

LE JOURNAL *à l'école*



Un journal,
comment
ça marche?

2



La page Une,
couverture
ou vitrine

3



Les rubriques
d'un
quotidien

4



Les sources
d'information

5



Les genres
journalistiques

6



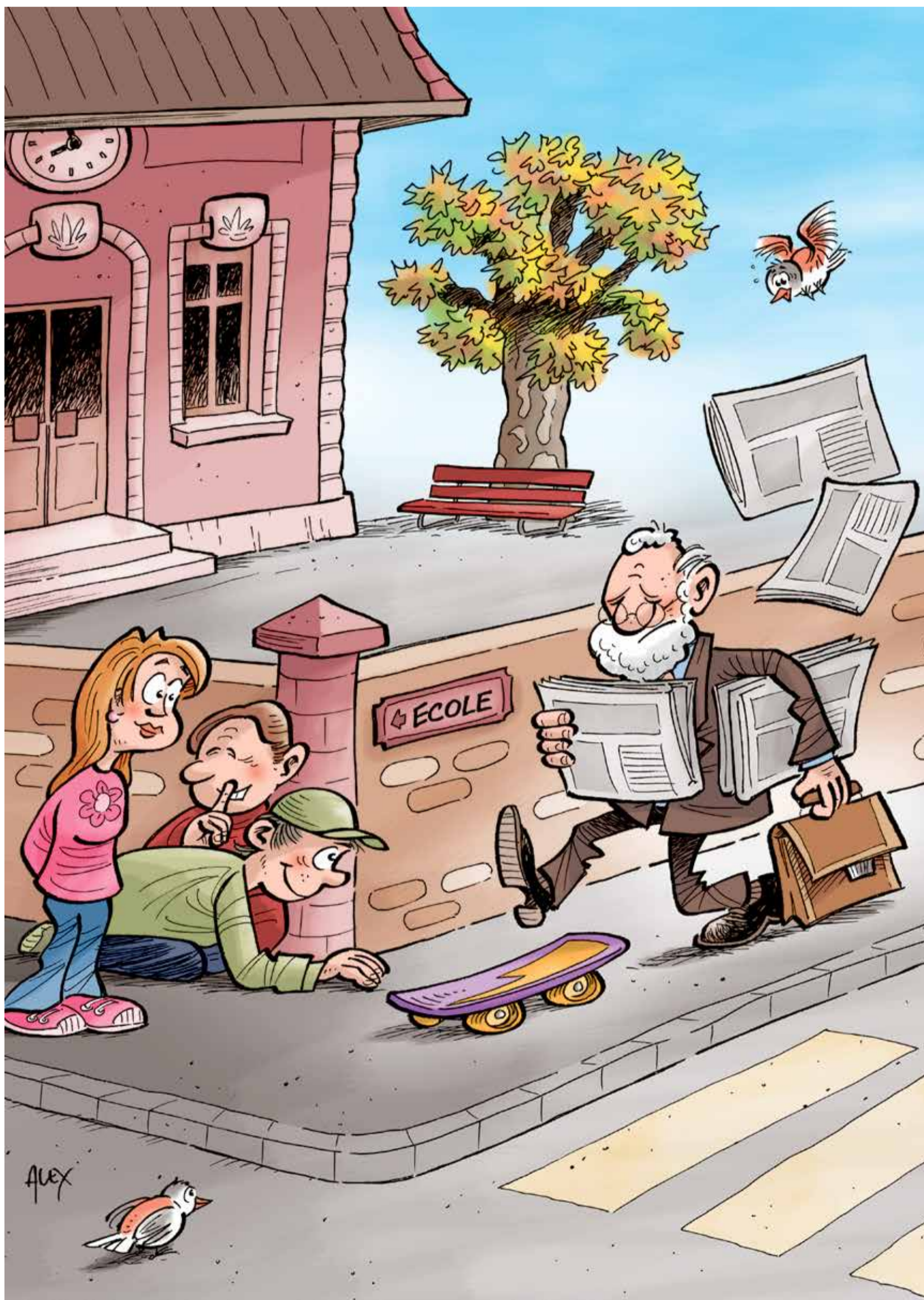
Les médias
à l'ère du
numérique

7



Un jour
dans la vie
d'un journal

8



Le Journal à l'école

5^e édition, 2017

Édité et publié à Fribourg par

LA LIBERTÉ

www.laliberte.ch/ecole

Distribué par l'Office cantonal
du matériel scolaire
1763 Granges-Paccot
www.ocms-fribourg.ch



Dossier pédagogique à l'usage des élèves
des CO fribourgeois et romands

Cet exemplaire appartient à:

Nom: Prénom: Date:

Un journal, comment ça marche?

Un quotidien d'information publié sur papier ou disponible sur les supports numériques (édition e-paper, fichier PDF) est chaque jour différent dans ses contenus mais identique dans sa structure (chemin de fer) et dans ses rubriques.

Un quotidien offre à ses lecteurs un panorama de l'actualité. Au fil des cahiers et des pages se succèdent les informations internationales, nationales, économiques, régionales, sportives, culturelles, sans oublier les faits divers et les articles people (les gens, les vedettes). Cette multiplicité d'articles requiert une mise en forme rigoureuse qui s'organise grâce au schéma de la maquette. Le graphisme de la maquette respecte un style. Il s'agit de ne pas égarer le lecteur, de lui offrir un climat visuel dans lequel il peut entrer sans difficulté et se retrouver sans heurts, d'une page à l'autre.

La page et les colonnes

Chaque page du quotidien constitue une mosaïque de textes et d'images juxtaposés. C'est la grande différence avec la page d'un livre où un seul texte occupe en général toute la surface.

Pour mettre en valeur un article par rapport à un autre, la page du journal est divisée en un certain nombre de colonnes verticales. La disposition du texte sur ces colonnes étroites facilite la lecture.

La hiérarchie

Le choix du nombre de colonnes sur lesquelles est disposé le texte permet de mettre en valeur une information par rapport à une autre. Grâce à ce dispositif graphique, les journalistes peuvent créer une hiérarchie, indiquer aux lecteurs, sans le dire, quelle est l'information la plus importante de la page. Par exemple, un article disposé sur quatre colonnes ou plus, surmonté d'un titre en gros caractères et accompagné d'une photo de grand format permet immédiatement de voir qu'il s'agit de l'événement le plus important.

Le lecteur peut ainsi, en parcourant la page du regard, savoir instantanément ce que les journalistes jugent le plus important parmi les événements rassemblés sur cette surface.

TÊTIÈRE

4 | INTERNATIONAL

MERCREDI 1er FÉVRIER LA LIBERTÉ

SURTITRE

Les nouveaux rebondissements du «Penelopegate» mettent le candidat dans une situation très délicate

TITRE

Nouvelles révélations sur Fillon

SIGNATURE

« BENJAMIN MASSE, PARIS

MOT-CLÉ

France « L'addition se corse. Ce serait finalement plus d'un million d'euros qui auraient touché la femme et les enfants de François Fillon, de manière pour le moins contestable. Une somme largement revue à la hausse, après une nouvelle salve de révélations du Canard Enchaîné, dans son numéro paru hier. D'abord, Penelope Fillon a perçu, au total, au titre de son travail en tant qu'assistante parlementaire de son époux, non pas 500 000 euros, comme indiqué dans un premier temps, mais plus de 830 000 euros. Et ses deux enfants. Une différence que le Canard explique de deux manières: d'abord, parce que le «Palmepe» s'est remis compte que Penelope n'avait pas été salariée par son mari seulement à partir de 1998, comme indiqué dans son questionnaire, mais déjà entre 1988 et 1990. Par ailleurs, en affinant ses calculs, l'hebdomadaire s'est aperçu qu'il avait minoré les sommes touchées par l'épouse de Fillon. En ajoutant les 100 000 euros versés par la Remède des Deux

ARTICLE PRINCIPAL



Mondier, c'est donc plus de 930 000 euros qu'aurait reçus en tout Penelope Fillon. Mais ce n'est pas tout. Toujours selon le «Palmepe», le Sarthois aurait également salarié deux de ses enfants quand il est devenu sénateur, à partir de septembre 2015. Ils ont été eux aussi embauchés en tant qu'assistants parlementaires. Sa fille, Marie, a travaillé pour lui du 1er octobre 2015 (soit deux ans avant qu'elle ne devienne avocate), au 31 décembre 2016, pour un peu moins de 40 000 euros brut mensuels. C'est ensuite son fils Charles qui a pris le relais, jusqu'à la nomination de son père à Matignon en 2017, pour un salaire brut de 4846 euros mensuels. Au total, le pactole empoché par les deux enfants Fillon s'élève à 84 000 euros brut. Le tout pour des missions que le Canard qualifie de «salaires à l'essai».

pas non plus de permanence dans la Sarthe. Bien sûr, Fillon a dénoncé une «opération de colmatage très professionnelle». Ses soutiens ont également eu beau jeu de rappeler les casseroles de ses principaux adversaires. Emmanuel Macron - mis en cause pour avoir utilisé les fonds de Bercy pour sa campagne - mais aussi Marine Le Pen - qui, en tant qu'eurodéputée, aurait versé des sommes issues du Parlement européen à deux assistants parlementaires travaillant essentiellement pour le Front national.

François Fillon a dénoncé une «opération de colmatage très professionnelle»

Mais pour l'heure, c'est bien le candidat des Républicains qui se trouve le plus violemment déstabilisé. Si l'enquête aboutissait à des conclusions défavorables pour lui - ou même si les sondages devaient acter son incapacité à accéder au second tour - Fillon pourrait bien n'avoir d'autre choix que de se retirer. »

ILLUSTRATION

Il s'agit de ne pas égarer le lecteur, de lui offrir un climat visuel dans lequel il peut entrer sans difficulté et se retrouver sans heurts, d'une page à l'autre.

INTERTITRE

ENTREFILET

LÉGENDE

Le scandale concernant son épouse Penelope et ses enfants pourrait coûter cher à François Fillon. Keystone

FRANÇOIS BAYROU PRESQUE CANDIDAT

Candidat ou pas pour un quatrième mandat à l'Élysée ? Le patron du Modern François Bayrou fait durer le suspense. Il a annoncé hier soir qu'il déclarerait une éventuelle candidature à la présidentielle «à la mi-février». Invisibilité du journal télévisé de TF1 hier soir, le candidat s'a donc pas officiellement sa candidature mais a fait un grand pas dans cette direction. ATS/AFP

Les casseroles des autres Par ailleurs, la justice poursuit ses investigations. Hier matin, une perquisition a été effectuée à l'Assemblée nationale, dans le cadre de cette affaire. Les enquêteurs n'auraient retrouvé au palais Bourbon ni badge ni adresse mail au nom de l'épouse de François Fillon, qui n'avait

ARTICLE SECONDAIRE

Manille veut l'aide de la Chine

Piraterie « Le président philippin Rodrigo Duterte a demandé la piraterie et les groupes islamistes. Il veut qu'elle envoie des navires patrouiller dans les eaux du sud des Philippines. S'exprimant hier devant des généraux de l'armée, le chef de l'Etat a dit avoir sollicité l'aide de Pékin pour lutter contre le groupe Abu Sayyaf, affilié à l'organisation Etat islamique, et aux enlèvements. D'autre part, la police philippine s'est peut-être rendue coupable de crimes contre l'humanité en tuant des milliers de trafiquants de drogue présumés, a dénoncé hier Amnesty International. » ATS/REU

CHAPEAU

BRÈVES

L'acte d'un étudiant nationaliste

Québec « Alexandre B., étudiant québécois de 27 ans, est accusé d'avoir tué, par balles, six personnes qui priaient dans la Grande Mosquée de la ville de Québec, dimanche soir. Les yeux braqués au sol, Alexandre B. a écouté, lundi, les onzième chefs d'accusation pour lesquels il est inculpé par la justice canadienne. Six pour «meurtres avec préméditation» et cinq pour «tentatives de meurtres avec armes à feu». Dans les jours à venir pourraient s'y ajouter des accusations liées au «terrorisme» et «atteinte à la sécurité nationale». Selon les enquêteurs, dimanche à 19h45, l'étudiant de 27 ans entre, cagoulé, dans le Centre culturel islamique de Québec, dans le quartier de Sainte-Foy et tire sur des hommes qui, au rez-de-chaussée, sont en train de prier. Karim H., analyste informatique et père de trois filles, reçoit une balle dans le dos qui lui transperce le poulmon droit. Avec lui perdent la vie cinq hommes: Mamadou T., 42 ans, Khalid B., 60 ans, Aboubaker T., 44 ans, Zazeddine... » ATS/REU

MAISON D'HITLER NOUVEAU BRAS DE FER Les propriétaires de la maison natale d'Hitler refusent la récente vente forcée de son bien à l'Etat autrichien qui veut en faire un musée. Ils ont décidé de contester l'expropriation en justice décidée par le parlement. Le juge a-t-il autorisé la vente de source judiciaire. ATS

MUSIQUE MORT DU CHANTEUR D'ASIA Le chanteur britannique du célèbre titre «Heat of the Moment» du groupe Asia, John Wetton, est décédé hier à l'âge de 67 ans d'un cancer du colon. Son épouse avait prévu de reprendre la route en mars pour une tournée en Amérique du Nord. ATS

TURQUIE LE TOURISME EFFONDRE Les revenus du tourisme en Turquie ont baissé de près de 30% en 2016, selon les chiffres officiels publiés hier par l'Office national des statistiques. L'année passée a été marquée par de nombreux attentats meurtriers et un coup d'Etat manqué. ATS

DONBASS MOSCOU ACCUSE KIEV Le Kremlin a accusé hier les forces ukrainiennes d'avoir lancé la veille une attaque contre les séparatistes du Donbass. De son côté, Kiev avait déclaré lundi que sept soldats ukrainiens avaient été tués dans une attaque des séparatistes. ATS

TOUS LES BLESSÉS HORS DE DANGER

Les cinq blessés dont le pronostic vital avait été engagé à la suite de la fusillade de dimanche à la mosquée de Québec sont maintenant hors de danger. Le bilan définitif de cette tuerie est de six morts, a confirmé hier le corps médical. Sur la cinquantaine de fidèles présents dimanche pour la prière du soir à la mosquée Sainte-Foy à Québec, six avaient été tués et huit blessés, dont trois plus légèrement. L'hôpital de l'Enfant-Jésus «a reçu cinq patients qui étaient blessés sévèrement. Lundi, deux restaient dans un état critique et trois dans un état stable», a indiqué hier Geneviève Dupuis, directrice adjointe des communications, lors d'un point de presse. Hier, quatre personnes restaient hospitalisées mais leurs jours ne sont plus en danger, a-t-elle indiqué. ATS/AFP

Publicité Micarna: Toutes nos félicitations! Le 1er février 2017, Monsieur Berset Christophe fête ses 20 ans d'activité chez Micarna SA. Nous le remercions sincèrement de son dévouement et de sa fidélité en faveur de Micarna SA et lui adressons tous nos vœux de bonheur et de succès, aussi bien dans son activité professionnelle que dans sa vie privée.

Le chemin de fer

Tableau du chemin de fer avec des cases pour les rubriques: UNE, PUB, FJ, INTER, ÉCONOMIE, BOURSE, SUISSE, SUISSE, FORUM, RÉGIONS, VAUD, SERVICES, SPORT, MAGAZINE, TV, MAGAZINE, AVANT-DER, DER.

Le chemin de fer d'un journal concerne sa structure, son plan interne. L'ordre d'apparition des rubriques (par exemple International, Suisse, Economie, Régions, Sport, etc.) demeure inchangé de manière à permettre aux lecteurs de rapidement se repérer. Cette disposition s'apparente à un train dont les wagons seraient accrochés les uns

derrière les autres selon une composition identique à chaque rame de train. Dans un journal d'un seul tenant, le chemin de fer est linéaire, de la première à la dernière page. De nombreux journaux, en Suisse notamment, sont composés de plusieurs cahiers (entre deux et quatre).

Cela permet d'atteindre une pagination plus élevée. Chaque cahier fonctionne comme un petit journal, le chapitre d'un ensemble. D'un point de vue pratique, cette disposition en cahiers permet au lecteur de choisir par où il commence. Si le journal est lu par plusieurs personnes en même temps, elles peuvent se le partager.

Un exercice et trois questions

Voici un exercice pratique très simple. Prends le journal qui t'a été distribué et établis-en le chemin de fer des pages rédactionnelles. Pour y parvenir, tu disposes d'un schéma à gauche. Chaque case représente une page du journal. Indique au milieu de la case le nom de la rubrique inscrit dans la tête (Int pour International, CH pour Suisse, Eco pour économie, Reg pour Régions, SP pour Sport, Mag pour les pages Magazine). Puis ton travail achevé, réponds aux trois questions suivantes:

- 1. Dans quel ordre apparaissent les rubriques de ce journal?
2.1 Est-ce que le journal accorde ce jour-là plus de pages à une rubrique? Laquelle?
2.2. Peux-tu fournir une explication à cette différence?
3. Quelle rubrique t'intéresse le plus dans la partie du journal sur laquelle tu as travaillé?

LEXIQUE

- SURTITRE: Texte qui résume en quelques mots l'essentiel d'un article. Avec le titre, il doit permettre au lecteur de faire son choix: lire le texte en entier ou passer à un autre article.
CAHIER: Partie détachable de certains quotidiens. Les titres romands comptent de deux à quatre cahiers. Cette disposition en cahiers permet de répartir de manière claire les rubriques qui composent le journal.
CHEMIN DE FER: Il désigne la structure interne d'une publication et l'enchaînement des rubriques.
TÊTIÈRE: Partie supérieure de la page contenant des indications pratiques: numéro de la page (folio), rubrique, date, nom du journal.
HIÉRARCHIE: Le lecteur, grâce à la mise en page, va repérer tout de suite l'information la plus importante. Les articles secondaires, eux, sont moins mis en évidence.
MAQUETTE: Modèle type de page de journal sur lequel le journaliste ou le maquettiste dessine les blocs qui symbolisent les titres, les textes et les illustrations. Par extension, la maquette désigne aussi le style graphique d'un journal.
RUBRIQUE: Section d'un journal qui revient chaque jour avec les mêmes domaines, par exemple International, Economie, Suisse, Régions, Sport, Magazine et Services (TV, Météo, Agenda). L'indication de la rubrique figure généralement en tête de page.

La page une, couverture ou vitrine

La première page d'un journal papier, la une, joue un rôle particulier, ce qui est aussi le cas pour l'e-paper. Elle correspond un peu à la couverture d'un livre ou d'un manuel. Au premier coup d'œil, cette page doit permettre d'identifier le journal, par son nom (logo) et par son style graphique.

Le journal utilise sa page une comme un magasin sa vitrine, pour mettre en valeur ses produits. Il place en ses informations les plus importantes. Le choix opéré parmi ces informations lui permet d'affirmer sa personnalité. Un journal sérieux placera en tête un événement international tandis qu'un quotidien populaire préférera composer sa une avec les déboires d'une vedette ou un fait divers. D'un journal à l'autre, le statut des textes placés en une diffère également.

Dans certains tabloïds, la page une n'est composée que d'une grande photo et d'un gros titre. Dans un autre cas, le journal propose sur la une plusieurs résumés (amorces) des articles les plus importants. Dans d'autres cas enfin, le journal place en page une les deux ou trois articles qu'il estime les plus importants ainsi qu'un éditorial (commentaire).

Se retrouve aussi en une un sommaire qui correspond à une petite table des matières, indiquant la position dans le journal des pages hors actualité, qu'il s'agisse des jeux, de la météo, des programmes TV et cinéma, etc.

Enfin, au-dessus du logo du journal sont parfois placés des petits titres, souvent accrocheurs, destinés à stimuler la vente du journal au présentoir des kiosques.

Une vitrine (à gauche) et une rédactionnelle (à droite). Format: les quotidiens suisses ont tous adopté le format 45 x 32 cm, baptisé «faux berlinois».

Les styles de la une

Le style de la une des journaux évolue régulièrement. Mais le système d'organisation de cette page peut se résumer à trois catégories.

Vitrine Aucun article dans ce type de page mais de grandes photos, des titres très gros et de courts textes qui servent à exposer en une minute ou deux les points forts du contenu du journal. La presse à sensation (ou à scandale) recourt à ce type de Une en utilisant un maximum de couleurs, dans les photos et les titres.

Vitrine mixte Ce type de page une correspond en quelque sorte au sommaire du téléjournal. Sur cette première page figurent les trois, quatre

ou cinq sujets d'actualité les plus importants traités sous forme d'amorces, avec une illustration, parfois de grande taille. En complément, cette une rassemble une série de sujets secondaires traités sous forme de sommaire développé (un titre bref et quelques lignes de texte).

Rédactionnelle Ce type de une est réservé aux journaux pour lecteurs exigeants. Pas de grandes illustrations et de gros titres mais une combinaison d'articles et de chroniques (commentaire, éditorial) ou de résumés d'articles. Parfois ces journaux font commencer en une un article qui se poursuivra à l'intérieur du journal. Cela s'appelle une «tourne».

La Liberté, par exemple, propose des unes vitrine (ci-dessus) ou mixtes (ci-contre) en fonction de l'actualité.

Le format du journal

Le format désigne la dimension d'une page de journal. La tendance dans la presse quotidienne a été, à une certaine époque, à la réduction du format, quand des journaux (dont *Le Blick*, avant de revenir en arrière, et *Le Matin*) ont utilisé le format tabloïd qui consiste à diviser par deux la dimension habituelle.

Les quotidiens gratuits utilisent ce petit format, plus commode à manipuler dans les transports publics.

Il n'existe plus que quatre formats types dans le monde. Le plus grand est utilisé dans la presse quotidienne allemande. C'est le berlinois (57 x 40 cm). En Grande-Bretagne, on parle du format Times (58 x 37 cm). Aux Etats-Unis, le format des journaux est plus étroit et plus long, plutôt oblong (58 x 31 cm). En Suisse et dans de nombreux pays d'Europe, la presse quotidienne s'imprime sur un format réduit aussi appelé «faux berlinois» (45 x 32 cm).

Trois questions

1. Quel est le format du Journal à l'école que tu es en train de lire?
2. Quel est le format du quotidien que tu lis en parallèle?
3. Comment s'appelle le demi-format des journaux gratuits, publiés en Suisse ainsi qu'ailleurs en Europe?

Le Matin a opté pour le format tabloïd (demi-format, soit 32 x 23 cm). Libération aussi (41 x 29 cm).



Les rubriques d'un quotidien

La Suisse et le monde



Les médias suisses dans leur ensemble accordent une place significative aux informations du monde. Cet intérêt pour la politique internationale est caractéristique. Dans d'autres pays, les Etats-Unis par exemple, la presse régionale ignore la plupart du temps le reste du monde, à moins qu'un événement qui s'y déroule ne concerne, voire ne menace les intérêts des Américains.

L'importance de la rubrique internationale dans la presse suisse trouve ses racines dans l'histoire particulière et la situation économique de notre pays. Enclavée dans l'Europe, la Suisse dépend de ses grands voisins pour son approvisionnement et pour ses activités économiques.

La taille de la Suisse contraint son industrie à exporter une grande partie de sa production partout dans le monde. C'est pourquoi des événements (guerre,

crise économique, catastrophe naturelle) qui éclatent dans des pays, parfois très lointains, peuvent entraîner des conséquences directes en Suisse et sur les lecteurs. D'où l'intérêt porté par ces derniers.

Berne accapare l'attention

La Suisse est une confédération de 26 mini-Etats. Mais c'est dans la capitale à Berne, au Palais fédéral, que la vie politique se déroule pour l'essentiel. C'est pourquoi la rubrique nationale des quotidiens de ce pays est bien étoffée.

La rubrique suisse a pour tâche de rendre compte, parfois au jour le jour, des débats au Parlement fédéral (Conseil national et Conseil des Etats), d'expliquer aux lecteurs quels sont les enjeux de ces débats et les conséquences pour chacun.

La région dans le journal

La plupart des journaux quotidiens suisses restent ancrés dans un canton. Il n'existe pas de quotidien national, la Suisse étant plurilingue et fédérale. Seuls un ou deux titres s'adressent à toute la Suisse, alémanique ou romande.

C'est pourquoi les informations régionales occupent une grande place dans les quotidiens. La rubrique régionale joue un rôle primordial pour les lecteurs car les informations publiées dans ces pages les concernent de près.

Les articles de la rubrique régionale sont généralement répartis selon deux échelons en fonction de l'importance des informations et de la répartition géographique.

ÉCHELON CANTONAL

A ce niveau, les informations s'adressent à tous les lecteurs, qu'il s'agisse de décisions politiques (nouvelles lois, horaire des magasins, taxes),

économiques (ouverture, fermeture d'entreprise), sociales (aide aux chômeurs, etc.) ou judiciaires (compte rendu de procès, etc.).

ÉCHELON RÉGIONAL

Le journal juxtapose dans la deuxième partie de sa rubrique régionale des articles et des informations qui ne s'adressent successivement qu'à une partie de ses lecteurs qui vivent dans un district, une région ou une localité.

En général, ces informations locales sont moins développées que celles qui concernent tous les lecteurs de ce canton. La rubrique régionale publie également des portraits de personnalités, connues ou inconnues, dont la vie mérite d'être contée. Enfin, la rubrique régionale rend compte de la vie culturelle et des loisirs organisés dans la région, soit par des articles de présentation (avant-scènes) soit par des critiques de spectacles.



TROIS LOIS

Le mort/kilomètre

Les informations diffusées par une rédaction sont sélectionnées en fonction de plusieurs critères. Elles reposent sur trois lois de proximité.

1. Proximité géographique

L'expression du «mort/kilomètre» résume ce critère. Un événement anodin qui s'est produit à l'autre bout du globe n'intéresse a priori pas le lecteur romand car il ne se sent pas concerné. Selon cette loi, plus grande est la distance, plus il faut que le bilan humain (nombre de morts ou de blessés) soit grave pour que les médias en parlent.

C'est le cas des catastrophes naturelles: un tremblement de terre qui provoque des milliers de morts sur un autre continent sera mentionné dans tous les journaux du monde. Un avion qui s'écrase avec 200 passagers aussi.

En revanche un accident mortel de la circulation n'intéresse que les lecteurs de la région où il s'est produit. Pour que cet accident fasse l'objet d'un article à l'attention d'une autre région, il faudrait, par exemple, que la victime y ait habité (par exemple un automobiliste de Fribourg se tue en Valais) ou que les circonstances de l'accident soient inhabituelles, voire spectaculaires.

2. Proximité temporelle

Le lecteur s'intéresse en priorité aux événements récents qui viennent de survenir. Un fait divers sans gravité, s'il n'est pas porté à la connaissance des médias dans un délai relativement bref, ne sera plus mentionné par la suite. La raison en est simple: entre-temps de nombreux faits divers assez identiques seront survenus.

3. Proximité affective

Cette loi constitue le ressort de la presse à sensation ou à scandale. Les affaires de cœur d'une vedette, les ennuis d'argent d'une célébrité, la fortune d'un grand sportif, toutes ces informations de nature privée sont, en théorie, sans importance pour la marche du monde. Et pourtant ces informations futiles et inutiles, car sans signification politique ou sociale, occupent pas mal de place dans les médias. La raison de cette distorsion renvoie à certains traits de la nature humaine (sexe, argent, envie, jalousie, violence, etc.).

LE FAIT DIVERS

Accident de la route, incendie, vol, cambriolage, agression: le fait divers, noir en l'occurrence, intéresse toujours autant les lecteurs. En principe les journaux et les médias ne diffusent que des informations d'intérêt général. Or le fait divers, la rubrique des chiens écrasés, comme on l'appelait autrefois, ne concerne souvent qu'une ou deux personnes.

Comment expliquer l'intérêt du public pour ces informations? La curiosité humaine en est sans doute la raison principale. Mais il en est d'autres qui renvoient à la nature du fait divers. C'est une histoire simple avec une victime, ou un héros, des larmes, du sang, parfois du sexe, autant d'éléments qui peuplent l'imaginaire humain depuis la nuit des temps et nourrissent la mythologie.

La presse ne s'intéresse d'ailleurs pas qu'aux faits divers noirs et tristes. Il existe des faits divers roses (le gagnant du gros lot à la loterie) et des événements hors normes, drôles ou cocasses. Les médias, surtout numériques, raffolent de ces perles qui introduisent une note de gaieté dans un univers à dominante sombre.



Les sports, un univers en soi

Dans un quotidien, la rubrique sportive constitue un univers à part entière. C'est le monde de l'exploit, du dépassement de soi, de la compétition, de la victoire mais aussi de la défaite.

Il n'existe pas encore de quotidien sportif en Suisse, mais dans d'autres pays ils ont beaucoup de succès, certains d'entre eux sont même gratuits.

La rubrique sportive d'un quotidien doit faire chaque jour des choix difficiles sous peine d'être débordée face à l'abondance

exponentielle de l'actualité. Car les disciplines sportives se multiplient, les compétitions sont toujours plus nombreuses, les dieux des stades et des pistes en continuel renouvellement.

Les pages Sport des quotidiens régionaux multiplient ainsi les niveaux. Pour une même discipline, on passe de l'international au national puis au régional, enfin au local qui n'est pas le moins important pour les lecteurs.

Ce phénomène a pour conséquence de menacer la rubrique sportive d'explosion.

Le magazine et le people

Un quotidien apporte chaque jour une moisson d'informations recueillies au cours des dernières 24 heures. Mais les lecteurs ne s'en contentent pas. Ils veulent aussi pouvoir s'évader, trouver des infos pratiques, jeux, conseils. C'est pour répondre à cela que les rubriques Magazine et People (les gens) n'ont cessé de se développer.

Les pages magazine rassemblent des articles culturels, scientifiques, de santé (médecine, bien-être), des sujets de société (jeunes, famille, couple, travail, formation) ainsi que des articles liés aux loisirs (voyages, vacances, hobbies, gastronomie).

People (les gens): cette rubrique s'intéresse aux vedettes de la TV, du cinéma et autres célébrités. De telles news ne dépassent en général pas le niveau des potins. Ces anecdotes et autres histoires brèves qui se colportent d'une radio à un magazine, d'une TV à un journal, sans oublier internet et les réseaux sociaux, n'ont évidemment pas un très haut degré de vérité. Mais en principe les vedettes s'en accommodent car cela fait partie du jeu, leur permet parfois de renforcer leur célébrité.

En soi, cette tendance n'est pas nouvelle. L'homme a toujours éprouvé le besoin de s'entourer de héros, de personnages à admirer, à imiter, voire à jalouser.



Les sources d'information

La première tâche du journaliste consiste à vérifier les informations qu'il reçoit. Supposons que vous soyez le témoin d'un accident de la circulation ou bien d'un incendie qui éclate dans votre voisinage: vous allez peut-être contacter la rédaction pour annoncer cet événement.

Vous êtes la première source d'information de cet événement. Le journaliste enregistre votre information ainsi que vos nom et adresse. Puis il se rend sur place et/ou prend contact avec la police ou les pompiers pour vérifier cette information, entendre leur version des faits.

Cette démarche ne signifie pas qu'il ne vous fait pas confiance. Mais le premier de-

voir du journaliste consiste toujours à chercher et à obtenir au moins deux sources d'information distinctes pour annoncer un événement dont il n'est pas le témoin direct.

Tous les articles sont en principe signés du nom du journaliste ou de l'agence de presse dont est tirée l'information.

Dans son article, le journaliste va noter la ou les sources d'information qu'il a utilisées. Ainsi peut-on lire des formules types telles que «selon la police», «d'après le commandant des pompiers», ou d'autres formules: «a déclaré tel témoin ou telle personne». Ce procédé vise à authentifier l'information en indiquant sa provenance.

Les agences de presse

Les différentes agences de presse ont pour mission principale de collecter des informations, de les vérifier (règle des deux sources indépendantes) et enfin de les transmettre à leurs clients: en particulier les journaux, les radios, les chaînes de télévision, les sites internet. Trois agences de presse internationales couvrent le monde: une agence américaine, Associated Press (AP), une agence britannique, Reuters, et une agence française, l'Agence France Presse (AFP).

Ces agences emploient des milliers de journalistes répartis sur l'ensemble du globe. A toute heure du jour et de la nuit, dès qu'un événement survient, qu'une conférence de presse se tient ou encore qu'a lieu une compétition sportive ou un grand rendez-vous culturel, ces journalistes envoient rapidement des dépêches (nouvelles) à leur siège qui les redistribue ensuite à ses clients, autrement dit les médias.

AGENCES SUISSES

Les médias suisses disposent d'une agence nationale. L'Agence télégraphique suisse (ATS) diffuse, de Berne, en trois langues (allemand, français, italien) des informations qui concernent la Suisse aux niveaux politique, économique, sportif, culturel et des faits divers. L'ATS a pour seconde tâche de sélectionner des informations internationales à par-

tir des services de deux grandes agences mondiales, Reuters et AFP, de les traduire dans les langues nationales et de les diffuser à ses clients, autrement dit les médias suisses.

LES AGENCES DE PHOTO

Les médias, même la presse écrite, ne produisent de loin pas que des textes: l'illustration occupe une place importante dans les journaux. La photographie tient le premier rôle dans l'illustration, mais elle n'est de loin pas la seule. L'infographie, le dessin et la caricature complètent ce tableau (voir ci-contre).

Pour la photographie, les rédactions disposent de plusieurs sources: elles emploient des reporters-photographes chargés de l'illustration régionale. Pour les photos internationales, la presse fait appel à des agences mondiales (AP, Reuters, AFP).

En Suisse, la presse dispose de l'agence Keystone à Zurich qui cumule les deux domaines. Elle diffuse chaque jour à ses clients des photos sur des événements politiques, économiques, sportifs et culturels qui se sont produits en Suisse.

Il faut savoir que l'agence Keystone réceptionne, sélectionne et diffuse également les photographies d'actualité internationale (politique, faits divers, sport, people) produites par l'agence américaine Associated Press (AP).

L'information est diffusée en priorité avec des textes, mais les illustrations (le visuel) ont pris une large place dans les pages. Trois types d'illustrations sont utilisés par la presse quotidienne: la photographie, l'infographie et le dessin de presse (caricature ou dessin éditorial).

L'illustration: photo, infographie, dessin



Donald Trump (à gauche), élu président des Etats-Unis, a prêté serment à Washington en présence de son prédécesseur Barack Obama. Photo Keystone du 20 janvier 2017

Toute photo diffusée dans un média est obligatoirement accompagnée d'une légende.

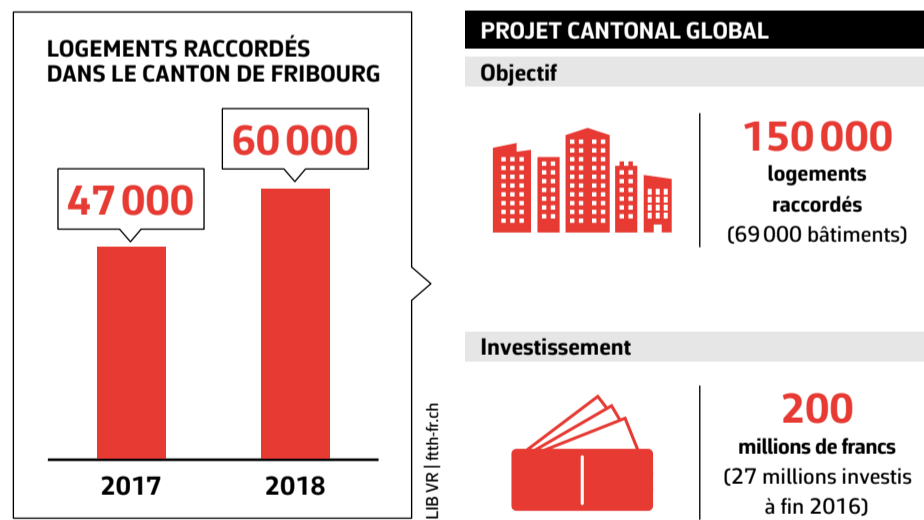
La légende est une ligne de texte disposée sous la photo ou à côté. La légende indique le contenu de la photo, le nom de la ou des personnes représentées, l'endroit où la photo a été prise, ou plus généralement le sujet et l'événement représentés. La légende indique aussi la source, c'est-à-dire le nom du photographe ou de l'agence de photo (Keystone, Reuters, AFP) qui a diffusé cette image.

1. La photographie Les photographies publiées dans les médias proviennent d'agences de presse (Keystone, AFP, Reuters) qui diffusent via internet des images d'actualité quotidienne. Sur le plan régional, les photos sont réalisées par des reporters-photographes engagés par les rédactions, qui recourent aussi à des photos tirées de leurs propres archives.

Grâce à l'évolution technologique, les journaux utilisent parfois des photos d'amateurs prises avec un téléphone mobile quand ces personnes ont été par hasard témoins d'un événement.

La fonction première de la photo de presse est d'informer sous forme visuelle. Mais les photos publiées servent d'illustration. La présence d'une photo crée un point visuel fort dans l'article pour capter l'attention du lecteur.

DÉPLOIEMENT DE LA FIBRE OPTIQUE



Les chiffres clés de la fibre optique. Infographie publiée dans La Liberté du 2 février 2017

OBJECTIVITÉ ET VÉRITÉ

En journalisme, on ne parle pas d'objectivité mais plutôt de neutralité et d'honnêteté intellectuelle. Informer, c'est dire la vérité mais c'est aussi choisir, à tous les stades du processus. Choisir les faits à retenir comme significatifs, choisir les mots pour rédiger le titre, décider de la présentation graphique et de l'emplacement dans la publication.

Le journaliste a pour règle première de respecter les faits, de toujours rechercher plusieurs sources, de tenir compte des opinions divergentes, de ne pas mêler information et commentaire dans le même texte. Le journaliste joue en quelque sorte le rôle d'un médiateur ou d'un intermédiaire entre les témoins d'un fait ou d'un événement et les lecteurs.



Pénurie de sang en Suisse. Dessin d'Alex paru dans La Liberté du 2 février 2017

2. L'infographie Les infographies sont des dessins et des schémas réalisés à l'aide d'ordinateurs. Elles sont destinées à visualiser des données abstraites (chiffres, pourcentages, etc.).

Les cas les plus simples concernent les cartes de géographie qui permettent au lecteur de situer le pays, la région ou la ville dont parle l'article.

L'infographie est souvent utilisée pour visualiser des chiffres (sous forme de courbes, diagrammes, etc.) dans les articles consacrés à l'économie ou à d'autres domaines. L'infographie explique également des phénomènes scientifiques ou expose concrètement le déroulement d'un fait ou d'un sport, voire d'un match de foot par exemple.

3. Le dessin de presse

traite l'actualité de manière originale et figure dans la presse quotidienne sous plusieurs formes. La caricature des hommes ou des femmes politiques ainsi que des vedettes est très prisée. Le dessin peut aussi exprimer un point de vue très synthétique sur un événement. Il équivaut alors à un commentaire formulé non avec des mots, mais avec un vocabulaire graphique.

Le dessinateur a plus de latitude que le rédacteur pour résumer un fait ou une situation en un raccourci audacieux, voire un gag qui prête à sourire.

Le dessin de presse permet de la sorte d'introduire une note drôle, un peu d'humour et de légèreté dans une actualité par définition plutôt grave et triste.

Les genres journalistiques

Tous les articles ne sont pas conçus selon le même schéma. Certains traitent de l'information brute et adoptent le plan de la dépêche (voir ci-dessous), d'autres offrent une information détaillée et neutre. Dans la même page peuvent aussi cohabiter des textes très informatifs et d'autres qui donnent un point de vue, émettent une opinion sur des faits, une personnalité publique. D'autres articles enfin offrent une approche personnalisée, par exemple le reportage ou la critique d'un spectacle.

Voici les principaux genres d'articles rédactionnels que le lecteur rencontre au fil de sa lecture.

LA BRÈVE

Texte très court (de cinq à dix lignes) qui relate un fait divers sans gravité (par exemple: accident de la circulation sans blessé). À l'inverse, la brève peut aussi relater un événement très important survenu en fin de soirée, à l'heure du bouclage de l'édition. La rédaction n'a plus la possibilité de développer cette information qu'elle résume à quelques lignes de dernière heure. Elle y reviendra plus tard. Les journaux regroupent ces brèves dans un espace particulier et présentent ces textes avec un graphisme particulier: caractères du texte, fond coloré, par exemple.

LE COMPTE RENDU

Article simple qui rend compte du déroulement d'une manifestation, d'une assemblée, d'un match de foot. Le journaliste adopte le plan chronologique: il note les principaux faits saisis au fil de la manifestation. Lors d'une assemblée publique, le journaliste rapporte les propos essentiels des personnes qui interviennent, en citant le nom de chacune.

L'INTERVIEW

Texte dans lequel un journaliste qui a interrogé une personnalité reproduit les questions qu'il a posées et les réponses qu'il a enregistrées. Une interview repose toujours sur un travail de réécriture et de condensation. Dans le langage parlé, la densité d'informations présente dans une phrase est inférieure à celle de l'écrit.

Dès lors, les déclarations orales d'une personne doivent être réécrites pour supprimer les redites, les hésitations. Ce travail de réécriture se fait dans le respect et l'esprit de l'entretien.

La dépêche et les six questions

Dans les médias, les articles ne sont pas construits comme un récit ou une rédaction à l'école. Un texte traditionnel débute par une introduction suivie du corps du texte et se termine par une conclusion. Rien de tel en journalisme. La dépêche et par extension les articles d'information reposent sur un plan très différent. Dès les premières lignes, l'information principale est donnée. Les paragraphes qui suivent donnent des précisions supplémentaires sur les protagonistes de l'événement, les circonstances dans lesquelles s'est déroulé l'événement. Cette différence fondamentale dans le plan du texte repose sur un constat simple: le lecteur est toujours pressé. Il veut immédiatement connaître l'information qui l'intéresse. C'est pourquoi un article de presse place au début le fait le plus important puis hiérarchise l'information en finissant par les détails. Dernier point: un article n'a pas d'introduction ni de conclusion.

L'ENQUÊTE

Article le plus élaboré, fruit d'une vraie recherche. Dans l'enquête, le journaliste présente les faits, donne les versions parfois contradictoires qui se présentent, en citant chaque fois les personnes interrogées. Une enquête peut déboucher sur un scoop lorsque le journaliste est le premier à révéler une affaire, une découverte.

LE REPORTAGE

C'est un texte personnalisé réalisé à la suite d'un voyage, d'une visite. Le journaliste rapporte les événements ou les choses qu'il a vues et entendues (paroles mais parfois musique, voire simplement bruits). Il brosse aussi le portrait des personnes qu'il a rencontrées au fil du voyage.

Un reportage recèle toujours une part de subjectivité. Le journaliste se dévoile et tente de faire partager au lecteur ses émotions, ses étonnements, parfois ses peurs ou ses hésitations. La combinaison de ces annotations permet d'établir un contact plus personnel avec le lecteur, de créer une sorte de complicité.

Quand on parle de reportage, on imagine souvent un voyage à l'autre bout du monde ou un article réalisé au cours d'une guerre. En fait, le reportage peut se pratiquer partout, dans le bus ou dans la cour de récréation.

LE COMMENTAIRE

Texte dans lequel un journaliste commente et analyse un événement et donne son point de vue. Un commentaire est subjectif puisque son auteur émet une opinion. Raison pour laquelle le commentaire, comme l'éditorial, est présenté dans un graphisme différent (caractère, fond coloré, logo signalétique) qui permet de le distinguer des articles d'information qui le côtoient.

L'éditorial est un texte dans lequel le journal prend position notamment au sujet d'un événement ou indique son choix en vue de votations.

LA CRITIQUE

Comme son nom l'indique, il s'agit d'un texte qui émet un jugement de valeur sur un spectacle, concert, disque, film, livre. Une critique est subjective puisque son auteur doit donner son point de vue étayé par des arguments. Généralement, ce texte s'accompagne d'une présentation de l'objet critiqué, que ce soit un film ou un spectacle.

LES SIX QUESTIONS

La dépêche est le texte de base diffusé par les agences de presse. Ce texte repose sur un plan très particulier qui consiste à placer dans les premières lignes les informations les plus importantes.

Le plan du texte répond aux 6 questions que contient tout article d'information: qui, quoi, où, quand, comment, pourquoi?

Voici en détail le sens de ces 6 questions:

- 1. QUI?** La personne impliquée, qu'elle soit victime ou auteur de l'événement relaté.
- 2. QUOI?** Ce qu'il s'est passé, la description de l'événement.
- 3. OÙ?** Le lieu où l'événement s'est produit.
- 4. QUAND?** La date (heure, jour, etc.) à laquelle cet événement s'est passé.
- 5. COMMENT?** La description du déroulement de l'événement.
- 6. POURQUOI?** Pourquoi cet événement s'est produit, pourquoi la personne a agi ainsi.

COMMENTAIRE

Un avenir radieux, avec ou sans elle?

Fermera, fermera pas? Enjeu politique autant qu'économique, le sort de Fessenheim est loin d'être fixé. En effet, si le scénario du retour de la droite au pouvoir se réalise, en mai prochain, le décret gouvernemental d'abrogation de l'exploitation de la centrale sera probablement renvoyé à la Saint-Jamais.

Et pour cause: François Fi... est non seulement contr... fermeture du site alsac'



CLAUDE MONIQUET
Cofondateur d'une société de renseignement privée.

Utilité contestée

Interview >> Claude Moniquet, cofondateur et codirecteur d'ESISC (European Strategic Intelligence and Security Center), société de renseignement privée spécialisée dans le «renseignement de sécurité», livre son analyse.

L'état d'urgence sert-il à quelque chose?

Objectivement, non. Il a servi le 13 novembre 2015, au lendemain des attentats de Paris, en permettant d'accélérer ou de faciliter les procédures, comme les gardes à vue ou les écoutes. Mais aujourd'hui, cela ne tient plus. Car il y a eu depuis une

FACTEURS

SACS D'HABITS À RÉCOLTER

Les facteurs vont s'occuper du ramassage d'habits usagés. Partant d'un projet pilote réussi, La Poste et Texaid ont décidé de poursuivre leur collaboration à plus long terme. Le ramassage des sacs remplis de vêtements déposés dans la rue ne se fera plus comme avant. ATS

DOUANES

CLANDESTINS EN HAUSSE

Durant l'année 2016, le corps des gardes-frontière a dénombré 48 838 entrées irrégulières en Suisse, contre 31 038 en 2015. Des renvois ont été ordonnés dans plus de la moitié des cas. Le Tessin est le canton le plus concerné, selon l'Administration fédérale des douanes. ATS

EXEMPLE

CONDUCTEUR BLESSÉ DANS UNE EMBARDÉE

Un automobiliste de 27 ans s'est blessé sur un tronçon de la route Payerne-Fribourg, lundi à 7 h 20. Le conducteur a perdu la maîtrise de son véhicule dans un virage peu avant Rosé. Sa voiture s'est déportée sur la droite et a dévalé un talus, avant de s'immobiliser, a annoncé la police.

QUI: un automobiliste

QUOI: s'est blessé

OÙ: sur la route Payerne-Fribourg

QUAND: lundi matin

COMMENT: a dévalé un talus

POURQUOI: a perdu la maîtrise de son véhicule dans un virage

SOURCE: la police

Cinq exercices au choix

1. COMPTE-RENDU

Cherche dans le journal ou la rubrique que tu as choisie un article rédigé en forme de compte-rendu. Note le N° de la page

2. INTERVIEW

Le journal que tu as en main a-t-il publié une interview?

Oui Non

Si oui, examine comment le texte est construit.

3. COMMENTAIRE

Le journal a-t-il publié ce matin un commentaire ou un éditorial? Sélectionne-le et cherche dans le texte les phrases ou les expressions qui distinguent ce texte d'un article informatif.

4. CRITIQUE

Choisis dans le journal une critique (film, musique, spectacle ou autre domaine) et souligne dans le texte les passages dans lesquels le journaliste donne son point de vue.

Note le N° de la page

5. JOUE AU CRITIQUE DE CINÉMA

Choisis le dernier film que tu as vu. Rédige une critique d'une dizaine de lignes à l'intention de tes camarades. Dans ton texte critique, tu exposeras d'abord en quelques mots de quel film il s'agit, comment il se déroule. Puis tu écriras ce que tu en penses. T'a-t-il plu? Si oui, pourquoi? Fais part dans ton texte de ton enthousiasme.

LEXIQUE

>> **CORRESPONDANT**
Journaliste installé durablement dans une ville ou un pays dont il suit l'actualité pour un journal ou des médias de son pays.

>> ENVOYÉ SPÉCIAL

Journaliste envoyé en reportage sur le lieu d'un événement (politique, sportif, culturel), la plupart du temps en dehors du pays.

>> SCOOP

Information inédite et exclusive, publiée par un seul média, avant tous les autres. Après, les autres médias qui souhaitent reprendre cette information ont l'obligation de citer le nom du média qui l'a révélée.

>> ENTRETIEN

C'est une interview plus personnalisée qui se rapproche parfois de la conversation entre deux personnes. L'entretien conserve en principe les questions-réponses, mais des descriptions peuvent enrichir l'article (par ex.: description du cadre de vie de l'interviewé, brève présentation d'un objet dont parle la personne).

>> AGENCES DE PRESSE

Entreprises dont la mission consiste à collecter des informations et à les transmettre 24 heures sur 24 à leurs clients, des journaux, des radios, des TV, des sites internet. Il existe aujourd'hui trois agences mondiales: AP, Reuters et AFP. En Suisse l'ATS, agence nationale, diffuse des dépêches dans les trois langues.

Les médias à l'ère du numérique

Du papier à l'ordinateur, du téléphone portable intelligent (smartphone) à la tablette numérique: la lecture d'informations, à différents moments de la journée ou même de la nuit, se décline sur divers supports, qu'ils soient traditionnels ou électroniques. Avec la multiplication des canaux de diffusion, le consommateur peut désormais choisir où, quand et comment il souhaite suivre l'actualité et se tenir informé.

Le paysage médiatique se modifie en effet au rythme de l'évolution technologique. Premier à occuper le terrain de l'information du grand public, le journal imprimé est apparu au XVII^e siècle (années 1600-1630). Sans réelle concurrence, la presse écrite a pris un essor considérable au XIX^e siècle et a connu son âge d'or entre les années 1850 et 1950 environ.

Trier, vérifier et hiérarchiser l'information: la mission des médias demeure

C'est alors que d'autres médias de masse ont vu le jour les uns après les autres: la radio d'abord (à partir des années 1920-1930), la télévision ensuite (dès 1950) et internet enfin (au milieu des années 1990, mais surtout à partir de 2000).

Attention: entre l'invention de la nouveauté et sa large diffusion dans la population, il s'est parfois écoulé de nombreuses années.

Revenons au virage qu'a pris la presse écrite à la fin du XX^e siècle et au début du XXI^e. Poussés par la profonde mutation en cours et par la concentration des groupes médiatiques, les journaux ont d'abord mis en ligne des sites web plus ou moins interactifs. Hésitant entre la gratuité ou non, ils y ont proposé tout ou partie de leur production jusque-là réservée à l'édition papier.

Puis ils ont étoffé leur offre en déclinant leurs contenus sur des portails internet ou autres (fichiers PDF, e-paper, accès aux

archives, applications pour smartphones, sites mobiles, tablettes numériques). Ils ont fini par proposer des contenus et des services pour chaque support, non sans les mettre en avant via les réseaux sociaux (Facebook, Twitter, etc.). Mais cela n'a pas modifié la mission de base des journalistes: trier, vérifier et hiérarchiser l'information.

Pourtant, l'évolution a changé la structure de certaines rédactions. Ainsi en est-il des *newsrooms* qui ont vu le jour (au *Blick* notamment): ces rédactions centralisées au service de plusieurs publications d'un même groupe peuvent par exemple distribuer de l'info à des sites web, à un quotidien et à un hebdomadaire.

Autre cas de figure: *The Daily*, le premier quotidien conçu pour l'iPad (tablette numérique d'Apple) a vu le jour à New York en février 2011. Une innovation qui permet de combiner texte, photo, son, vidéo, infographie, animation interactive, information actualisée en temps réel et réseau social. Il existe d'autres médias, nés quelques années plus tôt, qui se passent également du tirage papier, à l'instar de titres disponibles seulement sur internet, comme *Mediapart*.

Cela reste des exceptions. Le modèle majoritaire demeure celui d'un journal diffusé sur plusieurs supports qui mise sur la complémentarité entre version papier et supports électroniques (ex: *Le Matin du Soir* disponible sur le web en plus de l'édition papier du jour). Suivant cette logique, les médias tendent à se retrouver tous, plus ou moins, en concurrence sur les supports numériques.

On parle donc de convergence des médias vers le numérique: on y trouve des émissions de radio filmées, des enrichissements de l'édition papier (documents, liens, vidéos), des résumés sous forme de texte d'une émission de TV ou la possibilité de suivre en différé le téléjournal (podcast). Ces médias le font sans avoir renoncé, pour l'instant du moins, à leur support d'origine: le papier pour les uns, la diffusion par les canaux radio et télévisés pour les autres.



Site internet de *La Liberté* (à gauche) et application smartphone *La Liberté* (à droite), le jeudi 2 février 2017. Captures d'écran/DR



Sites internet de *24 heures* et d'*Arcinfo*, le jeudi 2 février 2017. Captures d'écran/DR



Les quotidiens gratuits

Ils s'appellent *metro* ou *20 minutes*. Ces quotidiens gratuits au format tabloïd (demi-format) ont été inventés dans la seconde moitié des années 1990 par des publicitaires. L'idée: financer ces titres par la seule publicité, proposer des articles très courts, vite lus, destinés aux pendulaires qui voyagent en métro, en train ou en bus pour aller au travail ou à l'école.

La majorité de ces jeunes ne lisent pas (ou pas encore) de quotidiens payants. Pour les publicitaires, les 14-26 ans représentaient jusqu'alors une cible difficile à atteindre, car diffuse. Aucun vecteur habituel (télévision, radio, affiches, journaux) n'était idéal pour la promotion des produits

qui leur sont plus spécifiquement destinés. Ces gratuits sont apparus d'abord en Suède et en Norvège, puis ont essaimé, surtout en Europe (en Suisse romande à partir de 2005-2006). Ces journaux distribués gratuitement sont également disponibles en ligne.

A noter que les journaux payants sont vendus moins cher qu'ils ne coûtent en réalité. Le rabais sur le prix est rendu possible par la vente d'espaces payants (publicité pour un produit, communications commerciales, petites annonces). Les tarifs publicitaires dépendent du format de l'annonce, de son emplacement dans le journal ainsi que du nombre de lecteurs touchés par la publication.



La une de l'édition numérique (e-paper) du 2 février 2017 du quotidien gratuit *20 minutes*. DR

Trois exercices à faire

1. CHRONOLOGIE

Internet, radio, journaux, réseaux sociaux, télévision: les divers types de médias ne sont pas apparus en même temps. Classez-les dans l'ordre chronologique.

2. PARTICULARITÉ

Chaque support ou canal de diffusion médiatique possède ses particularités concernant l'audience (public), la vitesse de diffusion et le type de contenu rédactionnel. Dresse une liste des principaux avantages et inconvénients de chacun (TV, radio, internet, réseaux sociaux, presse écrite).

3. ENRICHISSEMENT

Le multimédia permet d'enrichir un article. Le texte imprimé sur papier peut en effet être prolongé, grâce au numérique, par une vidéo, une galerie photo, d'autres contenus supplémentaires, etc. Prends le journal qui t'a été distribué, choisis un article principal et imagine comment il pourrait être enrichi.

Un jour dans la vie d'un journal

9 H: RÉDACTION



Réunion de la rubrique régionale: les journalistes établissent le programme de l'édition du lendemain: commande d'articles et de photos.



Séance générale des rubriques: bilan de l'édition du jour et conception de la suivante. Esquisse de la page une. Pointage des textes pour le numérique.



Les premiers articles sont envoyés au poste d'édition. La rédaction entame son compte à rebours: il reste 9 heures pour boucler le journal.



16 H – 0 H 30: DESK



Au desk, interface entre rédaction et imprimerie, les premières pages d'actualité sont assemblées avec articles, illustrations et habillage graphique.



Affichage, discussion et retouches sur les pages en voie de finalisation. Des pages corrigées sont, via la flasheuse laser, transformées en plaques offset.



La dernière page est bouclée. L'horaire respecté: en 9 heures, une moyenne de 25 pages rédactionnelles sont produites chaque soir.



0 H 00: ROTATIVE



Les premières plaques sont montées sur la rotative, les bobines de papier chargées sous la machine: 5 tonnes pour 36 000 exemplaires.



Les 4 plaques offset de la dernière page sont «calées» sur les cylindres. La rotative démarre: les premiers exemplaires du journal sortent.



Au rythme de 35 000 exemplaires/heure, le ruban de papier imprimé, plié, coupé sort de la machine sur une chaîne transporteuse.



1 H 40: EXPÉDITION



Les premiers journaux sont traités par les chaînes d'expédition: impression des adresses, conditionnement en paquets pour la poste.



Les paquets de journaux mis en sacs postaux sont acheminés vers les offices de poste pour les abonnés les plus éloignés en Suisse.



Les dizaines de milliers d'exemplaires sont tous traités et conditionnés. Départ des fourgonnettes pour les offices postaux régionaux et les porteurs.



3 H – 7 H: PORTEURS



En vue de leur distribution, les paquets de journaux sont acheminés soit vers les offices de poste, soit vers les dépôts des porteurs.



Les 150 porteurs commencent leur tournée: ils ont jusqu'à 7 h pour distribuer dans les boîtes aux lettres de leur secteur 120 à 300 journaux.



Le service des lecteurs enregistre les quelques erreurs d'acheminement. Des coursiers livreront les journaux manquants dans la journée.



PANORAMA

La presse romande

La diversité de la presse payante suisse est unique au monde. La Suisse romande compte 11 quotidiens généralistes et un quotidien spécialisé pour une population d'environ deux millions d'habitants. Cette diversité trouve son origine dans la structure fédéraliste du pays. La Suisse romande compte six cantons et chacun dispose encore d'au moins un quotidien bien implanté. Voici un panorama de la presse quotidienne établi au début 2017 sur la base des tirages diffusés.

LE TEMPS (36 802 exemplaires) se définit comme le quotidien suisse de référence avec un cahier spécialisé en informations économiques et financières.

LE MATIN (44 815) quotidien tabloïd populaire diffusé dans toute la Suisse romande. Il a une édition du dimanche et a eu, un temps, un gratuit: *Le Matin bleu*.

LA TRIBUNE DE GENÈVE (41 213) quotidien régional du canton de Genève. Propriété du groupe Tamedia, il établit des synergies rédactionnelles avec son homologue vaudois, *24 heures*.

LE COURRIER (7550) seul titre avec une ligne éditoriale profilée, proche de l'altermondialisme, des écologistes et de la gauche.

24 HEURES (61 117) quotidien vaudois, plus grand tirage de la presse quotidienne payante. Il s'adresse à tous les lecteurs vaudois.

LA CÔTE (8023) le plus petit des quotidiens romands, édité à Nyon et diffusé dans la région.

LE NOUVELLISTE (38 224) quotidien valaisan publié à Sion, il est diffusé dans l'ensemble du Valais.

LA LIBERTÉ (39 351) quotidien fribourgeois, il est diffusé dans les districts francophones du canton ainsi que dans les zones vaudoises limitrophes (*Broye vaudoise*).

L'EXPRESS à Neuchâtel (17 699) et

L'IMPARTIAL à La Chaux-de-Fonds (11 049), deux titres très proches publiés par le même éditeur dans ce canton (NE).

LE QUOTIDIEN JURASSIEN (18 637) seul quotidien du canton du Jura, édité à Delémont.

LE JOURNAL DU JURA (9124) seul quotidien francophone de Bienne.

L'AGEFI (tirage non contrôlé) quotidien spécialisé en économie et finance.

IMPRESSUM

LE JOURNAL À L'ÉCOLE

5^e édition du fascicule édité par le quotidien *La Liberté*, Fribourg

Conception et textes: C. Chuard, S. Julan
 Mise en page: Lou Firmann
 Dessins: Alex
 Graphisme additionnel: Valérie Régidor
 © La Liberté, Fribourg 2017

Ce fascicule est disponible auprès de l'Office cantonal du matériel scolaire
 Chemin de la Madeleine 1
 1763 Granges-Paccot
 www.ocms-fribourg.ch - Tél. 026 305 13 91

Les classes qui en font la demande peuvent obtenir des exemplaires du quotidien «La Liberté» à utiliser en parallèle du présent fascicule. Elles peuvent aussi inviter un journaliste en classe.
 www.laliberte.ch/ecole