

d'accidents arrive avec une probabilité non négligeable. » Une chance sur dix donc qu'un ensemble de facteurs soient réunis pour aboutir à cinq catastrophes aériennes. Quel facteur ? Un relâchement de la sécurité, des pneus qui s'usent, des pilotes fatigués ?

### **Des catastrophes liées ?**

Maxime Coffin, directeur du contrôle de la sécurité à l'aviation civile, à l'époque, balaye cette hypothèse de la main « Il n'y a pas de dégradation ou d'amélioration brutale de la sécurité. » Ce mois d'août 2005, il s'en souvient, il fut fortement sollicité par les médias. La première question posée, cela n'a jamais manqué, était : « mais qu'est-ce qu'il se passe ? Il y a manifestement un gros problème en ce moment dans le transport aérien. » Rien de tout ça, pas de cause ou de coupable unique, mais la faute à pas de chance. La loi des séries repose sur ces deux piliers. D'abord : l'impression d'être face à un événement inédit. Ensuite : l'intuition que des événements indépendants sont en réalité liés.

Un lien qui s'exprime dans la presse d'abord par les chiffres. Le crash du MD-82 de la West Caribbean au Venezuela, le 16 août, est « la quatrième catastrophe aérienne depuis le début du mois ». « L'accident du Boeing 737-200 de la Tans (en Amazonie, le 23 août) est la cinquième catastrophe aérienne dans le monde depuis début août » comptabilise Sud-Ouest.

En titrant « la série noire continue », le quotidien affiche clairement son explication : une loi des séries frappe le transport aérien.

Au sein d'une même série noire, se construisent des sous-séries. Un accident d'avion est raccroché à des crashes passés. Suite à l'accident de l'avion d'Air France à Toronto, le quotidien Le Figaro titrait : En 2001, un A 340 avait déjà raté un atterrissage. Le Parisien souligne également le même jour que cet atterrissage manqué « n'est pas le premier que la compagnie ait connu ». L'AFP est elle aussi familière de ces piqûres de rappel. À l'occasion de l'accident d'avion de l'Helios Airways, l'agence a fourni à ces clients une chronologie des « principaux accidents de Boeing depuis cinq ans ».

### **Un lectorat captif**

Autant de ficelles qui créent l'impression d'événements liés mais aussi déclenchés par un même facteur. Si en moins d'un mois, cinq avions s'écrasent, alors que ce mode de transport est le plus sûr, il y a forcément une faille dans le système, et un coupable. « Face à une catastrophe aérienne, alerte Dominique Richard, journaliste à la rubrique faits divers à Sud-Ouest, il faut éviter de chercher immédiatement un responsable. La réponse nous ne l'avons pas. Les conclusions du Bureau d'enquêtes et d'analyses (BEA) arrivent en moyenne au bout d'un an ou deux. » Et pire, une fois les dossiers du BEA bouclés, il s'avère que chaque crash a sa propre cause, son histoire. Par exemple, une défaillance des capteurs ne saurait être à l'origine d'un ensemble de catastrophes aériennes à un moment donné. La raison parle, mais l'illusion reste. En 2005, 39% des Français

craignaient d'être victime d'un accident d'avion, plus haut pic, selon les sondages de la Direction générale de l'aviation civile. L'internaute Coco 3 partageait cette peur : « Je pars au Pérou dans 15 jours et vu ce que l'on voit aux info, cela n'est pas très rassurant, confiait-elle sur le forum Doctissimo. Mais j'adore voyager. Je prendrai ma boîte de Lexomil dans l'avion et mon ou mes whisky coca. »

#### **Rappel (\*) :**

- 2 août 2005, un avion d'Air France sort de piste lors de son atterrissage à Toronto et s'enflamme.
- 6 août, un avion de Tuninter tombe en mer à proximité de Palerme.
- 14 août, un avion d'Hélios Airways percute une montagne près d'Athènes
- 16 août, un avion de West-Caribbean s'écrase au Vénézuéla
- 23 août, un avion de la compagnie Tans se crashe en Amazonie.

## **Naissance d'une série**

**Un chien tue un enfant. Les médias ouvrent l'oeil. Et rapidement les attaques se font plus nombreuses et les molosses plus méchants. Une tendance est née. Scénario.**



**A l'origine.** Tout commence dans les bureaux de l'AFP. « Il y a eu ce fait divers sur une attaque particulièrement violente d'un chien sur un enfant qui avait retenu l'attention, se remémore Hugo di Zazzo, journaliste à l'AFP Bordeaux. Le lendemain, à l'agence, on a

reçu une consigne du siège à Paris qui nous demandait d'ouvrir l'œil sur le sujet et de faire remonter les incidents impliquant la race canine. »

**A la rédaction.** À plusieurs kilomètres de là, le journaliste d'un quotidien, M. X voit défiler sur son ordinateur, sur son fil AFP, une succession d'attaque de chiens vengeurs. Chaque fait divers à la base est vendeur, car il porte en lui une forte charge émotionnelle. « Plus le nombre de morts sera élevé, plus le fait sera jugé digne d'intérêt car susceptible de provoquer l'effroi et d'attirer la compassion » analyse Arnaud Mercier, chercheur au Centre de recherche sur les médiations à l'université de Metz. Un effroi et une compassion redoublées dans le cas d'une apparente répétition.

**Chez M. Dupond.** Et puis il y a aussi ce réflexe des médias : « si les autres en parlent, il faut qu'on en parle », observe Hugo di Zazzo. Un effet d'entraînement, d'emballement. M. Dupond, ouvre son journal : « un chien vengeur a frappé ». Il allume la radio : « une seconde attaque canine ». Au JT enfin, « et c'est un véritable gang de quadrupèdes ». La conclusion est rapide : il y a en ce moment un véritable problème avec les molosses. « Ces tendances construites, ces pseudo loi des séries me gênent beaucoup, se désole Jacky Durand, chef adjoint du service Société à Libération. Et souvent, elles servent le fonds de commerce des politiques. » Cela n'a pas loupé. Le 5 mars 2007 après un conseil des ministres naissait un projet de loi sur les « chiens dangereux ».

## Autres séries noires

**1987, année pyralènes.** En septembre, 270 fûts de pyralène sont découverts en Seine-et-Marne. Quelques jours plus tard, à Trappes, huit personnes sont intoxiquées par des émanations résultant d'une fuite de pyralène chez un concessionnaire automobile. A Audincourt, la malédiction se poursuit. Les services de protection civile découvrent le plus important dépôt clandestin de pyralène jamais identifié en France : 37 tonnes. Et à Chavigny, près de Nancy, un promeneur tombe, peu de temps après, dans une carrière de sable, sur 48 bidons contenant du toluène, un solvant toxique. « Les incidents dus à ce produit et les découvertes de stocks clandestins se multiplient » conclue le Monde.

**Noël 2008, erreurs médicales.** La veille de Noël, Ilyès, 3 ans, décède à l'hôpital Saint-Vincent-de-Paul, à Paris. Une infirmière lui a administré par erreur du chlorure de magnésium. Le lendemain de Noël, une octogénaire, meurt après s'être étouffée en prenant son repas à l'hôpital de la Pitié-Salpêtrière, à Paris. Six jours plus tard, Louis-Joseph, 6 mois, succombe, dans un hôpital des Yvelines, à un surdosage de complément alimentaire. En février, à Lyon, une patiente de 65 ans, se fait amputer par erreur de deux seins. Puis, plus rien.

**Été 2009, les enfants tombent des balcons.** A Nice, le 3 août, Hatem, un bambin de 2 ans, se penche un peu trop et tombe du balcon de l'appartement familial. Une semaine plus tard, toujours à Nice, une fillette de 3 ans chute du 6<sup>e</sup> étage. Une semaine passe et cette fois c'est à Cannes, qu'Adam, jeune garçon, tombe du 3<sup>e</sup> étage. Le 21 août, retour à Nice, où Nathan glisse du balcon de l'appartement de ses parents. Depuis, aucun autre accident similaire n'a été relaté.

## **Pour ceux qui en veulent plus**

### **Les crashes**

- [Recueil de catastrophes aériennes](#)
- [Journal télévisé de France 2 sur le crash du West Caribbean au Venezuela](#)
- [L'étude du laboratoire Raphaël Salem](#)
- [La revue d'analyse des médias, Hermès](#)
- [Site de l'aviation civile](#)

### **Les chiens dangereux**

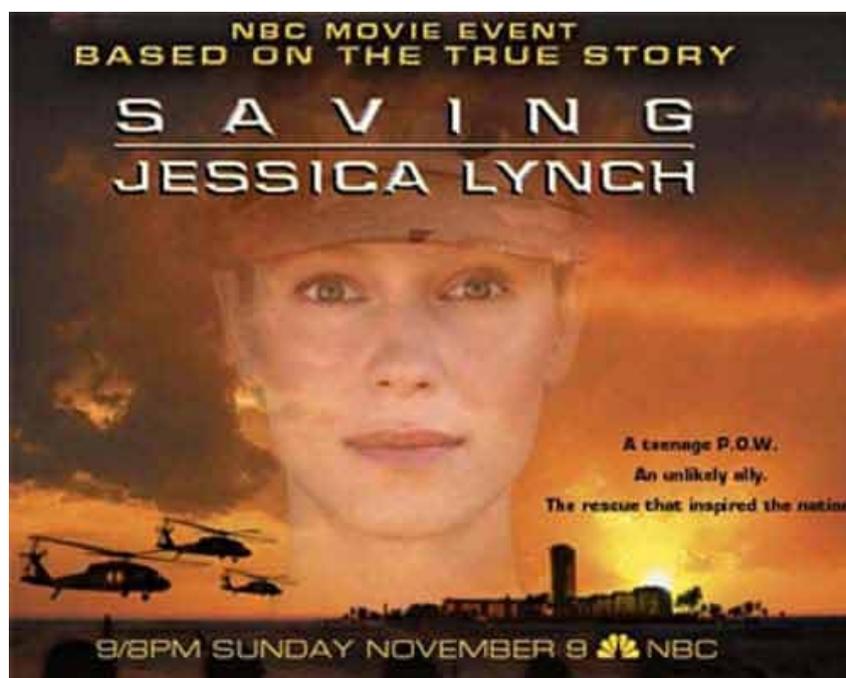
- [Loi sur les chiens dangereux](#)
- [Journal télévisé de M6, août 2007](#)
- [Journal télévisé de France 2, 28 août 2007](#)

## Import-export

# Jessica Lynch, héroïne sur mesure

Vendredi, 11 Décembre 2009 arion Wagner

**Comment l'armée américaine a pu transformer une militaire, accidentée de la route en Irak, en héroïne nationale ? Avec des caméras à vision nocturne, des journalistes *embedded* et l'AFP qui relaie l'information. Retour sur un fait de propagande militaire qui a traumatisé nos confrères américains.**



*En 2005, Jessica Lynch déclarait que les multiples erreurs qui figuraient dans le film retraçant son histoire l'avaient empêchée de le regarder en entier. Photo : DR.*

Jessica Lynch, soldate américaine de 19 ans est faite prisonnière le 23 mars 2003 quand sa compagnie, la 507<sup>e</sup>, tombe dans une embuscade après s'être égarée au sud de la ville de Nasiriyah, en Irak. Neuf de ses camarades sont tués dans l'attaque. L'armée américaine monte une opération de sauvetage en prenant d'assaut l'hôpital de Nasiriyah pour mettre le soldat, gravement blessé, en sécurité. En l'espace de deux heures 600 journalistes *embedded* sont convoqués au quartier général de Doha, Qatar, pour une conférence de presse urgente. Le Pentagone diffuse une vidéo de cinq minutes réalisée avec une caméra à vision nocturne.

Selon le commentaire enregistré, l'assaut s'est effectué dans un hôpital grouillant de *fedayins*, les brigades paramilitaires de Saddam Hussein. Essuyant des tirs répétés, les forces spéciales américaines avaient récupéré la soldate qui souffrait alors de blessures par balles et à l'arme blanche. A peine remise de ses blessures, Lynch rentre au pays. Le 2 avril 2003, l'AFP diffuse depuis son bureau de Washington une dépêche intitulée *Bush welcomes POW rescues, worries about others*. Le président G.W. Bush souhaite la bienvenue aux prisonniers de guerre de retour, s'inquiète pour ceux retenus captifs, se déclare « fou de joie que les troupes américaines aient réussi à arracher une camarade blessée des mains de ses geôliers irakiens ». Le lendemain, 3 avril, nouvelle dépêche du bureau de Washington de l'AFP, dont le premier paragraphe est « Jessica Lynch, la soldate américaine récupérée dans un hôpital irakien lors d'une opération de sauvetage par des forces spéciales a repoussé des troupes irakiennes avant sa capture, en blessant plusieurs jusqu'au moment où elle n'a plu eu de munitions ». L'information vient du Washington Post. On y trouve des détails héroïques : « Lynch a continué à donner le feu sur les Irakiens même après avoir été blessée par de multiples tirs de balles et alors qu'elle voyait plusieurs soldats de son unité mourir autour d'elle ». La jeune femme est une machine de guerre, les officiels américains disent d'elle : « elle s'est battue férocement et a tué plusieurs soldats ennemis. Elle a déchargé son arme jusqu'à se retrouver sans munitions. Elle se battait jusqu'à la mort, elle ne voulait pas être faite prisonnière vivante ». Aux Etats-Unis elle est déjà une héroïne. Alors qu'elle est toujours en convalescence, les médecins déclarent qu'elle n'a aucun souvenir de l'épisode et qu'elle n'en aura probablement jamais aucun.

### **Contre-enquête**

C'est le journaliste anglais John Kampffer qui révèle la supercherie dans le documentaire *Saving private Lynch, fact or fiction* (Sauver le soldat Lynch : des faits ou de la fiction ?) diffusé par la BBC le 18 mai 2003. Après avoir enquêté à Nasssiriya, il a retrouvé les médecins de l'hôpital où Jessica Lynch a été « détenue ». Ceux-ci insistent sur le fait que Jessica Lynch a reçu le meilleur traitement possible. On lui a réservé le seul lit médical de l'hôpital, une des deux infirmières de l'étage et le personnel soignant a fait don de son propre sang pour la sauver. Le Dr Harith al-Houssona, qui l'a examinée, déclare : « Je l'ai examinée, j'ai vu qu'elle avait un bras cassé, un fémur cassé et la cheville démise. J'ai ensuite fait un autre examen. Il n'y avait aucune marque de fusillade, pas de balle à l'intérieur de son corps ». Un autre médecin évoque la libération de Lynch : « C'était comme un film d'Hollywood. Ils criaient « Go, go, go ! » avec des fusils, des cartouches à blanc et des sons d'explosions. Ils ont fait un show, un film d'action comme Sylvester Stallone ou Jackie Chan, ils sautaient, ils criaient, ils cassaient des portes ». Les médecins et les patients ont aussi été attachés aux lits. Le journaliste commente : « George W. Bush et Tony Blair savaient qu'il était vital de faire passer le bon message, de présenter la guerre ». La propagande militaire est une arme bon marché. Les médias américains, *Washington Post* en tête reprennent docilement la fable Lynch qui se répand

comme une trainée de poudre sur les écrans du monde entier. Les autorités américaines accueillent avec colère le documentaire de John Kampffer. A l'idée que le sauvetage du soldat Lynch ait été une mise en scène, Bryan Withman, l'adjoint du Secrétaire à la défense déclare : « c'est ridicule, je ne sais pas comment répondre. L'idée que nous ayons mis un certain nombre de nos forces en danger sans nécessité pour récupérer un de nos prisonniers est simplement ridicule ». Il déclare simplement que l'armée n'a pas communiqué de compte-rendu sur ce qui est arrivé au soldat Lynch puisque « elle ne nous l'a jamais dit. Certaines choses qui sont arrivées aux autres soldats se sont confondues avec ce qui a pu arriver à Jessica », a-t-il soutenu.

### **Mea culpa**

Les journalistes ont conscience d'avoir commis une grosse erreur. D'autant plus que la contre-enquête de Kampffer intervient tard et que la fable hollywoodienne a largement pris le pas sur la contre-enquête diffusée par la BBC. L'histoire vue par l'armée américaine est diffusée sur petit écran avec le film *Saving Jessica Lynch*, huit mois à peine après sa libération. Le 17 juin, le Washington Post revient sur l'affaire Lynch. Le médiateur du journal, Michael Getler s'interroge dans un éditorial « Est-ce que le gouvernement a voulu manipuler la presse ? Le Washington Post lui-même s'est-il montré réticent à réexaminer cette histoire ? ». Paul Krugman, penseur influent et chroniqueur au New York Times parle de l'affaire Lynch et des autres mensonges de l'administration Bush - à l'instar de la présence d'arme de destruction massive en Irak - comme du pire scandale de l'histoire politique des Etats-Unis. La journaliste du Washington Post, Diana Priest, qui signait les articles sur Jessica Lynch, fait le rapprochement toute seule : « Le public nous accuse de lui avoir vendu l'histoire de Jessica Lynch comme Bush nous a vendu l'histoire des armes de destruction massive. Nous n'avons pas su poser les vraies questions. L'administration nous a manipulés ».

# La rumeur guinéenne

Vendredi, 11 Décembre 2009 Anne Frintz

**Manque de moyens au sein des rédactions, danger qui peut régner dans certains pays d'Afrique : les journalistes étrangers désertent le continent. Et ça se ressent : la presse quotidienne nationale française n'offre pas de regards singuliers sur l'actualité africaine. Pour illustrer ce constat, petite étude de cas à partir des informations récoltées dans la presse et sur le net, sur la tentative de meurtre du président intérimaire de la Guinée-Conakry, le chef de la junte, Moussa Dadis Camara.**



Depuis le jeudi 3 décembre 2009, l'Afrique a presque chaque jour son quart de page dans la presse quotidienne nationale française grâce à Moussa Dadis Camara, le chef de la junte guinéenne. L'homme a pris ce jeudi-là du plomb dans la tête. Rappel des faits : son aide de camp, le lieutenant Aboubakar Sidiki Diakité dit « Toumba », aidé de ses hommes, a tenté de l'abattre. Le traître aurait agi par

vengeance. En effet, son chef veut lui faire porter le chapeau du massacre et des viols des manifestants de l'opposition du 28 septembre, auprès des enquêteurs internationaux. Et pour le porte-parole du chef, il s'agirait même d'une volonté de coup d'Etat de la part de « Toumba ». En attendant que Camara se remette de ses blessures au Maroc, le second de la junte militaire, Sekouba Konaté, ministre de la Défense, dit « le Tigre », assure l'ordre au pays et promet une récompense à qui retrouvera « Toumba ». Ce dernier serait « libre » et « en lieu sûr », selon ses propres mots à l'AFP.

## Tragédie shakespearienne

Pour résumer cet attentat, je me suis aidée des quotidiens nationaux français suivants : *Le Monde*, *Le Figaro* et *La Croix*, datés du lundi 7 décembre 2009. Et de l'hebdomadaire spécialisé *Jeune Afrique* de la semaine du 6 au 12 décembre.

A chaque presse, sa récolte d'informations et son angle de traitement du sujet. Une seule constante : toutes s'abreuvent à l'AFP.

Pour *Le Monde* et *Le Figaro*, ce sont les perspectives politiques qui comptent ; la question est de savoir qui commande et commandera la Guinée. Pour *La Croix*, c'est la situation initiale conduisant à l'attentat qui est primordiale ; la question est de trouver les responsables du massacre de septembre. *Le Monde* et *La Croix* choisissent de s'en remettre aux déclarations du président burkinabé Blaise Compaoré, -médiateur entre la junte et ses opposants jusqu'à l'organisation d'élections libres et l'avènement d'un régime démocratique-, en ce qui concerne l'état de santé de Camara. Au *Figaro*, on ne sait pas qui parle. Dans tous les cas, le bilan est rassurant. Blaise Compaoré cité par *Le Monde* l'est aussi, au sujet du climat politique en Guinée. Un avis sitôt contrebalancé par la reprise des paroles d'un membre d'ONG sur le terrain.

Pour *Le Figaro*, c'est la dirigeante d'une ONG qui s'exprime sur l'état de santé mentale, cette fois, de Camara, afin de souligner mieux les rivalités politiques et les risques de dérapages. Quant au récit de l'attentat, *Le Monde* s'en dispense et, au *Figaro* comme à *La Croix*, le porte-parole de la junte, Idrissa Chérif, est repris ou cité. A *La Croix*, toutefois, le coup de projecteur est mis sur « Toumba » et une source proche des enquêteurs internationaux qui révèle son emportement face aux accusations de ces derniers.

La presse quotidienne nationale française donne la parole aux officiels et aux représentants d'ONG. Les journalistes qui signent les papiers sont en France. *Jeune Afrique*, l'hebdomadaire, angle sur l'énième tragédie militaro-politique shakespearienne africaine, qu'est cet assassinat manqué de Camara et la relève provisoire qu'assume « Le Tigre », Sékouba Konaté. La journaliste a d'autres sources que les journalistes de la PQN française, et précise qu'elle contacte directement l' « officiel », le porte-parole de la junte, Idrissa Chérif, légitime, à l'unanimité, pour raconter la tentative de meurtre. Au sujet de la santé de Camara, une source médicale guinéenne indique que « la probabilité [que Camara] conserve des séquelles est importante », même si sa vie n'est pas en danger.

Un proche du chef donne des précisions concernant les relations entre Camara et « Toumba », aussi on en sait plus sur le caractère ultra-violent du second. L'hypothèse du coup d'Etat, afin de se préserver des accusations internationales, est validée par cette source.

Dans l'ensemble, les informations factuelles concernant les lieux, dates et heures des événements sont plus précises que celles données dans la PQN françaises. De même que celles sur les habitudes des personnages de cette tragédie. Aussi, un encadré dresse le portrait de Sékouba Konaté, « Le Tigre ». Contre le massacre des opposants et pour le sacrifice de « Toumba » aux autorités internationales, il a pris ses

distances vis-à-vis du chef. Selon le magazine toujours, conscient des querelles au sommet de la junte, il a été bien inspiré de partir pour affaires au Liban au paroxysme du conflit entre Camara et « Toumba ». Konaté est maintenant seul maître à bord et fait la loi. (<http://www.jeuneafrique.com/Article/ARTJAJA2552p016-017.xml1/-Sekouba-Konate-Le-mystere-Sekouba.html>)

La presse française peine à décrire ce nouveau personnage et ne décèle pas sans doute son importance. Coup de chapeau à *Libération.fr* tout de même qui nous fait part de la popularité du « Tigre » auprès de ses hommes... grâce à une déclaration enregistrée par l'AFP. (<http://www.liberation.fr/monde/0101607223-guinee-le-pouvoir-s-organise-sans-dadis-hospitalise-au-maroc>)

## Un continent délaissé

Qui est allé sur le terrain ? En ce qui concerne la presse quotidienne nationale française, on est loin de se bousculer autour du camp Koundara, lieu de l'attentat raté. Heureusement [Afrik.com](#), le site au baobab, a ses forces vives. Et c'est le premier, le seul et l'unique reportage de terrain que j'ai trouvé quatre jours après l'attentat. Le correspondant africain raconte que dans la nuit du 6 au 7 décembre de nombreux coups de feu y ont été entendus et que l'ambiance dans le quartier Boulbinet, celui du camp militaire, du centre administratif et de la radio-télévision guinéenne, est tendue. Les gens sortent mais ne s'attardent pas (<http://www.afrik.com/article18176.html>).

Alors où sont les journalistes français ? *France 24*, *RFI* et l'AFP sont suspendus aux lèvres d'Idrissa Chérif qui accuse, le mardi 8 décembre 2009, notre ministre des affaires étrangères, Bernard Kouchner, de fomenter un coup d'Etat en l'absence de Camara, et les services secrets français d'avoir encouragé le meurtre loupé. Le Quai d'Orsay dément, bien évidemment : « Ce sont des rumeurs absurdes », dicit à l'AFP.

On apprend aussi de par ces mêmes médias, repris en boucle par l'ensemble des presses françaises, que les négociations de Ouagadougou sont stoppées jusqu'au retour de Camara

([http://tempsreel.nouvelobs.com/actualites/international/afrique/20091209.OBS0066/guinee\\_la\\_junte\\_accuse\\_bernard\\_kouchner.html](http://tempsreel.nouvelobs.com/actualites/international/afrique/20091209.OBS0066/guinee_la_junte_accuse_bernard_kouchner.html))

Mais le régime, comment tourne-t-il ? La vie à Conakry et en Guinée s'arrête-t-elle ? Et la chasse à « Toumba » est-elle ouverte ? Une fois de plus, on a la chance d'avoir Internet, *Afrik.com* et son correspondant (<http://www.afrik.com/article18187.html>)

Barrages routiers sur les principaux axes menant à la capitale, fouilles systématiques, intimidations, tortures, exécutions sommaires : tout le monde est suspect, en particulier les minorités et des religieux non alignés sur le pouvoir. Des hommes de « Toumba » seraient en train de subir les pires châtiments, selon le journaliste du site Internet.

## Info ou intox ?

Sur un continent délaissé par les journalistes étrangers, peu de traces des incidents récents en Guinée. Reuters et l'AFP veillent, heureusement. France 24 a appelé des témoins non professionnels à contribution mercredi 9 décembre (<http://observers.france24.com/fr/content/20091208-climat-peur-chasse-traitres-guinee-dadis-camara-begre-arrestation-conakry>).

Un focus de la chaîne consacré au pays, le jeudi 10, donne à voir une capitale calme mais des Guinéens tendus (<http://www.france24.com/fr/20091208-guinee-attentat-moussa-dadis-camara-conakry-junte-maroc>).

## Nord-Sud : vers une égalité de traitement ?

Vendredi, 11 Décembre 2009 Cathleen Bonnin et Marion Chantreau

Trente ans après la publication du rapport Mc Bride qui pointait les déséquilibres dans le flux de l'information entre les pays du Nord et du Sud, la situation a évolué.

Aujourd'hui les pays en voie de développement occupent les colonnes des quotidiens nationaux, mais ne sont pas abordés de la même manière que les pays occidentaux.



Du 24 novembre au 4 décembre 2009, nous avons étudié les rubriques « International » des principaux quotidiens français- *Le Monde*, *Le Figaro*, *Libération*, *La Croix*, *Aujourd'hui en France* et *L'Humanité*- et avons constaté que sur près de 200 articles publiés, plus de la moitié concernaient des pays du Sud. Cependant, cette donnée est à nuancer : l'Iran, l'Israël, la Palestine ou encore l'Afghanistan ont fait l'objet d'une attention particulière sur cette période, du fait d'une actualité brûlante. De plus, le quotidien *Le Monde* propose des pages « Europe », ce qui réduit la proportion d'articles sur les pays du Nord à traiter dans les pages « International ». Enfin, nous n'avons pas pris en compte les brèves dans cette étude, mais il faut souligner qu'elles traitent majoritairement de pays du Sud.

« Les pays en développement tels que le Brésil, l'Inde ou la Chine sont actuellement plus visibles dans la presse », observe Marie-Claude Decamps, chef du service « International » du quotidien *Le Monde*. Le journal a tenté d'établir un maillage de correspondants sur tous les continents : quatre aux Etats-Unis, trois en Chine, deux au Japon, un en Afghanistan, un en Afrique, un au Brésil et un dans chaque pays d'Europe. Le quotidien fait aussi régulièrement appel à des envoyés spéciaux. « Notre rôle n'est pas de reprendre les faits bruts donnés par les agences mais d'apporter une valeur ajoutée à l'information sur le Sud. Nous privilégions les reportages, les papiers d'analyses. *Le*

*Monde* est un journal du soir, nous ne reprenons donc pas les informations déjà traitées par nos concurrents depuis le matin. Certaines nouvelles restent des brèves en attendant d'être développées dans des papiers plus fouillés. » A Paris, les journalistes sont en contact permanent avec des ambassades, des exilés, des réfugiés politiques et appellent régulièrement des sources sur place pour vérifier et recouper les informations.

## Une couverture encore incomplète

Si *Le Monde* a encore les moyens d'entretenir son propre réseau d'informateurs ce n'est pas le cas de tous les quotidiens. « *La Croix* et *l'Humanité* ont de tous petits budgets et ne peuvent pas se permettre d'envoyer systématiquement des reporters sur le terrain. Ils se contentent alors de dépêches d'agence pour parler du Sud », indique Jean-Jacques Cheval.

Par ailleurs, les pays du Sud sont assez largement médiatisés dans la presse quotidienne mais à travers un regard ethnocentré. Comme l'expliquent Florence Aubenas et Miguel Benasayag dans *La fabrication de l'information* : « le journaliste va ainsi chercher et trouver ce qui l'intéresse, ce qu'il considère, lui, comme fondamental. [...] Généralement, l'Iran sera traité à travers la condition des femmes ou la liberté de la presse. [...] Les journalistes s'efforcent bien d'informer objectivement, mais ils le font sur ce qu'ils croient subjectivement être important ». Des situations sont également passées sous silence car considérées comme sans intérêt pour le public. C'est ainsi qu'après les Jeux Olympiques de Pékin en 2008, le Tibet a pratiquement cessé de faire l'objet de nouvelles dans les rubriques « International ».

Le rapport Mc Bride déplorait que les médias ne s'attachent qu'aux « phénomènes intéressants et de préférence exceptionnels ou insolites ». Il insistait sur l'importance d' « élargir la notion de nouvelles pour qu'elles portent non seulement sur un événement mais sur l'ensemble d'un processus ». Aujourd'hui, les faits ponctuels et spectaculaires priment encore sur les situations à long terme quand on parle des pays du Sud. Les émeutes de la faim à Haïti, en avril 2008, ont, par exemple, été amplement traitées à l'époque, alors que ce pays, parmi les plus pauvres du monde, souffrait bien avant de sous-nutrition. Nombre de morts, de manifestants,...On est porté à considérer qu'au niveau des pays du Sud les aspects quantitatifs sont plus importants que les aspects qualitatifs. « Les chiffres sont rassurants, ils semblent fournir des données objectives. Alors que le qualitatif appelle à plus d'explications, notamment sur la diversité culturelle mondiale. Ce qui est plus compliqué », indique Jean-Jacques Cheval.

De plus, la loi du « mort kilomètre » est toujours d'actualité. « Un mort à côté de chez moi m'intéresse plus que dix morts à l'autre bout du pays et que cent morts à l'autre bout du monde », explique Jean-Jacques Cheval. Des situations dérogent cependant à cette règle : en cas de catastrophes naturelles ou aériennes impliquant des compatriotes, la

couverture médiatique est renforcée. On l'a vu récemment lors du crash du vol Rio-Paris, et en 2004 avec le Tsunami en Asie du Sud-Est.

Cathleen BONNIN et Marion CHANTREAU

## 2010 : Les trente ans du rapport Mc Bride

En 1977, le secrétaire général de l'Unesco crée une commission internationale d'étude sur la situation et les perspectives d'évolution de la communication dans le monde. Il en confie la présidence à Sean Mc Bride, homme politique et prix Nobel de la paix. Trois ans plus tard, son rapport est prêt. Il fait le constat de « déséquilibres dans la circulation de l'information » entre le Nord et le Sud. Les pays occidentaux contrôlent les réseaux de communication et ont tendance à dicter l'information en fonction de leurs intérêts. « Evoquer davantage les pays du Sud risquerait de diminuer la puissance occidentale », explique l'historien des médias Jean-Jacques Cheval.

Les pays du Sud sont donc sous-représentés dans les quotidiens. En dehors des grandes agences de presse mondiales, un nombre relativement faible de journaux disposent de bureaux ou de correspondants à l'étranger pour collecter ou diffuser les nouvelles. Les liaisons techniques avec le Tiers Monde sont insuffisantes voire inexistantes, ce qui rend le peu d'informations dont on dispose difficilement vérifiable.

Pour lire le rapport Mc Bride :

### « Saga Africa »



Annie Bart est professeur en sciences de l'information et de la communication à l'université de Bordeaux 3 et spécialiste des médias en Afrique. Elle nous parle de la médiatisation de l'Afrique en France.

*Itv-annie-bart*

### Quand la politique dicte l'info

L'agenda politique peut jouer sur la non-visibilité de certaines régions du Sud dans les médias. Journaliste et écrivain, Marie-Michèle Martinet a été correspondante en Turquie pour Le Figaro de 2003 à 2006. Elle a beaucoup écrit aux moments clés des négociations en vue de l'adhésion de la Turquie à l'Europe, alors que le président Jacques Chirac y était plutôt favorable. « Mais j'ai commencé à sentir le vent tourner à la fin de l'année 2006 », raconte Marie-Michèle Martinet. Les négociations se sont enlisées et les commandes d'articles se

sont faites moins régulières. Aujourd'hui la Turquie est moins présente dans les colonnes des journaux. « Elle est un peu le bâton merdeux de la France », indique Marie-Michèle Martinet.

L'intégration de la Turquie n'est pas envisagée avant dix ou quinze ans. En attendant...on en parle peu.

## Produits finis

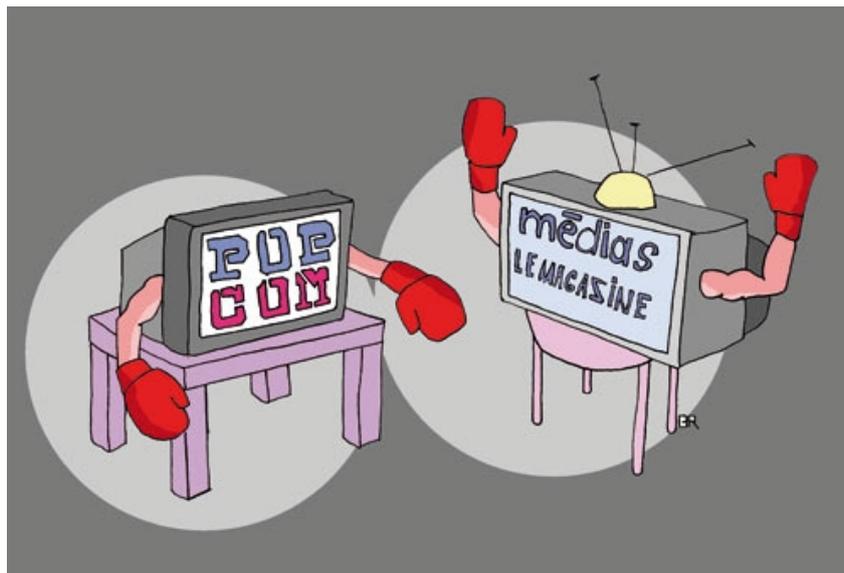
### "Média le Mag" vs "Pop Com"

*Vendredi, 11 Décembre 2009 Benoît Renaudin, Marie Morin*

**Depuis quelques temps, on voit fleurir un peu partout des rubriques médias dans les journaux et sur internet. La télévision aussi s'y est mise. Après *Arrêt sur image* présenté par Daniel Schneidermann, France 5 propose *Media le magazine* et Canal + *PopCom*. Objectif : garder un œil sur ce qu'on dit dans la presse et comment on le dit.**

### Paroles de téléspectateurs

**Décrypter, analyser, donner des clés... le dimanche à la télé, on se demande comment on traite l'actualité dans les médias. Deux émissions se partagent le gâteau : *Media le magazine* sur France 5 et *Pop Com* sur Canal+. La bataille peut commencer.**



Alors allons-y. Nous sommes le dimanche 6 décembre. 12h35, l'heure de gagner le canapé. Le générique de *Média le magazine* résonne, sobre et élégant. L'actu, c'est sérieux. Thomas Hugues, costume sombre et chemise noire, n'est pas là pour rigoler apparemment.

Six heures plus tard sur Canal+, deuxième rendez-vous de la journée : *Pop Com*. Victor Robert accueille les téléspectateurs égarés en cette fin de journée. L'ambiance se veut plus décalée. Au programme : une « analyse du grand cirque médiatique ». On va rire un peu plus cette fois ?

## Les sujets

Première impression, *Médias le Magazine* colle à l'actualité chaude de la semaine. Thomas Hughes attaque avec un sujet sur les minarets et sur la représentation de l'Islam dans les médias. Tout reste très convenu. Le commentaire est clair, aujourd'hui on parle « du fossé, flagrant cette fois, entre les élites dont font partie les journalistes et la population ». Les interviews sont bien choisies, on les écoute de bout en bout. Darius Rochebin, le PPDA de la télévision publique Suisse (TSR) est catégorique: « [le référendum sur les minarets,] c'est un vote qui passionne les Suisses. » Quel scoop ! Une spécialiste de l'Islam pointe du doigt l'ignorance des journalistes. Aïe !

Peu de folie dans ce sujet. La sacro-sainte neutralité journalistique a encore frappé. Allez. Un dernier extrait pour le plaisir, la conclusion du commentaire : « Aujourd'hui, tout l'enjeu pour les médias est de réussir à parler de l'Islam sans le diaboliser. »

Zapette en main, on bascule sur Canal+. Le rythme de *Pop Com* est différent. Les sujets fusent. Le montage façon zapping agace assez vite. En cinq minutes, l'émission a déjà survolé sept événements. De la nouvelle présidente de l'Epad à l'annulation de la

distribution des sextoys dans les rues de Paris, en passant pas l'idylle entre Ines Sastre et Jean-Luc Delarue, c'est un véritable show médiatique survolté. Pas le temps de réfléchir. *Pop Com* empile les actus médiatiques et analyse sans distinguer les campagnes publicitaires.

C'est un joyeux bazar. Plaisant à regarder certes, mais on ne retient pas grand chose. Mention spéciale pour le reportage sur Polanski. La journaliste Raphaëlle Baillot, ancienne journaliste de C + clair, attend avec les journalistes... qui attendent le cinéaste. Ça donne une troupe de 90 reporters très occupés ... à patienter sous la neige. Qu'est ce qu'ils ne feraient pas pour satisfaire notre curiosité de téléspectateurs!

## Les invités

Ce dimanche, Thomas Hugues accueille Laurence Ferrari. Grosse cylindrée du journalisme du point de vue des audiences. La présentatrice de TF1 est là pour parler de son JT en direct du Groenland. Mais Thomas Hughes en profite pour la faire réagir sur l'Islam, l'affaire Florence Schaal et la critique de Duhamel sur son interview présidentielle. Habile. En vieux roublard de l'entretien, le présentateur enchaîne les questions sans lui laisser de répit.

Deuxième invité, l'animateur Philippe Risoli. Thomas Hughes revient sur sa carrière. Classique. Alors on se pose légitimement la question : mais que fait Philippe Risoli sur ce plateau ? L'ancien présentateur du Juste prix anime désormais l'Ecole des fans sur Gulli. Nous y voilà ! C'est plus superficiel et ça ramène de la fraîcheur au programme. Passer de l'Islam au remake de Jacques Martin, c'est quand même un grand écart osé. Pourtant on avale la pilule et on reste jusqu'au bout de l'émission.

Côté *Pop Com*, une seule invitée : Flavie Flament. On se rappelle aussitôt que l'animatrice s'est fait connaître à travers une émission people, *Exclusif*. Mais aujourd'hui c'est fini, elle passe au journalisme, au vrai. Flavie Flament s'intéresse au Fait Divers. Effectivement face à ce revirement de situation professionnelle, une interview s'impose. Même procédé que dans *Média le Mag* : bref retour sur sa carrière et sur sa décision de quitter TF1. Victor Robert, d'habitude prompt à remettre ses invités à leur place, la laisse opérer seule et va même jusqu'à faire la promo de sa nouvelle émission, « Les rois du casse » sur Jimmy. Le présentateur ne la titille pas vraiment, du coup on s'ennuie un peu. Tout s'explique quand Victor Robert précise, fair play, que Jimmy appartient au groupe Canal+...

## L'actu de la semaine

Incontournable des deux émissions : une rétrospective médiatique. Un résumé en image et en cinq minutes pour *Média le mag*. C'est Sébastien Deurdilly qui s'y colle. Et c'est la bonne surprise de l'émission. Les accroches sont fines et la voix agréable. On suit le

commentaire d'une chaîne à l'autre et on apprécie quelques remarques bien senties par-ci par-là. Petit bémol : « les news de la semaine » sont surtout des news télé.

Dans *Pop Com*, la hiérarchie a du mal à émerger. En début d'émission, on nous a déjà bombardé une flopée d'actu. « Media Circus » nous laisse un peu sur notre faim. Plus tard, on tombe sur « Télé-scope : 8 minutes de coulisses et d'indiscrétions sur la télé ». Ah ! Ça, ça à l'air croustillant, ça nous plaît... a priori. En réalité on reste plutôt sans voix. De l'insolite en veux-tu en voilà. Ça n'a ni queue ni tête. Une chose est sûre on est bien sur Canal. Le coup de patte de la chaîne : un sujet sur un présentateur allemand qui présente son show depuis chez lui parce qu'il a la grippe : « Je viens de prendre ma température et j'ai quand même 39,9 », thermomètre à l'appui. Michel Cymès commente et ne fait pas dans la dentelle : « Je ne vois pas très bien l'intérêt... C'est comme si au moment d'une gastro entérite, je faisais ça en direct de mes toilettes ! » Comme quoi parfois, le téléspectateur a vraiment besoin qu'on éclaire sa lanterne...

## Liens

[émission pop com](#)

[émission média le magazine :](#)

[article sur pop com](#)

## « Les médias sont de plus en plus instrumentalisés »



**Entretien avec Thierry Lancien, professeur à l'Institut des Sciences de l'Information et de la Communication de l'université Bordeaux 3, spécialiste de la sémiologie des médias.**

**Ces deux émissions affichent une volonté de décrypter les médias et déjouer les stratégies de communication. Quels sont les enjeux de cette critique des médias ?**

Je ne pense pas qu'il s'agisse d'autocritique. Il s'agit plutôt de nous montrer les coulisses des médias et donc de satisfaire une certaine curiosité du public. Il ne s'agit pas non plus d'analyse au sens où l'émission de Daniel Schneiderman « Arrêt sur images » pouvait en faire en considérant les émissions pour en observer de manière critique les dispositifs.

**La télévision actuelle accepte-elle la critique ?**

Les évolutions récentes de la télévision que certains qualifient de « post télévision » posent évidemment des questions importantes et en partie nouvelles. Le mélange des genres (télé réalité, docu-fiction) mériterait des analyses.

**Le rapport des hommes politiques aux médias a-t-il changé la donne ?**

On peut dire que les médias sont de plus en plus instrumentalisés par les hommes politiques à travers leurs experts en communication. C'est une question très grave qui mériterait bien sûr d'être soulevée dans les émissions dites de critique des médias. Mais il faudrait qu'elles aient suffisamment d'indépendance pour le faire.

**Quels procédés utilise-t-on pour mettre en scène la critique des médias à la télévision ?**

Dans les émissions dont nous parlons et qui à mon avis sont plus informatives que critiques, on a recours au reportage, à l'enquête qui sont censés dévoiler des aspects peu connus du fonctionnement des médias. Mais ce journalisme d'investigation reste la plupart du temps assez superficiel.

**Le public a de moins en moins confiance dans le travail des journalistes. Ce type d'émissions peut-il permettre de retrouver une crédibilité ? Le public a de moins en**

**moins confiance dans le travail des journalistes. Ce type d'émissions peut-il permettre de retrouver une crédibilité ?**

On peut regretter qu'il n'y ait pas à la télévision des émissions non pas forcément critiques mais auto-réflexives. Cela étant, je crois beaucoup comme Dominique Wolton à l'intelligence du public. Je le vois par exemple avec les jeunes que je rencontre, ils sont beaucoup plus critiques qu'on ne le croit. Ils acquièrent cet esprit critique petit à petit et Internet joue aujourd'hui un rôle considérable par rapport à cette question.

# Grazia vs ELLE, une guerre au féminin\_

Vendredi, 11 Décembre 2009 Béatrice Bochet, Julie Delvallée

**En août 2009, le groupe italien Mondadori lançait la version française de son hebdomadaire féminin à succès *Grazia*. S'imposer, dans un contexte aussi défavorable à la consommation, relève du défi. D'autant que sur le secteur, la concurrence est rude. *Elle*, leader sur le marché, défend durement son territoire.**

## ***Grazia* a tous les ingrédients pour s'imposer**

*Elle*, *Madame Figaro*, *Glamour*, *Marie-Claire*, le marché de la presse féminine en France est un marché saturé. *Grazia* est le dernier à tenté l'aventure sur le segment. Chronique d'un succès annoncé?



**Juin 2006:** l'hebdomadaire féminin *Jasmin* coule après dix mois de publication. Juillet 2009: le mensuel *DS* essuie le même échec. Le 29 août dernier, un nouveau émerge sur le marché des féminins: *Grazia*. Le groupe Mondadori a mis les bouchées doubles pour s'imposer dans ce domaine très prisé.

## **Atouts en nombre**

Premier avantage de poids, *Grazia* appartient à un puissant groupe médiatique: Mondadori. Les Italiens n'en sont pas à leur premier coup d'essai pour le féminin. Présent dans 12 pays à travers le monde, il a déjà fait ses preuves à l'étranger.

Pour séduire les lectrices françaises, le groupe a aussi investi en masse. Un pari ambitieux dans un contexte de crise. 25 millions d'euros ont été consacrés à la campagne publicitaire et à la maquette du produit. « On s'est inspiré du magazine britannique pour la forme, mais le final est beaucoup plus haut-de-gamme en France », commente Yseult Williams, directrice de la publication de *Grazia* France. Des efforts payants : en 10 semaines d'exploitation, *Grazia* atteint une diffusion moyenne de 208 857 exemplaires par numéro. Un succès pour Mondadori qui visait les 160 000 exemplaires.

## **La publicité : le réel objet de la concurrence**

Le marché de la presse féminine serait-il à ce point extensible? Au niveau du lectorat en tout cas. « Il y a de la place. On sait que les femmes lisent plus que les hommes. Et il y a une vraie demande, aujourd'hui, pour les hebdomadaires beaucoup plus liés à l'actualité », analysait Xavier Dordor, président d'AudiPresse, dans un entretien accordé au Figaro.

Pour faire face à la concurrence, le 14 août 2009, *Elle* a baissé son prix, de 2,30 à 2,00 euros. L'initiative lui a rapporté 16,4 % de vente en plus sur les huit numéros qui ont suivi. Sans porter préjudice au lancement de *Grazia* deux semaines plus tard.

Les campagnes de communication d'un titre profite toujours aux concurrents. « Toute effervescence autour d'un produit-presse ou d'un média-presse est de nature à doper les ventes et l'audience » explique Xavier Dordor. La règle s'est appliquée à *Elle* en août 2009. Pas étonnant que le groupe *Marie-Claire* soit optimiste quant au lancement d'*Envy*, son nouvel hebdomadaire en janvier 2010.

Mais le marché publicitaire haut de gamme a diminué de 17% en juillet 2009, selon l'agence ZenithOptimedia. Le vétéran des féminins a subi une diminution de sa pagination publicitaire : - 14,7 % a récemment déclaré Lagardère. « Mais la valeur de la page de publicité n'a pas été abaissée », assure Lagardère active. Si dans son premier numéro *Grazia* comprenait 56 pages de publicité, les numéros 4 et 5 tombaient respectivement à 23 et 29 pages.

La conquête des lectrices n'est plus l'unique préoccupation des féminins. La publicité constitue le véritable enjeu de la lutte.

## **ELLE**



DATE DE NAISSANCE : 21 novembre 1945  
PROPRIETAIRE : ELLE est une filiale du groupe Lagardère-média.  
DIRECTRICE DE PUBLICATION : Valérie Toranian  
DIFFUSION (chiffre de l'ojd datant de juin 2009) : 365 395 exemplaire vendu au total sur toute la France.  
Prix : 2 euros (depuis le 14 août 2009)  
LECTRICE TYPE : 30 à 40 ans, citadine, CSP ++

## Grazia



DATE DE NAISSANCE : sortie en France le 29 août 2009  
PROPRIETAIRE : le groupe Mondadori  
DIRECTRICE DE PUBLICATION : Yseult Williams  
DIFFUSION (OJD) : 210 703 exemplaires en moyenne en octobre 2009  
PRIX : prix de lancement à 1 euro (le prix à terme devrait être d'1,50 euro)  
LECTRICE TYPE : « Notre cible reste encore mal définie, confie Yseult Williams. Elle a entre 14 et 35 ans, elle n'est pas forcément parisienne mais plutôt urbaine. Elle est ouverte, c'est une jouisseuse. »

## Grazia, le chic sans choc



Après plus de quinze jours de spots publicitaires et d'affiches placardées dans toutes les villes, le 29 août, nous n'en pouvions plus. Pied de grue devant les kiosques pour feuilleter *Grazia*. LE magazine féminin nouvelle version s'attaque au même lectorat que *Elle*. L'occasion pour nous de faire un match entre les deux hebdomadaires, sur les parutions du mois d'octobre. Verdict : *Grazia*, une (r)évolution a minima.

## La Une

Couleurs criardes, texte épuré, photo unique... Dans les kiosques, le magazine *Elle* flashe davantage que *Grazia*. Et pour cause, la Une de l'hebdomadaire de Lagardère est beaucoup plus épurée : *Elle* opte systématiquement pour une photo unique, et posée. Le dernier né de Mondadori préfère les photos de stars prises sur le vif. Niveau texte, les deux se valent : annonce de gros dossiers et couleurs traditionnelles de la presse dominante : noir et blanc pour *Elle*, l'Italien, lui, rajoute le jaune, sa teinte de prédilection. A noter : la typographie entre les deux hebdomadaires reste identique. A priori, rien de nouveau ne se profile.

En alternant célébrités et femmes moins connues, *Elle* propose une vision de la femme engagée. Doutzen Kroes soutient les enfants d'Afrique par exemple. *Grazia* préfère assurer sa Une avec des stars populaires. En octobre, Marion Cotillard, ou encore Carla Bruni-Sarkozy se sont partagées la couverture.

Arrivé au sommaire, les premières différences se font sentir. *Grazia* a le mérite de mettre de l'ordre dans ses colonnes. Quatre rubriques phares pour le nouveau : Actu, mode,

beauté et lifestyle. Chez *Elle*, les rubriques fluctuent, pour la plupart, en fonction des sujets traités.

## L'édito

Au niveau des éditos, les deux féminins ne sont, de toute évidence, pas sur la même longueur d'onde. *Grazia* assume à 300% son côté futile. Sur le mois d'octobre, on parle de jeans, de Carla Bruni-Sarkozy, de l'art de se déshabiller, de parfum et de bijoux fantaisie. A chaque fois, l'édito est l'occasion de présenter le dossier central... en toute légèreté. Chez *Elle*, l'heure est plus grave : on colle à l'actu, on réagit. Changements sociétaux à venir, violences conjugales, le tollé sur la fessée ou encore la parité homme-femme en question, les sujets sérieux s'enchaînent.

Deux vitrines différentes pour la rédaction. Mais le contenu de l'information, lui, varie peu. *Grazia* persiste et signe dans la frivolité. Pour *Elle*, l'essai n'est pas transformé. Si l'édito est engagé, il n'est pas suivi d'un article complémentaire.

## L'actualité

Avec les dix « news de la semaine » en début de magazine, *Grazia* annonce la couleur. On se concentre sur l'essentiel. Mais rien d'innovant par rapport au concurrent. Sauf peut-être le côté brouillon. Dans sa rubrique « elleinfohebdo », *Elle* alterne formats longs et courts. *Grazia* opte pour une autre stratégie : des papiers fournis bien illustrés. Et ça marche.

Après la forme, le fond. Les femmes restent au cœur de l'actualité. Chez *Elle*, on va du port du voile en Egypte, aux maternités en danger, en passant par Michelle Obama. Du côté de *Grazia*, on parle des étudiantes SDF, de « Tony le chauffeur/braqueur de fourgons qui fait craquer les filles ».

L'information des deux rivaux se concentre autour de la condition de la femme. Féminin... Et féministe? « Nous ne sommes pas un magazine féministe. *Grazia* ne s'est pas construit sur la même base que *Elle*. Aujourd'hui, on peut passer d'un sujet frivole à un sujet grave sans pour autant se préoccuper de la condition féminine », analyse Yseult Williams. L'actualité sérieuse côtoie des sujets plus légers. Qui dit sujets frivoles, dit souvent people. Les deux hebdomadaires n'en manquent pas. Chez Mondadori, après les 10 news de la semaine, les chroniques société et people, complètent l'actu hebdomadaire. Un effort de clarté parfois mis à mal par les stars, qui envahissent le top 10. Le concurrent s'avère moins précis dans la hiérarchie de l'information. Dans le *Elle* du 13 novembre, la même rubrique offre un cocktail détonnant. Sur la même page : le rôle de l'ONU dans la guerre au Congo, les petits soucis de Sandra Bullock et la nouvelle pochette à la mode qui se transforme en collier.

## **Mode et Beauté**

Les pages remplies d'accessoires (hors de prix) se succèdent. En les assemblant, la lectrice pourra ressembler à une gravure de mode. Pour ne pas commettre d'erreur, la lectrice peut prendre modèle sur les stars. Celles-ci sont passées au crible et jugées par la rédaction. N'oublions pas la traditionnelle séance photo où des mannequins présentent les tendances de la saison.

Pour la beauté, même topo. Quels sont les secrets des stars ? Quels produits utilisent-elles ? Questions essentielles à se poser avant de lire les comparatifs des différents produits. Mais aussi leur mode d'emploi.

Au moins doit-on reconnaître à Grazia l'effort de séparer cette rubrique du reste de son contenu. *Elle*, en revanche, distille la mode et la beauté un peu partout. Sur ce point au moins, *Grazia* tire son épingle du jeu. Sans pour autant proposer un modèle innovant.

## LibéLabo, l'expérience de l'info

*Vendredi, 11 Décembre 2009 Laurence Jannot, Clémence Pierre*

**Les sites d'information rivalisent pour accrocher un public multimédia sans cesse plus nombreux. Prime à l'esthétisme et au slogan aguicheur, quitte à faire naître le doute quant à la pertinence et l'intérêt de ces nouvelles manières d'informer. Coup de projecteur sur LibéLabo, qui revendique une volonté permanente d'innover.**

### **Les laborantins de *Libération* bricolent depuis deux ans**

Entre 1,2 et 1,5 millions de médias vus selon les mois. *Libélabo* a trouvé une recette qui fonctionne. Créé en 2007, le site de contenus multimédia du quotidien *Libération* propose une approche de l'actualité complémentaire à la version papier.



*Florent Latrive est l'un des créateurs de LibéLabo.*

*Libération* a choisi de se démarquer du flot des sites institutionnels des quotidiens de référence français. Son laboratoire du web, [LibéLabo](#), fait figure d'ovni : il est le seul à regrouper tous ses *podcasts* sons et vidéo sur un site dédié, accessible via [le site de libération](#). « *Nous souhaitons avoir un espace d'expérimentation, où nous pourrions explorer toutes les possibilités offertes par le web* », explique Florent Latrive, journaliste à

*Libération* depuis 12 ans, à l'origine de la création du site en collaboration avec Ludovic Blécher, rédacteur en chef du web de *Libération*.

Objectif revendiqué : adapter la forme au fond. Le 15 janvier 2009, un avion de l'US Airways amerrit en urgence dans le fleuve Hudson. Tous les passagers sont sauvés. Rapidement, le dialogue qui avait précédé cet amerrissage, entre la tour de contrôle et le chef de bord, est rendu public. Beaucoup de journaux avaient choisi de le retranscrire à l'écrit. *LibéLabo* décide quant à lui de le diffuser en version originale, sur un diapo photos et avec des sous-titres en français. « *On sentait la panique dans la voix du chef de bord. C'était donc dommage de le doubler* », justifie Florent Latrive. Le site *LibéLabo* oblige donc ses contributeurs à une réflexion sur le meilleur traitement et le choix idéal de support pour chaque information. Une réflexion d'autant plus surprenante qu'elle est menée par un des principaux titres de la presse écrite.

Et ce sont justement les journalistes du papier qui élaborent une partie des sujets diffusés par *LibéLabo*. L'équipe propre au site ne compte en effet que trois personnes : Florent Latrive, Hervé Marchon et Marc Quattro. « *C'est sur la base du bénévolat. On forme les journalistes à la technique* », selon les propos du créateur du site. Et si *LibéLabo* a subit les affres de quelques réfractaires, cette nouvelle approche du traitement de l'actualité a globalement titillé la curiosité des journalistes qui ont finalement bien accueilli l'initiative.

## Simple joujou ou véritable traitement de l'information ?



*LibéLabo* a assis sa réputation sur quelques émissions récurrentes comme *5 jours à la Une*. Celle-ci retrace, chaque semaine, les unes de la version papier du journal en expliquant pourquoi elles ont été choisies. Selon Florent Latrive, « *Cela permet de rendre plus palpable le travail des journalistes et les rapprocher des lecteurs et internautes* ». Le credo de cette pastille : prendre du recul sur le traitement de l'actualité par le quotidien papier. A ceci près qu'elle est réalisée par et pour *Libération*.

*Polémix* est un autre rendez-vous phare de la plateforme. Dans un montage audio, des journalistes, sous le nom de *Voix Off* et *Polémix* décortiquent et caricaturent l'actualité politique. Lancée lors de la création de LibéLabo, cette pastille a provoqué le débat au sein de la rédaction. Quelle place a cette émission dans un site comme celui de *Libé* ? « *Polémix est une respiration. Cette pastiche trouve sa place sur le site autant que Willem la trouve dans la version papier. La caricature a toujours fait partie de l'information. Ce n'est pas spécifique à Libé, Plantu fait de même au Monde.* »

A côté de ces émissions régulières se côtoient tous les sujets multimédia du site, signés de la main des journalistes ou alors repris d'un autre site mais montés par leurs soins. Des sujets dont on pourrait douter parfois de la pertinence. Mais aucun de ces petits films ou montage son n'est publié tel quel. La mise en perspective est systématique. Le sujet s'insère dans un dossier, alimenté de papiers d'analyse issus du quotidien. « *Même si on réfléchit sans cesse au choix du support multimédia, on s'aperçoit finalement que rien ne remplace l'écrit pour contextualiser une information* » commente Florent Latrive.

## Un laboratoire éternel ?

Après deux ans d'existence, émissions récurrentes et pastilles bien connues et reconnues des internautes, le labo semble s'être ancré dans le paysage web du quotidien. Malgré tout, Florent Latrive assure poursuivre encore et toujours la voix de l'expérimentation. « *Pour 2010, trois web-docs sont dans les tuyaux* ». Un est produit par une société extérieure mais où *LibéLabo* est présent depuis l'origine du projet, et un se fait en collaboration avec les journalistes du papier. Autre nouveau terrain de jeu : Twitter. On retrouve sur le nouveau réseau social à la mode l'équipe de *LibéLabo* ainsi que le journal.

## Yves Michaud : « Une fausse réflexivité empêche une remise en question idéologique forte »



Yves Michaud est philosophe, spécialiste de l'esthétique et de la philosophie politique. Il revient sur la valeur informative des supports multimédias.

Que signifie l'apparition de sites multimédias décalés, en parallèle des sites d'information de référence comme *libération.fr* ?

La création de ce type de sites participe du mouvement général et actuel d'une esthétisation de la société. Aujourd'hui, le design est partout. En information, cette esthétique se traduit par un graphisme fort et travaillé, tant visuel que sonore. Finalement, même l'information se retrouve devoir être attrayante, et le débat se porte plus sur la forme donnée à l'information et non sur l'information elle-même.

### **Les sites multimédias comme *LibéLabo* proposent des émissions type making-off, ce phénomène rapproche-t-il lecteurs et journalistes ?**

La valeur informationnelle peut être discutée. Ce système de déconstruction où on fait mine de dévoiler les coulisses. C'est en fait une fausse réflexivité. On essaye de déconstruire la forme sans aller au fond du sujet. Le plus grave c'est que cette fausse réflexion, qui pourrait même s'assimiler à du nombrilisme, empêche une remise en question idéologique forte des sujets abordés et des rapports de forces qui peuvent en découler, entre journalistes, les lobbies...

### **On trouve aussi des émissions de caricatures politiques qui prennent sur le web une autre tournure qu'un simple dessin, dans une forme vidéo ou sonore. Quel impact sur le journaliste ?**

On retrouve la caricature dans toute l'histoire du journalisme. Daumier a lancé la machine au 19e siècle. La caricature a longtemps été la seule manière de franchir la censure politique. Mais le fait est qu'aujourd'hui, la critique du politique ne se fait plus que par l'humour. Un Canteloup va même être plus intéressant qu'Elkabbach... Une émission sur le web caricaturant le politique est en réalité une caricature du journaliste lui-même, qui prend un masque pour faire passer la critique qu'il ne transcrit plus dans ses papiers. La critique n'est faite au final qu'au second degré. Il est dommage, à mon sens, que la critique ne passe plus au premier degré. Les caricaturistes s'en emparent donc ainsi que les blogueurs, par exemple.

### **Comment penser l'avenir du journalisme sur le web ?**

Le problème de l'esthétisation à outrance, c'est que cela retire la fonctionnalité de l'objet, en l'occurrence ici, du site. Pour penser journalisme sur le web, il faudra penser à l'ergonomie d'un site. Plus généralement, on doit se poser la question de la capacité de faire des sites de qualités suffisantes pour donner envie aux lecteurs de payer.

Le blog d'Yves Michaud : [http://traverses.blogs.liberation.fr/yves\\_michaud/](http://traverses.blogs.liberation.fr/yves_michaud/)

## **Focus sur l'étranger**

**Les quotidiens étrangers prennent leurs initiatives pour développer leurs sites multimédias. Passage en revue de sites à voir.**

[Le site du quotidien britannique Guardian](#) est parmi les plus avancés en terme de sujets multimédia. En plus des habituels sons, vidéos et photos, le site propose également des éditos sous format audiovisuel et des émissions radios. Cette année, le site du *Guardian* a remporté un double succès. Pas moins de 30 millions d'internautes le visitent chaque mois. Côté professionnels, l'association de la presse britannique l'a élu meilleur site de presse, grâce à cette déclinaison multimédia. Le *Guardian* joue sur le côté double entrée, en proposant dans un onglet spécifique mais aussi sur sa Une de site une sélection de ses productions.

Le quotidien hispanique *El Pais* propose de son côté nombre de sujets multimédia, mais ne les inclut pas dans le flux d'information en Une. Il les propose dans [plusieurs onglets](#), spécialisés selon le support.

On se focalise sur la photographie. Un site dédié, <http://www.boston.com/bigpicture/>, propose régulièrement des diaporamas grand format.

Dans l'hémisphère sud, en Nouvelle-Zélande, le [nzherald.co.nz](http://nzherald.co.nz) présente une chaîne rubriquée comme dans un journal papier, listant toutes les photos et vidéos disponibles. Il joue l'interactivité, en offrant à l'internaute la possibilité de créer sa propre playlist qui compilera ainsi tous les sujets par lesquels il se sent concerné.

## Webdocu: objet multimedia non identifié

*Vendredi, 11 Décembre 2009 Camille Chignac, Céline Diais, Julie Rasplus et Elise Rouillet*



**Pour la première fois, une catégorie "webdocumentaire" a été créée dans le cadre du festival Visa pour l'image en 2009. Signe de l'ascension de ce nouveau format journalistique, à qui on commence à donner une place de choix sur internet. Beaucoup de sites de journaux possèdent un espace réservé au webdocumentaire et au webreportage. D'autres entièrement consacrés à ce nouveau format fleurissent sur la toile. La machine webdocu est en marche, un peu en roue libre pour le moment. Pas de véritable définition de la forme, ni de modèle économique viable, le webdocumentaire se cherche. Pour l'instant, une seule règle: il n'y en a pas.**



### **L'avis d'Emiland**

« Pour le moment on appelle webdocumentaire, un peu tout et n'importe quoi. Le mot regroupe plein de choses très différentes. Il existe des formes où on n'a pas encore mis de nom. Mais tout ça va se décanter avec le

temps. Il y a des genres de récits journalistiques qui vont disparaître, d'autres qui vont se corriger... »

## La parole aux auteurs 1/2

**Axelle de Russé est photojournaliste. Elle a obtenu le prix Canon de la femme photojournaliste en 2007 pour son reportage sur le phénomène des concubines en Chine. Le sujet va devenir un webdocumentaire, diffusé sur le site de France 5 en février.**



**« Le webdocumentaire donne une deuxième vie au reportage photo »**

**Trois mois en Chine.** « Tout est parti du reportage photo en Chine. J'y suis restée 3 mois, deux journalistes m'ont rejoint pour le texte. Le reportage a été exposé au festival, Visa pour l'image, à Perpignan. Cécile Cros et Laurence Bagot, les deux créatrices de Narrative, une agence de documentaires pour les nouveaux médias l'ont vu et m'ont demandé de réaliser un webdocumentaire à partir des photos déjà prises.

**Mise en valeur du reportage photo.** "Le film dure 13 minutes, il contient environ 150 photos. A Perpignan, il n'y avait que 35 clichés exposés. J'ai du rechercher de nouvelles photos. « Le journal d'une concubine » a donné une deuxième vie au reportage. Ca le met en valeur et ça permet de toucher un autre public. En terme de réalisation, le travail est différent, il fallait aussi des images de transition pour passer d'un plan à l'autre, préparer des séquences et tout réécrire, quasiment comme pour un scénario. Deux journalistes, Marina de Russé, ma sœur, et Elsa Fayner, m'ont accompagné sur le projet.

**Plus d'un an de travail.** "Il sera en ligne en février, nous avons commencé à travailler dessus, il y a plus d'un an. Grâce à l'aide du CNC, du Scam et de France 5, le webdocumentaire sera vraiment interactif. Quelque part c'est aussi un approfondissement du reportage photo. Le projet comprend 3 volets, la dernière partie traite des nuits shanghaiennes, un univers spécial, qui n'avait pas été abordé par l'exposition photo à Perpignan et dans les publications.

Nouveau débouché. "La possibilité de réaliser un webdocumentaire change aussi la donne pour la préparation des reportages. Aujourd'hui, quand on part, on prévoit cette éventualité et on amène le matériel nécessaire pour faire des sons. Ce format représente un nouveau débouché pour les photojournalistes même si pour l'instant on ne peut pas s'en sortir financièrement avec le webdocumentaire, seul."

Les internautes découvriront le « journal d'une concubine » en février prochain, sur <http://www.france5.fr/>.

Un extrait est déjà visible : <http://www.narrative.info/>



L'avis d'Emiland

« La photo occupe une grande place dans le webdocu. Et comme le métier de photojournaliste est en crise, j'ai l'impression que le gros des troupes est constitué par les photographes. Mais la distinction est de plus en plus floue. Certains appareils photos commencent à faire des films de super qualité. Et on commence à se diversifier. Dans les écoles on nous apprend à tout faire. Les journalistes sont de plus en plus ouverts à passer d'un média à l'autre... »

## La parole aux auteurs 2/2



**Soren Seelow a travaillé pendant 3 mois sur « Le corps incarcéré », prix du webdocumentaire RFI-France 24, au festival Visa pour l'image, à Perpignan. Diplômé du Centre de formation des journalistes, il a passé 5 ans au Cambodge dans un quotidien francophone. De retour en France depuis 2 ans, il travaille aujourd'hui au *monde.fr*.**

**« Ce format est ce qui se fait de plus abouti sur internet »**

**Une volonté de la rédaction du site.** «Le corps incarcéré est né d'une volonté de la rédaction en chef du site de se positionner à la fois politiquement sur la prison et en tant que diffuseur majeur de webdocumentaires. Après plusieurs rencontres avec d'anciens détenus, le thème du corps m'a semblé intéressant.

Il constitue l'enjeu de la détention, le lieu par lequel le prisonnier souffre et en même temps son dernier bien. C'est la dernière chose qu'il peut revendiquer

comme étant la sienne.

Avant, le coupable devait porter sur son corps la marque de sa faute. L'idée ici était de montrer que la prison n'avait pas complètement aboli le châtimement corporel, et qu'elle avait ajouté à la privation de liberté, une souffrance physique.

**Un travail d'équipe.** " Je me suis occupé à plein temps pendant 3 mois de la partie journalistique, les enquêtes, les interviews et le reportage. Le webdocumentaire est protéiforme, mais ce n'est pas un documentaire au rabais. La photo, le son, le texte ou la vidéo doivent être de qualité, je pense donc que c'est nécessairement un travail d'équipe. Je viens de la presse écrite, je n'aurai pas réussi à le faire tout seul. "

**La force du son.** "D'un point de vue journalistique, c'est aussi intéressant. Pour le montage son par exemple, j'ai travaillé avec Karim El Hadj, journaliste au *monde.fr*. J'avais 8 heures de rush, la matière était très riche, nous en avons gardé 15 minutes. Le sujet étant basé sur le témoignage des anciens détenus, le matériau sonore était très important.

La parole, intime, les renvoyait à la mémoire de leur corps. C'est la force et l'émotion du son qu'on ne retrouve pas dans la presse écrite. "

**La photographie stimule l'imagination.** "Dès le départ nous avons choisi de ne pas utiliser la vidéo. Le sujet contient peu d'actions et c'est plus reposant de se laisser porter par la parole de quelqu'un sur des plans fixes. La photographie stimule l'imagination. Cela nous paraissait être le meilleur dispositif pour se laisser porter par les témoignages. D'un point de vue pratique, c'est beaucoup plus simple de faire un reportage photo en prison. Avec Léo Ridet, le photographe qui m'accompagnait, on a quasiment cartographié le corps des 4 anciens détenus. Finalement on a pris le parti de ne pas trop les montrer, de rester dans une sorte de pudeur et de les dévoiler progressivement. On ne voit leurs visages qu'à la fin.

**Un format ambitieux et prestigieux.** "Plus largement, concernant le webdocumentaire, le site internet du Monde se positionne sur ce secteur avant tout pour le prestige. Ce n'est pas rémunérateur, mais ce type de récits est ce qui se fait de plus abouti sur internet. Nous en diffusons régulièrement, ça reste empirique pour le moment. Il n'y a pas de pas de périodicité définie ».

[Le corps incarcéré](#), prix RFI France 24 du webdocumentaire, au festival Visa pour l'image

Dernier webdocumentaire en date sur le monde.fr : [mon catcheur ce héros](#)

## A la recherche d'une valeur ajoutée

*« Ce n'est pas parce que vous mettez 12 photos mauvaises et une musique que vous faites un web documentaire. Beaucoup de webdocumentaires ne sont en fait que des diaporamas sonores. Pour moi un webdocumentaire, c'est du son, de la vidéo et des photos de qualité. Ce format recouvre aussi la notion d'interactivité, un critère peu représenté parmi les projets. Le webdocumentaire n'est pas un format passif, le spectateur doit pouvoir intervenir. »*

Jean-François Leroy. Créateur et directeur du festival Visa pour l'image. Membre du jury de préselection du prix *RFI France 24* du meilleur webdocumentaire.

*« Oublions le mot "journaliste". Les journalistes font du reportage. Quand les journalistes font des webdocumentaires, ils deviennent "auteurs" »* Alexandre Brachet, directeur d'*Upian*, société de production multimédia.

**Si aucune définition n'a encore été accréditée, une règle rassemble la majorité des webdocumentaires. Ces "objets multimédia" dépassent le cadre journalistique. En d'autres termes, pour qu'un webdocumentaire soit réussi, il lui faut une « valeur » ajoutée. La forme n'étant pas normée et encore largement au stade expérimental, il y a à peu près autant d'exemples que de productions différentes.**

Chaque créateur de webdocumentaire a fait un choix de production pour valoriser le sujet journalistique qu'il traite. Certains misent sur l'aspect esthétique en donnant à leur documentaire une dimension artistique, presque poétique. D'autres encore jouent sur la dimension interactive du web et proposent des enquêtes lisibles à la carte par le spectateur. Les plus téméraires enfin sont allés jusqu'à transformer leur documentaire en véritable jeu de rôle.

La « valeur ajoutée » est devenue un élément indispensable au webdocumentaire. Pour que le produit fini ait un intérêt, la dimension journalistique seule ne suffit plus.

### The ninth floor: entre enquête et oeuvre d'art



Publié sur « mediastorm », le site de webdocumentaire du *Chicago Post*.

Réalisé en 2007 par Jessica Dimmock, ce webdocumentaire a nécessité presque trois ans d'investigation. Jessica Dimmock s'est immiscée dans la vie de plusieurs « junkies », à l'origine tous squatters du même appartement sur la très chic « Fifth Avenue » à Manhattan. Simple observatrice des faits, Jessica Dimmock est revenue avec des images criantes de vérité et des témoignages d'une intimité bouleversante. Une matière première riche. Rester ensuite le travail de réalisation.

Jessica Dimmock décide d'en faire un diaporama sonore. Les photos sont choisies avec soin, pour leur beauté et pour ce qu'elles disent des personnages. Il ne s'agit que de portraits et de scènes de vie. Elle superpose aux photos des interviews sonores. Il n'y a pas de commentaire. La journaliste n'intervient que très rapidement à travers des petits textes écrits qui rythment le récit pour donner quelques informations sur les personnages. Le webdocumentaire de Jessica Dimmock est une oeuvre journalistique. C'est une fenêtre ouverte pour le grand public sur un problème de société contemporain. Mais le produit fini a presque autant de valeur en tant qu'objet d'art que de production journalistique. Avec « the Ninth floor », on se situe vraiment à mi-chemin entre l'oeuvre d'art photographique et le reportage photo.



l'occurrence le mort, c'est le spectateur. Le webdocumentaire raconte étape par étape le circuit d'un cadavre, de la table du thanatopracteur au cimetière. Comme s'il s'agissait du jour de sa propre mort, le spectateur qui prend toutes les décisions. Ainsi, on peut choisir entre le crematorium ou le cimetière, ou encore de passer par la case église ou non. Si l'expérience est amusante, l'apport d'information est bien présent. La voix off du reportage guide le spectateur du début à la fin et reste centrée sur le sujet du reportage: les hommes et les femmes qui travaillent tous les jours dans le circuit de la mort.

**Le plus** : l'angle ludique choisi permet de se détacher de l'aspect dramatique du sujet et de rester beaucoup plus attentif aux informations données par le documentaire

**Le moins** : le commentaire ininterrompu et l'absence de témoignage trouble l'immersion dans le sujet.

## **Honkytonk : les webdocumentaires dont vous êtes le héros**



Honkytonk est la maison de production basée à Paris. Ils ont produit « Voyage au bout du charbon », le webdocumentaire sur les mines chinoises, publié par *lemonde.fr*

Les webdocumentaires de Honkytonk font partie de la nouvelle génération d'interactivité. Le spectateur prend la place du journaliste qui mène son enquête. Il prend lui même ses décisions, il a le choix d'écouter ou non les interviews, d'aller voir tel ou tel endroit, de consulter une carte ou d'avoir des informations complémentaires en cliquant sur des icônes de documentation. Le spectateur/journaliste ne peut jamais revenir en arrière quand il a fait un choix. Avec ce genre de webdocumentaire, on se situe vraiment à la frontière du jeu vidéo.

**Le plus** : ce type de documentaire est totalement innovant et stimule l'attention du spectateur

**Le moins** : le côté ludique cache parfois un manque de fond. Qu'apprend-on au final?



### L'avis d'Emiland

« Pour l'instant, la forme joue énormément. Elle intéresse presque plus que le contenu. Pour Voyage au bout du charbon par exemple, on s'est beaucoup extasié devant l'interactivité. Mais finalement, il y a peu de contenu. Quand Mac a sorti ses polices funkyes, au début tout le monde faisait des flyers ou des affiches avec. Pourtant c'était horrible. Là, c'est un peu comparable. Il y a un nouveau joujou et parfois ça va trop loin. Sur la forme, le webdocu est encore quelque chose qui est en train de se chercher. »

## Financement à tâtons

**Si le webdocu se cherche encore une forme, son modèle économique en est aussi au stade des balbutiements. Faire du webdocumentaire n'est pas encore viable.**

« Si demain je partais réaliser un webdocumentaire sans faire de publications derrière, je ne pense pas que je m'en sortirais. » Axelle de Russé a pu diffuser son webdocumentaire "Journal d'une concubine" grâce à la diffusion de ses photos dans la presse : *Figaro magazine*, *VSD* ou encore *Paris Match*.

Il n'est pas rare que la production d'un reportage multimédia soit accompagné (ou soit l'accompagnement) d'une publication complémentaire (livre, dvd). Comme tout documentaire, le webdocu coûte cher. D'autant plus quand la créativité nécessite des interfaces de plus en plus sophistiquées, une interactivité de plus en plus élaborée. « *Gaza/Sderot* a coûté 216 000 euros. Une somme qui comprend la production du sujet mais aussi la réalisation du dispositif interactif : design, la programmation, et l'animation du site au quotidien » raconte Alexandre Brachet, fondateur d'Upian, l'un des six producteurs du projet.

La fourchette des coûts varie. « *Voyage au bout du charbon*, a coûté environ 30 000 euros en post-production. *Lemond.fr* (qui a acheté le documentaire, *ndlr*), je crois qu'ils ont payé 2 ou 3000 euros », précise Jean-François Leroy, créateur et directeur du festival *Visa pour l'image*. Mais ses auteurs, Samuel Bollendorf et Abel Ségretin, ont dû faire appel au CNC (Centre national du cinéma et de l'image animée). Après sélection, la structure alloue des subventions à certains projets de webdocumentaire. Des aides qui peuvent s'étendre de 5000 à 100 000 euros. La Scam (Société civile des auteurs multimédia) participe aussi aux financements de certaines productions. Sans ces organismes, peu de webdocu verraient le jour en France.

Alors que les médias français sont habituellement frileux face au développement de ces nouveaux types de récits, certains se lancent parfois en interne. *Lemond.fr* paye ses propres webdocu. C'est le cas du *Corps Incarcéré*, dont les auteurs sont des journalistes de la rédaction. Financer sa propre production multimédia s'avère être une des solutions envisageables pour les médias. Mais rarement envisagée. Car, l'information sur le web peine déjà à trouver un modèle économique viable. Difficile dès lors que le webdocumentaire s'en trouve un pour le moment.



L'avis d'Emiland

« Pour l'instant, il n'y a pas véritablement de modèle économique. Tant qu'il y a les subventions du CNC, c'est très bien. Mais ça n'existe pas partout et ça

reste limité. Je suis de nature optimiste, donc je pense qu'on se dirige vers de modèles plus pérennes. Il faut que cela passe par les réseaux commerciaux traditionnels, sinon la viabilité économique du webdocu ne se fera pas dans un futur proche. Certaines formes trop coûteuses risquent de disparaître, comme Gaza/Sderot.

Emiland Guillaume est journaliste à l'agence Capa. Il s'intéresse au webdocumentaire depuis un séjour aux Etats-Unis où il a découvert ces formes de récits journalistiques. Poursuivant ses études au Celsa en France en 2008, il décide d'y consacrer [un mémoire interactif](#).

## XXI, dans les pas d'Albert Londres

Vendredi, 11 Décembre 2009 Aline Brillu, Adèle Salmon



Lancée en janvier 2008, la revue *XXI*, fait figure d'ovni dans la paysage médiatique français. Ses créateurs, l'éditeur Laurent Beccaria et le reporter Patrick de Saint Exupéry ont voulu renouer avec la tradition du Grand reportage et du récit journalistique. Le pari était fou, le bouche à oreille a fait le reste. En huit numéros *XXI* se vend chaque trimestre à 39 000 exemplaires.

### Une revue à contre-courant

Aux antipodes des chaînes de télévision en continu et des 140 caractères maximum de Twitter, la revue *XXI* est un ovni dans le paysage médiatique français. A coup de longs récits et d'illustrations soignées, *XXI* renoue avec la tradition du grand reportage.

« Et la lune regarde la scène, stupéfaite. Elle est là, ronde, parfaite, posée sur le ciel obscur ». Ce pourrait être le début d'un roman. Pourtant, ce sont les premières lignes d'un reportage paru dans le magazine *XXI*, en janvier 2008. Écrit par Sophie Bouillon, journaliste en Afrique du Sud, ce reportage a reçu en 2009 le prix Albert Londres. Et ce n'est pas un hasard, pour cette revue qui s'efforce depuis bientôt deux ans de marcher dans les pas de ce pionnier du grand reportage.

Puisque *XXI* doit son nom à ce nouveau siècle, des journalistes, romanciers, historiens et dessinateurs donnent vie à des récits venus du monde entier. Dans le dernier numéro, un reportage photo suit une famille d'Albanais pour qui l'honneur et la vengeance régissent les rapports humains. Un peu plus loin, le lecteur traverse à pied l'Amérique centrale aux côtés de ces « femmes courage » qui rêvent de rejoindre les Etats-Unis.

### **« Etre dans la vague et pas dans l'écume »**

Au diable, donc, la dictature de l'actualité! Chez *XXI*, on ne se laisse pas assaillir par les flux incessants de l'information. « L'information aujourd'hui est déconnectée de la réalité. On nous dit que la crise financière représente 15 000 milliards de dollars. Mais ce sont des chiffres totalement virtuels » regrette Patrick de Saint Exupéry, le rédacteur en chef de la revue. Pour lui, les thèmes de grand reportage doivent sortir des sentiers battus. Avec toujours une idée fixe : « être dans la vague et pas dans l'écume » selon la métaphore du fondateur de la revue. Il a l'ambition de montrer et de raconter le monde en profondeur, toujours en apportant quelque chose de nouveau. « Quand on nous annonce les chiffres du chômage, on a l'impression que tout est dit. Nous, on part du principe qu'il y a toujours des choses à dire. »

### **Longs débats et discussions**

Encore faut-il trouver le sujet à contre courant. *XXI* travaille quasi exclusivement avec des pigistes qui sont déjà sur le terrain. Lorsqu'ils ont une histoire à raconter, ils la proposent au rédacteur en chef. S'en suivent de longs débats et discussions sur le traitement du sujet. « Les journalistes aiment travailler pour *XXI* car ils ont le temps de faire un vrai travail de reportage, ce qui est très rare » explique Pierre Christin, auteur d'un BD reportage dans le dernier numéro. « En plus, ils sont très bien payés. » Un reportage dans la revue rapporte entre 3 000 et 5 000 euros à son auteur. Rien d'étonnant alors à ce que de grands noms du journalisme français aient accepté de suivre l'aventure. C'est le cas notamment de Sorj Chalandon ou de Laure Mandeville.

Dans l'esprit *XXI*, il n'y a pas de sujet pertinent sans forme audacieuse. Chaque reportage doit se lire, ou se regarder comme une histoire. Et la revue n'hésite pas à bousculer les genres. Récits à la première personne, BD reportages, photo reportages... *XXI* fait même souvent appel à des écrivains qui savent manier la plume. « On rassemble l'univers du récit dans tous les genres », explique Patrick de Saint Exupéry.

### **« Retour aux sources »**

*XXI*, un ovni dans la presse française ? Le grand reportage, très présent dans la presse anglo-saxonne, a presque disparu du paysage médiatique français. Aux Etats-Unis, *The New Yorker*, *Harper's* et *Vanity Fair* remplissent les kiosques. Ces magazines ont gardé

des correspondants aux quatre coins du monde, et n'hésitent pas à publier des reportages de 20 pages. Mais cette culture du récit journalistique, appelé « narrative writing », n'est pas la seule inspiration de *XXI*. « Avant de penser au modèle américain, c'est d'abord un retour aux sources du journalisme français. Il ne faut pas oublier que Joseph Kessel et Albert Londres étaient français. »

### « A mi-chemin entre le journalisme et l'édition »

En 8 numéros, *XXI* a connu un succès supérieur aux attentes des deux fondateurs, Patrick de Saint Exupéry et Laurent Beccaria. « Au début, on tablait sur 25 000 exemplaires ». Objectif largement atteint aujourd'hui puisque chaque numéro se vend à 39 000 exemplaires. Bien, « mais on peut toujours mieux faire », confie modestement le rédacteur en chef. Comment expliquer un tel succès malgré un prix de 15 euros ? D'abord, par la niche que *XXI* occupe dans la presse française et ensuite par son mode de distribution. La revue n'est pas vendue en kiosques, mais dans les magasins Relay, les grandes surfaces culturelles et les librairies. « Ce choix s'est imposé à nous naturellement, car nous sommes à mi-chemin entre le journalisme et l'édition. » Et l'idée a fait ses preuves : quand les lecteurs achètent *XXI*, ils achètent davantage un livre qu'un magazine.

### Liens

[XXI, c'est aussi un blog](#)

[Podcastez les interviews des auteurs de XXI:](#)

Emission de Célyne Bayt-Darcourt le dimanche sur France Info, le dimanche à 8h53, 10h53

### « Oublier sa condition de journaliste »

**Sophie Bouillon est journaliste indépendante à Johannesburg, en Afrique du Sud. A 26 ans, elle a reçu le prix Albert Londres pour son reportage « Bienvenue chez Mugabe », publié dans *XXI* en octobre 2008.**

**Comment a débuté votre collaboration avec la revue *XXI* ?**

Depuis longtemps, je voulais faire un reportage sur un exilé zimbabwéen qui retourne au pays après des années d'absence. A l'époque, j'étais encore en école de



journalisme. Le rédacteur en chef, Patrick de Saint Exupéry, m'a dit que j'étais un peu jeune pour un projet de cette envergure. Il m'a orientée vers le site Internet de *XXI*. J'y ai publié deux articles qui lui ont plu. Il m'a donné le feu vert pour partir au Zimbabwe.

### **En quoi écrire pour *XXI* est différent d'écrire pour d'autres publications ?**

Quand on pige pour la presse française, on a rarement le temps de préparer l'enquête qu'on va mener. *XXI* me donne le temps de préparer mes interviews et de lire des livres. La revue accorde beaucoup d'importance au style. Comme je travaille pour d'autres journaux, j'ai tendance à reproduire certains réflexes d'écriture qui ne collent pas à *XXI*. Par exemple, pour le prochain numéro de janvier, j'ai écrit un portrait de Jacob Zuma, le président sud africain. La première version n'a pas convenue à Patrick de Saint Exupéry. Il m'a dit: « Ca ne va pas, tu écris comme une journaliste !» En fait, il faut presque oublier sa condition de journaliste. Il faut s'imprégner du récit, décrire les faits avec une grande précision et diversifier l'écriture.

### **Le style *XXI*, c'est votre forme d'écriture idéale ?**

Le grand format est quelque chose de très attractif qui offre des possibilités de récit intéressantes. Mais c'est extrêmement éprouvant. Quand on écrit 10 pages sur le même sujet pendant deux mois, c'est comme si on donnait une partie de soi. A chaque fois, j'ai l'impression d'accoucher dans la douleur! Sur une telle longueur, il faut réussir à trouver l'originalité, varier les tonalités et garder en haleine le lecteur. Avant même d'écrire le premier mot, on doit trouver le style adéquat. A la fin de la rédaction de mon reportage sur le Zimbabwe, je rêvais de mon sujet et je ne parlais plus que de ça. C'est passionnant mais très prenant.

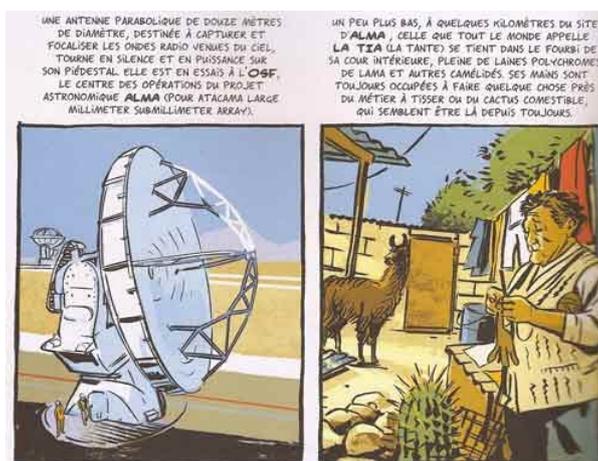
### **Considérez-vous *XXI* comme un tremplin dans votre carrière de jeune journaliste ?**

*XXI* a publié le reportage pour lequel j'ai été primée. Ca m'a notamment permis de collaborer avec le *Monde Magazine*. Mais six mois après, je ne peux pas dire que cette distinction a changé ma vie. Je ne veux pas que les choses changent parce que j'ai eu ce prix. Je suis toujours correspondante pour *Courrier International* et la Télévision Suisse Romande et pigiste pour, entre autres, *La Croix*, *Télérama* et *Radio Canada*. Ce n'est pas avec le prix Albert Londres que je paie mon loyer !

A lire sur le blog de *XXI* :

[Un reportage de Sophie Bouillon sur le Zimbabwe paru en janvier 2009](#)

## Un nouveau souffle pour le BD reportage



**En mai dernier, le scénariste de BD Pierre Christin s'est rendu à Atacama au Chili dans une base d'observation spatiale. Au programme : dix jours d'interviews et de découvertes. Cinq mois plus tard, le reportage est publié dans XXI. En trente pages et plus de 250 dessins, il nous fait vivre ce lieu incroyable. Rencontre.**

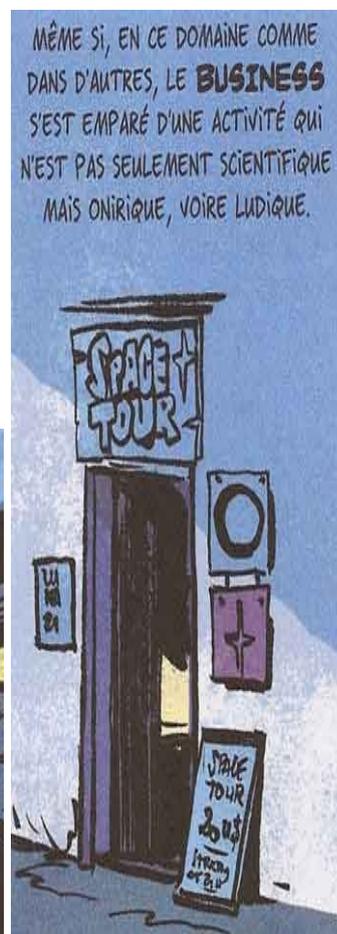
C'est une des particularités de XXI. Chaque trimestre, un dessinateur joue les reporters et publie son travail en une série d'illustrations. Pierre Christin, auteur de « Valérien et Laureline », ancien journaliste et spécialiste du BD reportage se devait tout naturellement de collaborer à un de ces « récits graphiques ».

Dans le numéro 8 de XXI, sorti en octobre dernier, il publie avec un ami dessinateur Olivier Balez, « Sous le ciel d'Atacama ». Une bande dessinée de trente pages sur un centre d'observation spatiale en plein cœur du désert du Chili. « L'aspect scientifique en lui-même ne se prêtait pas trop au dessin » raconte Pierre Christin. « Mais le cadre est tellement impressionnant... On a donc choisi de partir de là, d'un dessin de ce désert. La première image est la plus difficile à trouver, après une fois qu'on est parti... »

### Le reportage avant la BD

C'est Olivier Balez, installé au Chili depuis plusieurs années, qui a découvert le sujet et a convaincu le scénariste de suivre l'aventure. Les deux hommes ont fait mûrir le projet puis se sont adressés à XXI et à Patrick de Saint Exupéry. A Paris, Pierre Christin fait des recherches, élabore une documentation et travaille avec une astrophysicienne du CNRS.

En mai dernier enfin, il s'envole pour Santiago. Il y reste une dizaine de jours. Sur place, comme des journalistes, les deux hommes écoutent, observent, interrogent. Olivier Balez fait quelques croquis et prend de nombreuses photos. « Il faut travailler très vite. Le soir, on rentre à l'hôtel à Santiago et dès le lendemain matin on commence à écrire. Car le scénariste travaille toujours en amont du dessinateur » se souvient Pierre Christin.



## L'importance du visuel

Né en France, le BD reportage a été remis au goût du jour par *XXI*, soucieux de soigner aussi bien le fond que la forme. Avec ces récits graphiques, la revue multiplie les genres et offre une place de taille à l'aspect visuel. Pour le plus grand plaisir des amateurs du genre. « Cela apporte quelque chose de différent. Aujourd'hui quand on regarde les photo-reportages, la plupart sont d'une banalité affligeante » commente Pierre Christin.

Des magazines, comme *Pilote* ou *Actuel* dans les années 70, ont déjà tenté de publier régulièrement ce genre de récits, sans grand succès. Mais le trimestriel, par son rythme de publication, offre une grande liberté aux auteurs et dessinateurs. « Le BD reportage a beaucoup d'avantages. Il ne coûte presque rien, mais c'est beaucoup de travail. *XXI* est le seul titre qui permet de rester cinq ou six mois sur un projet ». Le temps de finir un récit qui se veut le plus possible fidèle à la réalité. La BD reste un reportage avant tout. Mais en

tant qu'auteur n'est-on pas un peu tenté de se laisser aller à l'imagination ? « C'est sûr », répond Pierre Christin. « Cela reste plus facile d'être scénariste que journaliste. »

## Ressources humaines

# Ecoles de journalisme : les nouveaux tremplins pour favoriser la diversité

Vendredi, 11 Décembre 2009 Dalila Bouaziz

**Préparations gratuites aux concours d'entrée des écoles, apprentissage au sein de groupes audiovisuels, contrats de professionnalisation, validation des acquis professionnels... Depuis quelques années, ces initiatives se sont multipliées pour aider les étudiants boursiers à intégrer une école de journalisme. Dernière en date : l'ESJ de Lille a lancé en septembre 2009 une prépa gratuite en partenariat avec le Bondy Blog. Objectif : diversifier l'origine sociale des journalistes.**



« Parmi nous, aucun enfant de manœuvre, de cheminot, de caissière. Ni Black ni Beur des zones de non droit. Juste une Algérienne... fille de diplomate. Juste un fils d'ouvrier égaré qui assure une mixité à minima », racontait l'ancien diplômé du CFJ François Rufin dans son livre *Les petits soldats du journalisme*, paru en 2002. Aujourd'hui, le constat n'a pas changé : les écoles recrutent souvent des étudiants qui ont le même profil. Des jeunes issus des classes moyennes ou supérieures qui sont souvent passés par des instituts d'études politiques. Encore trop peu d'étudiants des milieux populaires se présentent aux

concours. « Justement, l'objectif de notre prépa, c'est de donner un coup de pouce à des jeunes qui ne sont pas loin d'y arriver », précise Nordine Nabili, directeur de l'ESJ à Bondy.

En France, treize écoles sont reconnues. Parmi ces établissements, on dénombre quatre écoles privées l'ESJ à Lille, le CFJ et l'IPJ à Paris et l'EJT, dont les frais de scolarité sont élevés - compris entre 3000 et 5 000 euros par an, sur deux années (trois à Toulouse). Une somme importante voire dissuasive pour nombre d'étudiants boursiers.

Plus abordables, il existe huit autres formations publiques, dont les frais de scolarité se limitent en règle générale aux droits universitaires. Il s'agit des deux IUT de Tours et Lannion et des sept masters délivrés par l'IJBA de Bordeaux, Sciences Po Paris, le CUEJ de Strasbourg, le Celsa à Neuilly, l'IFP de Paris, l'EJCM à Marseille et l'ICM à Grenoble.

## **Lutter contre les inégalités**

Mais les concours d'entrée sont difficiles. Certaines épreuves sont jugées discriminantes, notamment l'oral d'anglais. « A l'ESJ Lille, vous passez un oral d'anglais qui est éliminatoire. C'est là où se joue la différence entre ceux qui ont eu la possibilité de se rendre dans un pays anglo-saxon et ceux qui n'ont pas eu cette chance», souligne Nordine Nabili. Il rajoute: « Ces jeunes jusque là ont joué le jeu de l'école au maximum mais finalement le milieu social prend le relais dans cette épreuve.»

Aussi, pour ne pas passer à côté de candidats, quelques écoles refusent cette épreuve, notamment l'IJBA. « Nous considérons que c'est une discrimination sociale. Depuis longtemps, nous avons une fibre sociale dans le recrutement », souligne Maria Santos Sainz, directrice de l'IJBA. Pour favoriser la mixité sociale, l'école bordelaise propose la validation des acquis professionnels (VAP).

Mais encore faut-il pouvoir intégrer une école. Aussi, des journalistes (diplômés du CFJ et de l'ESJ Lille pour la plupart) ont créé des prépas gratuites, la Chance aux concours et l'ESJ Lille-Bondy. Cette dernière créé en septembre accueille vingt étudiants boursiers d'un bon niveau scolaire. En cas de réussite au concours lillois, les étudiants seront exonérés des frais de scolarité. Réservées aux étudiants boursiers et basées sur l'égalité des chances méritocratiques, elles sont composées de quinze à vingt étudiants au maximum. La formation repose sur les épreuves classiques des concours (questionnaires d'actualité, tests de culture générale, exercices d'écriture, anglais, français...), dispensés par des journalistes bénévoles des différents supports.

Depuis sa création en janvier 2007, par six anciens du CFJ, la Chance aux concours a accueilli au total 41 étudiants, avec une moyenne de 13 candidats par promotion, dans les locaux de l'école privée. Et le résultat est encourageant, 19 étudiants ont depuis réussi à intégrer une école de journalisme reconnue. Quatre autres jeunes sont en apprentissage en télé ou en radio.

Baya Bellanger, l'une des six journalistes à l'origine de la Chance aux concours :



Ces dispositifs se multiplient mais cela reste « une goutte d'eau » pour le moment.



## Les autres voies au métier

« L'objectif de l'apprentissage est d'amener plus de gens vers le journalisme en diversifiant les voies d'accès au métier de journaliste. Il est indispensable d'avoir des jeunes qui viennent de milieux différents pour avoir un véritable reflet de la société », souligne Eric Nahé, responsable de [la formation en apprentissage de l'IPJ](#). Ces quatre écoles ([le CFJ](#), l'ESJ Montpellier, le CUEJ et l'IPJ) proposent une formation en apprentissage, destinés à d'une douzaine de jeunes âgés de moins de 26 ans et titulaires d'un Bac +3. La priorité est accordée aux étudiants boursiers. Une forme de discrimination positive ? Un argument réfuté en partie par les écoles. Ce sont principalement les écoles privées qui ont mises en place cette filière pour toucher de nouveaux profils d'étudiants. Les apprentis journaliste dans un média durant deux ans. Ils alternent cours théoriques et apprentissage professionnel au sein des rédactions. Certains médias, notamment le groupe TF1 ou Radio France, ont créé leur propre formation d'apprentissage. Depuis 2008, [la fondation TF1](#) souhaite « insérer dans les métiers de l'audiovisuel des jeunes de quartiers fragiles ». Dans ce cadre, les candidats sélectionnés sont formés durant deux ans par la chaîne.

**3 questions à Ali, bénéficiaire de la prépa [Chance aux concours](#) en 2008 et étudiant en deuxième année à l'EJT (Ecole de journalisme de Toulouse).**

*Comment as-tu découvert la chance aux concours ?*

C'est en faisant des recherches sur Internet. Je me baladais sur le site du CFJ et je suis tombé sur l'offre d'une prépa gratuite réservée aux étudiants boursiers.

*Qu'as tu pensé de cette prépa ?*

La chance aux concours a été un tremplin génial pour moi. Je n'avais aucun lien avec le journalisme. Et par le biais de cette prépa, j'ai pu être en contact avec des professionnels qui m'ont donné de nombreux conseils pour préparer les concours et sur le métier.

*Sans la Chance aux concours, penses-tu que tu aurais réussi à intégrer une école ?*

Je partais à l'origine avec un handicap. J'étais à la fac en licence AES, une formation éloignée du journalisme! La chance aux concours m'a permis d'avoir plus confiance en moi, notamment lors des oraux. Et l'avantage de cette préparation, c'est qu'elle se passait le samedi. Je pouvais gérer, en parallèle, mes cours à l'université.

**3 questions à Sébastien (28 ans), étudiant en Master 1 à l'IJBA, bénéficiaire de la validation des acquis professionnels**

*Comment as tu découvert la validation des acquis professionnels?*

Tout simplement sur Internet, en naviguant sur le site de l'IJBA. J'ai été militaire dans le renseignement durant six ans. J'ai toujours voulu être journaliste mais les aléas de la vie ont fait que je ne me suis pas orienté dans cette direction après mon Bac.

*En quoi constitue la VAP ?*

Contrairement autres écoles de journalisme, la VAP permet d'intégrer la formation sans passer le concours et sans avoir de licence. Ce n'est pas une condition sine que non. Je me suis arrêté au Bac mais je justifiais de cinq années d'exercice professionnel.

*Avais tu tenté d'autres écoles ?*

Oui, les IUT de Tours et de Lannion. Pour les autres écoles, j'étais soit limité par l'âge ou par la question financière. La VAP était pour moi une très bonne opportunité. C'est aussi une richesse incroyable pour une école, je viens ainsi avec mon background militaire !

## Etre une journaliste sportive

*Vendredi, 11 Décembre 2009 11:12 Noémie Guillotin, Christelle Sivatte et Mélanie Vives*

**A l'heure où les rédactions sportives restent encore très masculines, focus sur des femmes qui ont choisi de faire du journalisme sportif leur métier.**

### Offensive féminine

**Une à Sud Ouest. Une à la Nouvelle République. Une à RTL. Deux au Télégramme... On ne parle pas de machines à café mais bel et bien du nombre de femmes dans les rédactions sportives. Rencontres avec des journalistes au féminin qui travaillent au quotidien dans un bastion masculin.**



5%. C'est la proportion de journalistes sportives affiliées à l'Union des Journalistes de Sport en France (UJSF) en 2000. Un déséquilibre qui existe toujours. Même si « il y a de plus en plus de femmes, surtout dans les médias internet et audiovisuels », constate, optimiste, Hombeline Cabiron, assistante de direction à l'UJSF. Une situation liée au fait que « cette profession s'est construite autour d'un comportement macho, renforcé par une longue tradition de misogynie », selon une étude menée par deux sociologues du sport en 2008, Nicolas Delorme et Pauline Raul. Et qui reste l'apanage quasi-exclusif des hommes.

### Préjugés et conditions de travail

Dans le milieu du sport en général, et du journalisme sportif en particulier, les préjugés machistes ont la vie dure. « Peut-être que les journaux ont du mal à faire confiance à l'analyse d'une femme sur le sport. Ils pensent qu'elles vont le traiter à l'eau de rose », lance Hombeline Cabiron, un brin désabusée. Et puis, tout simplement, les femmes sont moins nombreuses que les hommes à s'intéresser au sport au point d'en faire leur métier. De-là à ne représenter que 5% des effectifs...

Pour Anne Paulou, journaliste sportive au *Télégramme*, le critère numéro un de cette inégalité est ailleurs et renvoie à la place de la femme dans notre société. Travailler dans une rédaction sportive implique d'être disponible week-ends, soirs, et jours fériés. Un emploi du temps décalé parfois difficilement compatible avec une vie de famille. « Quand on est maman, il faut s'accrocher et être bien organisée », insiste cette mère de deux jeunes enfants âgée de 45 ans. Comprenez : avoir un conjoint disponible et conciliant. A cela s'ajoutent des conditions de travail particulières. « Il faut accepter de rester plusieurs heures dans le froid ou la pluie pour suivre un entraînement », poursuit la journaliste bretonne. Car être une journaliste sportive implique d'être passionnée.

## Dénominateur commun : une passion pour le sport

« Passion », le terme est récurrent dans la bouche de ces journalistes. Anne Paulou, qui suit depuis plusieurs saisons les clubs de Lorient (Ligue 1) et Vannes (Ligue 2), est une grande fan du ballon rond. « Quand j'avais 10 ans, ce n'étaient pas des posters de chanteurs que j'avais dans ma chambre ! Mais des joueurs de foot, du plafond à la moquette ! », se souvient-elle en riant. Isabelle Langé de RTL aussi est tombée dans la marmite du sport quand elle était petite. A 14 ans déjà, elle participe à une émission de sports dans une radio locale. Si les journalistes que nous avons rencontrées n'ont pas connu de difficultés à être embauchées, pas toujours facile en revanche de s'imposer dans ce milieu où interlocuteurs, collègues et publics sont en majorité masculins.

## Pré-carré masculin et sports féminins

D'abord, les sports couverts sont conformes aux préjugés hommes/femmes véhiculés par la société. Football, rugby, cyclisme... Des sports prestigieux, très médiatisés - du moins leur version masculine - et qui « restent la propriété quasi-exclusive des hommes », constatent Nicolas Delorme et Pauline Raul dans leur étude sur le journalisme sportif. Aux filles les rubriques patinage artistique ou gymnastique. « Mon premier jour de travail, on m'a dit : "toi, ça serait bien que tu suives les sports féminins". J'ai mis très vite les choses au clair... », raconte Anaïck Mainguy, jeune journaliste sportive à la *Nouvelle République*. Une situation qui n'existe pas que dans la presse quotidienne régionale. « J'ai toujours rêvé de faire le Tour de France mais on m'a dit que ce n'était pas pour une nana », déplore Isabelle Langé. « Pour un sport comme le foot, je me sens persona non grata ». Ni

cyclisme, ni foot, la journaliste radio couvre le tennis et la natation. Attention, des femmes qui suivent des sports d'hommes, il y en a. Citons les correspondantes de l'Equipe à Bordeaux et à Marseille pour le foot. Mais cela reste une minorité.

## La question de la crédibilité

En tant que journaliste sportive, la force de caractère semble primordiale pour exercer son métier en toute tranquillité. Sur le terrain comme dans les rédactions, il faut savoir faire face aux regards des gens, qui pour la plupart n'arrivent pas encore à faire rimer sport et femme. Anne Paulou se souvient d'une anecdote alors qu'elle couvrait un match amateur : « je vais vers le capitaine pour demander une photo de l'équipe et là il fait son *kékos* : c'est une fille maintenant qui s'occupe du foot, je suis sûr qu'elle ne sait même pas ce que c'est un corner. »

Si des journalistes sportives comme Anaïck Mainguy, de la *Nouvelle République* n'ont jamais connu de réticences de la part de leurs interlocuteurs, il n'en n'est pas de même pour Barbara Schuster, journaliste sportive aux *Dernières Nouvelles d'Alsace*. Elle se souvient d'une mésaventure vieille de seulement quelques mois : « Mon pire souvenir de journaliste, c'était avec Gilbert Gress, cet été. L'entraîneur éphémère du Racing Club de Strasbourg, entre juin et août. Mes collègues avaient publié des papiers assez virulents sur ses méthodes de travail, pendant que je n'étais pas là. De retour de congé, j'ai moi-même écrit quelques papiers polémiques, mais vraiment dix fois moins méchants que ceux qu'avaient publiés mes collègues masculins. Lors d'un entraînement, il m'a prise à partie, m'a agressée verbalement et m'a bousculée, en clamant haut et fort : « De toute façon une femme n'a pas à écrire sur le foot ! ». Une attitude machiste renforcée par des supporters. « J'ai été entourée d'une cinquantaine de supporters, qui se sont mis à m'insulter et à me traiter de tous les noms ». Un comportement auquel elle ne s'attendait pas. Toutefois, toujours selon la journaliste, certains papiers critiques semblent être excusés d'avance par le simple fait que ce soit une femme qui les ai rédigé, donc une incompétente. « Après un papier un peu critique les gens peuvent se dire : "De toute façon c'est qu'une gonzesse, elle n'y connaît rien", et donc ils laissent tomber », ajoute-t-elle.

## Un traitement différent de l'information ?

Dans les rédactions sportives, certains responsables des ressources humaines à la recherche de nouvelles formules, n'hésitent pas à intégrer des femmes dans une rédaction sportive, espérant ainsi un traitement différent de l'information. Anaïck Mainguy se souvient encore des arguments avancés lors de son recrutement au sport à la *Nouvelle République* : « Ils m'ont dit que ça les intéressait d'avoir une journaliste sportive pour la sensibilité féminine. Selon eux le regard que porte la femme sur le sport est différent de celui des hommes. Mais pour moi il n'y a aucune différence dans la façon

de traiter l'info ». Un argument qui ne fait pas l'unanimité. En effet, pour Isabelle Langé, c'est évident : « la femme amène un autre regard sur l'actualité ». En 1998, lors de la Coupe du monde, elle propose un format « qui ne s'est jamais fait en radio », précise-t-elle: les portraits des 22 joueurs de l'équipe de France racontés par leur famille. « C'était très émouvant ». D'ailleurs, pour Anne Paulou du *Télégramme*, le fait d'être une femme peut aussi être un moyen de rendre le sport plus humain. « On prend des nouvelles des enfants des joueurs, des femmes aussi, surtout si elles viennent d'accoucher. C'est bien car on ne parle pas que de foot », dit-elle l'air amusé.

## **Ces femmes qui font des métiers d'hommes**

Même si en 2009, les femmes sont encore rares dans les rédactions sportives, une évolution se fait tout de même ressentir au fil des années. Malgré les rares curriculum vitae féminins qui arrivent sur les bureaux des recruteurs, les femmes semblent de plus en plus trouver leur place au service des sports. Une situation, qui peut-être, participe également à l'évolution des mentalités que constate Isabelle Langé, journaliste à RTL depuis 1997 : « Je suis une pionnière, j'ai sûrement essuyé les plâtres à la rédaction ». Aujourd'hui, la radio a embauché une nouvelle femme pigiste aux sports, « elle prend moins de scuds et on voit bien qu'il y a un autre respect ». Et ce changement, Hombeline Cabiron de l'Union des Journalistes de Sport en France : « L'époque est en train de changer. ça fait des années que des femmes font des métiers d'hommes ». Comme partout, même si c'est lent, l'évolution est là. Et Anne Paulou de conclure : « C'est un beau métier. Il faut que les femmes le fassent ! ».

### **Pour aller plus loin :**

["Production féminine et domination masculine dans le sous-champ du journalisme sportif", une étude de Nicolas Delorme et Pauline Raul](#)

**« Pour l'émission 100% Foot, j'ai passé un pilote comme n'importe quel garçon »**



1998-2008. Dix ans de journalisme sportif pour Estelle Denis et de nombreux souvenirs dans les rédactions où elle a officié depuis ses débuts. Et le métier de ses rêves ne s'est jamais transformé en cauchemar : de France 2 et TV InfoSport en 1998, à 100% Foot sur M6 jusqu'en 2008, elle aura connu « zéro difficulté » dans ce monde d'hommes. «On ne m'a jamais fait de remarques macho ou autres. Je n'ai jamais eu à faire mes preuves en tant que femme».

Elle qui a voulu percer dans le journalisme sportif dès son adolescence a toujours été passionnée de football et vécu dans des milieux assez masculins. A en croire la jeune animatrice et journaliste, être une femme n'est pas un frein. Pour Estelle Denis, tout semble être une question de tempérament...



## **Jeune, femme... et chef !**

« Mon école, ça a été *Sud Ouest* ». Ancienne espoir du tennis français et passionnée de football, c'est il y a dix ans qu'Audrey Ludwig fait ses premières armes dans le journalisme. Un stage d'observation au journal régional : « Ça c'est très bien passé, après je suis allée taper à la porte du service des sports, pour leur demander un autre stage d'observation ». C'est ainsi que la jeune femme met un pied dans la rédaction. Rapidement, elle enchaîne les CDD pour se retrouver, huit ans plus tard, chef adjointe du service des sports, au siège du journal, à Bordeaux. Une des rares femmes en

responsabilité dans le monde du journalisme sportif d'aujourd'hui. Un poste que la native d'Alsace occupe depuis plus d'un an. « Dans la boîte, les réactions ont été très vives, ça a été un gros choc. Des réactions surtout par rapport au fait qu'une femme prenne des responsabilités ». Et son âge, 33 ans, n'arrange pas les choses : « je cumule deux tares : je suis jeune et je suis une femme ! », dit elle en grimaçant, sourire aux lèvres.

### **« En 60 ans, il n'y a eu que deux femmes aux sports à Sud Ouest Bordeaux »**

« Le sport c'est quand même contraignant, c'est ne pas avoir de week-ends, de soirées, d'horaires. C'est encore pire qu'un journaliste classique de locale qui se tape de temps en temps les conseils municipaux ! Si on a des enfants c'est difficile. C'est peut-être ça qui a longtemps freiné les femmes ». Et qui les freine peut-être encore toujours. Stagiaire ou salariée, depuis ses débuts, Audrey Ludwig n'a jamais eu de difficultés à s'intégrer dans ce monde masculin. Même noyée au milieu des journalistes hommes quand elle couvre Roland Garros chaque année. Mais elle sait que la présence féminine dans les rédactions sportives et sur le terrain intrigue plus d'un. Une « curiosité » pour les collègues comme pour les sportifs interviewés.

<https://www.dailymotion.com/video/xbgfpl>

Et si demain elle devait abandonner le sport ? « Aucun souci ! ». Au moins, on ne la prendra plus pour la secrétaire de la rédaction sportive, quand elle décroche le téléphone... Anecdote.

<https://www.dailymotion.com/video/xbggte>

## Rodolphe Delatoile : « Le web, c'est cauchemar-desk »

Jeudi, 10 Décembre 2009 Tania Gomes et Jérôme Perrot

**Coincé entre Twitter, son blog et son fil AFP, Rodolphe Delatoile nous a confié ses mauvais rêves. Quand ce jeune journaliste (fictif) au sommeil agité ferme les yeux, ce sont tous les nouveaux cauchemars de la profession qui prennent forme.**



« Désolé, j'émerge tout juste. La nuit dernière, j'ai encore pris mon clavier pour un oreiller. Je n'ai même pas pris le temps de me changer ». C'est par ces mots que le bien-nommé Rodolphe Delatoile nous a accueillis chez lui, dans son petit appartement, quartier du Panier à Marseille. « C'est mon jour de repos : on a du temps. Alors comme ça vous faites un reportage sur les journalistes et le Web ? ». Il nous installe au salon, met en route sa cafetière. En moins de dix minutes et quelques allers-retours à son bureau, il trouve le temps de consulter ses mails.

### Les dents du Web

Il nous regarde, met son i-phone dans la poche et lance : « Je sais ce que vous dites... Je n'aime pas forcément le web, mais c'est lui qui m'apprécie ». Rodolphe, le rédacteur de 33 ans, fraîchement titularisé en CDD à *laprovence.com*, espère «

rassembler une foule d'internautes » autour de ses signatures électroniques et, qui sait un jour, sur le papier. Ça fait cinq ans qu'il attendait un contrat. Cinq années qu'il a passé à courir après l'actualité politique, économique, culturelle et sportive de sa ville pour alimenter son blog. Depuis, il n'a pas arrêté, bien au contraire. Et le localier de poursuivre : « La semaine dernière, j'ai rencontré une consœur du *Télégramme*, Catherine Lozac'h, avec qui j'ai discuté des contraintes liées au net. Et tenez-vous bien... on en a tellement parlé que j'en ai fait des cauchemars ». Le mot était lâché. Web, ce soi-disant espace de liberté pour les journalistes angosse Rodolphe. « Je me suis vu en prisonnier de l'information. Livide, amaigri, enchaîné à mon ordi. Avec une avalanche de mails, de messages et de commentaires prêts à dégueuler de l'écran pour m'ensevelir. Pendant ce temps-là, Catherine, d'une voix métallique, me hurlait en boucle dans les oreilles : « Le temps est le gros piège du Net, tu es toujours ou jamais en bouclage... Je suis sûre que tu as encore oublié de manger, de dormir. Mais tu sais... à ce petit jeu, c'est toi qui pose les limites ».

Le journaliste s'interrompt. Il s'agite. Bondit sur son siège d'ordinateur, nous oublie un bon quart d'heure le temps d'un concert de clics. Puis se retourne et réalise que nous sommes toujours là. « Un instant. Je dois relire mes papiers avant leur mise en ligne automatique. La semaine dernière, j'ai publié une bourde. Je suis passé pour un branquignole auprès des internautes. Et au sein de ma rédaction, ce n'est pas passé inaperçu ». Le journalisme de conversation, et la multiplication des procédés interactionnels, ça lui fout la pression. « Vous vous souvenez le 12 octobre dernier, de la vraie-fausse enquête de Laure Noualhat, la journaliste de *Libération* ? Elle titre sur son blog : [« Nos déchets nucléaires sont enterrés en Sibérie »](#). Et là paf, dès le lendemain son collègue des sciences lui coupe l'herbe sous le pied. C'est la bataille des blogs : [il dément son scoop](#). Eh bien moi, je ne veux pas finir décrédibilisé ! ».



## Chasse à la marque

Sur le web, fini les contraintes rédactionnelles, économiques, organisationnelles. L'expression et la confrontation à l'opinion de tous garantissent, selon Rodolphe, « un média de qualité et une plus grande visibilité pour son travail ». Il sait que certains recruteurs sont sensibles à la « marque » des journalistes : « J'ai lu que le rédacteur en chef du *Post*, [Benoît Raphaël, consultait les blogs](#) pour mesurer le « [personal branding](#) » des ses futures recrues, c'est fou ! ».

Internet, pour la carrière de Rodolphe, c'était « plein d'opportunités offertes », un peu comme un Eldorado. Il s'est d'ailleurs violemment « pris la tête » à ce sujet avec le journaliste du *Monde interactif*, Jean-François Fogel, lors d'un colloque multimédia. « Je me souviens encore des derniers mots de l'auteur de *La presse sans Gutenberg* : « Les journalistes ne sont pas des conquistadors, et le web n'est pas un lieu où l'on s'enrichit facilement ». Ça m'a refroidi, surtout que mon redac chef ne veut pas entendre parler de mon transfert sur le « print ». Il faut que je me fasse à cette idée : je vais continuer à payer mes factures en trimant pour le Web. Je peux toujours me brosser pour avoir la même fiche de paye que mes collègues du papier », s'indigne t-il. Rodolphe incline la tête, grimace, fait craquer ses cervicales. « En plus, le 25 septembre dernier, je suis tombé sur une note de service du *Washington Post*. Elle incite ses journalistes, en gros, à arrêter la diffusion d'infos sur les réseaux sociaux ou à faire preuve de réserve, un peu comme un fonctionnaire. Sans compter [mon camarade de I-télé](#) à qui la rédaction a gentiment dit de fermer son blog ».



## Digestion difficile

Rodolphe prend un air inquiet, avale une gorgée de café. Il prend subitement son téléphone, s'excuse avant de décrocher, et s'esquive dans sa cuisine. Le journaliste n'est resté en place que vingt minutes. Journaux en vrac, imprimante dégoulinante, évier plein de tasse à café : son appartement ressemble à son lieu de travail. Vie professionnelle, vie privée : tout a l'air de se mélanger. Derrière le mur, le ton monte. Rodolphe semble s'accrocher avec son chef de service. Sur le thème « tu sors des infos pour ton blog ou pour notre journal ? ». Une porte claque. Le journaliste réapparaît et souhaite mettre un terme à notre entretien. Qu'est ce qui peut bien l'inquiéter à ce point ? Ni dans Hadopi 2, ni ailleurs, il n'y a rien d'écrit noir sur blanc, sur la liberté individuelle du journaliste face au web. Sur le pas de sa porte, il tient quand même à nous raconter « un autre de ses cauchemars : le pire » selon lui. Un vrai film-catastrophe. « On a discuté avec Stéphane Guillebaud, le secrétaire général de *Sud Ouest*, et je me suis mis martel en tête sur la répartition de mon travail. Il m'a dit : « être journaliste 7 jours sur 7, 24 heures sur 24 aujourd'hui en 2010, ce n'est plus vrai. Tu n'es pas seulement l'observateur de la comète d'Einstein en train de se déplacer dans la galaxie, mais les réalités du monde s'appliquent aussi à toi. ». Ça m'a mis la puce à l'oreille. En fait, je crois que le terrain me manque », conclut-il dans un sourire avant de refermer la porte.

Dans dix ans, Rodolphe ressemblera peut-être à ça :

