

## Arts, Techniques et Civilisations

### A La forme du journal

**-131** À Rome, les *actuarii* sont chargés de recopier les feuilles communiquant au public des comptes rendus du Sénat (*acta publica*) et des nouvelles diverses de la vie romaine et de l'Empire (*acta diurna*).

**1517** Martin Luther fait afficher aux portes de deux chapelles ses propositions politiques et religieuses. S'ensuit les premières campagnes de presse imprimées allemandes. Elles utilisent affiches, pamphlets et caricatures. Les presses tournent sans cesse pour servir le débat politique. Les illétrés se font lire ces textes. En France naît une contre-bande dès l'interdiction par la Faculté de théologie de publier des textes luthériens. Les imprimeurs lyonnais sont contraints de fuir à Genève.

**1550-1600** Les guerres ottomanes ont été très bien communiquées en Europe grâce à la presse. Les *occasionnels*, le plus souvent des feuilles volantes, pouvaient reporter les exploits des troupes royales comme d'autres informations liées à l'actualité du pays. Semblables à la fonction de journal aujourd'hui, ils étaient jetés après lecture. Les *canards* se créent pour raconter les faits surprenants, des miracles, des manifestations diaboliques, des catastrophes naturelles, le passage de comète ou donner des descriptions de monstres. Les pouvoirs locaux s'empareront très vite aussi de la presse pour notifier des décisions de justice et des choix religieux en cours. Les villes se couvrent petit à petit d'affiches culturelles. Les murs de Paris sont très enrichis grâce à 138 imprimeries.

**1604** L'Anversois Abraham Berhoeven obtient le monopole pour la publication des comptes rendus militaires. La première feuille hebdomadaire d'information voit le jour sous le nom de *Nieuwe Tindinghe*. Les gazettes vont commencer à se multiplier dans toute l'Europe.

**1620** *Nieuwe Tindinghe* est publié trois fois par semaine.

**1631** La France reste en retard, tenue par Richelieu. Il savait sa prise du pouvoir due à la publication d'un grand nombre de pamphlets. Ne voulant pas que sa stratégie se retourne contre lui, il n'autorisa qu'un monopole à Théophraste Renaudot. Le premier hebdomadaire français s'appelle *Gazette*.

**1665** Colbert soutient la création du *Journal des Savants*. Au même moment, à Londres, le *Philosophical Transactions* commence à être publié. Cette nouvelle presse littéraire jouera un grand rôle dans la diversification des opinions chez les élites culturelles.

**1702** Toujours à Londres, le premier quotidien apparaît : le *Daily Courant*.

**1785** L'Écossais John Walter lance son quotidien, qu'il veut indépendant et accessible à tous, le *Daily Universal Register*. C'est le futur *Times*.

**1789** La Révolution française fait naître beaucoup de journaux, mais journaliste n'est pas une carrière. Ce travail est considéré comme un acte citoyen par les auteurs, toujours effectué en parallèle d'une autre activité.

**1830** De grandes tensions pour le contrôle de la presse ont touché la France jusqu'à la fin de la Restauration. Mais la toute nouvelle révolution industrielle donne un nouveau souffle à la presse, souffle incarné par Émile de Girardin. Il lança le *Voléur*, regroupant les meilleurs articles de la semaine publiés dans la presse. Son succès fut incroyable (50 000 Francs en une année) mais aussi récompensé d'une convocation en duel. Ensuite, à seulement 23 ans, il créa la *Mode* destinée aux classes supérieures. Honoré de Balzac et Alexandre Dumas participèrent à de belles collaborations avec le journal. Avec *La Presse*, l'entrepreneur proposera les premiers romans-feuilletons qui fidéliseront grandement le lectorat : Chateaubriand, Victor Hugo, Honoré de Balzac, tous les grands écrivains sont invités à offrir leur service. Cette nouvelle formule du journal s'étendra à toute la presse et atteindra très vite l'étranger.

## Table des matières

### Partie I : Définition du rôle démocratique du journalisme

#### 1 Définition pratique et théorique du journalisme

- A En pratique
- B En théorie

*Arts, Techniques et Civilisations*  
**A La forme du journal**

#### 2 L'indépendance journalistique en pratique

- A Intervention de l'État
- B Échanges avec l'économie et les politiques

*Arts, Techniques et Civilisations*  
**B Censure et indépendance**

#### 3 Critique de l'écrit

- A Formatage par l'alphabet et les mots
- B Le journal fait l'actualité

*Arts, Techniques et Civilisations*  
**C Influence de la technique**

### Dispositif technique

#### Objets hybrides

*Entretien avec Enora Denis*

#### Personnalisation

#### Le temps

*Entretien avec Natalie Thiriez*

### Fiche de lecture

### Partie II : Évolutions du journalisme liées au numérique

#### 1 Repenser la construction de l'information et de l'opinion

- A Le temps et la saturation de l'espace
- B L'espoir amateur et du participatif

#### 2 Repenser le modèle économique

- A La gratuité et le poids des infomédiaires
- B Nouveaux modèles possibles

#### 3 Repenser la liberté d'expression

- A Lanceurs d'alerte
- B Se mobiliser contre l'oppression

### Rapport de stage

#### Typographie

#### Composition

#### Reliure



Exemple de mise en page de la Gazette, 1683 (sagapresse.com)

Gérard Spitéri, journaliste et écrivain

Esteban, journaliste

Camille Desmoulins, journaliste

Élizabeth Martichoux, journaliste RTL

## Partie I : Définition du rôle démocratique du journalisme

### 1 Définition pratique et théorique du journalisme

#### A En pratique

#### Le vecteur démocratique inévitable

« Les journalistes ont une fonction démocratique qui légitimise leur existence. » Edwy Plenel expliquent les besoins de la démocratie en vérités factuelles, en informations fiables en demandant : « Comment voter, choisir, militer, s'engager, etc...., si l'on n'est pas informé de façon indépendante et pluraliste ? » L'importance des faits pour le journaliste à l'initiative de *Médiapart* vient tout simplement du constat que le journalisme n'est pas par définition d'opinion, de jugement ou de point de vue, puisque cette activité est offerte par la liberté d'expression et qu'elle appartient à tous les citoyens. De même, contrairement à la définition incarnée par Joseph Kessel ou Albert Camus, le journaliste n'est pas en quête de la Vérité, avec un grand V, mais « de toutes les petites vérités » qui permettent de contextualiser, expliquer et historiser notre société.

Les pouvoirs des journalistes sont d'affichage, d'interprétation, de conservation, d'amnésie (un journal annule le précédent) et d'influence. Ces pouvoirs permettent aux journalistes de montrer dans l'espace public des faits qui sans eux seraient occultés. À l'exemple des sévices perpétrés par des soldats américains contre des prisonniers irakiens, agissements qui étaient pourtant dénoncés depuis longtemps par des ONG comme *Amnesty International* ou la Croix Rouge. C'est l'engagement des journalistes qui a permis de révéler au grand jour ces crimes. Les journalistes garantissent la transparence de l'État et permettent aux citoyens de vivre de « manière lucide », cela leur permet de mieux agir à leur niveau, au quotidien. Le journal étant utile à tous, il doit être construit sur un support le plus accessible possible afin de ne pas séparer les classes sociales entre elles. Enfin, les journalistes ont souvent le rôle de « correspondant de paix » (Ana Mercedes Gomez). Ils peuvent véhiculer un message de tolérance, stimuler le vivre-ensemble ou motiver à la participation au sein de la société. Ce rôle de stimulateur des pensées est souvent symbolisé historiquement par la révolution française. La multiplication des contenus journalistiques aurait accompagné et animé la révolte, mais non loin de là, à la même époque, le Danemark présente des conclusions inverses, avec la création d'un chaos contre-productif par la presse libre et permettant l'installation d'un obscurantisme religieux fort. Le rôle démocratique du journalisme est constamment en construction et mérite nuance et vigilance.

illustré dans le film *Royal Affair*, de Nicolaj Arvel en 2012

#### Une éthique professionnelle en construction

Les journalistes se sont organisés en profession dite corporatiste grâce à la carte de presse. La CCLJP est une exception française, elle est chargée d'attribuer ce gage de crédibilité professionnelle depuis 1935. Elle permet de faire un tri parmi les journalistes, afin de garantir un degré de qualité dans leur travail. La profession tient à une déontologie et une éthique conduite avec beaucoup de rigueur. La France se montre précurseur dans ce domaine avec la *Charte des devoirs du journaliste* en 1918. Le cadre juridique s'est affirmé avec la loi de 1881 pour la liberté de la presse, devenu aujourd'hui le symbole de son indépendance. Pour Edwy Plenel, les journalistes vendent de la confiance à travers un travail méticuleux d'artisanat. L'importance du style dans l'écriture est donc minime pour le journaliste, mais ce point de vue peut varier d'un professionnel à l'autre. Serge July accuse les erreurs à répétition de la télévision d'avoir entachées la confiance difficilement acquise du public. Malgré la carte de presse, la profession ne parvient pas vraiment à garantir aux lecteurs la rigueur du processus, sa position de vecteur démocratique est alors remise en question.

Commission de la Carte d'Identité des Journalistes Professionnels

pour en savoir plus sur l'origine historique et technique des journalistes, se reporter à l'annexe Arts, Techniques et Civilisations

### Lexique orienté journalisme

#### démocratie

Régime politique, système de gouvernement dans lequel le pouvoir est exercé par le peuple, par l'ensemble des citoyens. *Centre National de Ressources Textuelles et Lexicales*

#### un fait

Événement ou état de choses qui est arrivé, qui existe réellement. *Centre National de Ressources Textuelles et Lexicales*

#### profession corporatiste

Profession qui contrôle, par un droit d'accès, les membres y travaillant ; le plus souvent utilisé dans le milieu médical ou juridique. *Wikipédia*

#### Joseph Kessel (1898-1979)

Reporter et romancier français ; membre de l'équipe de Paul Lazareff à *Paris-Soir*, il marqua l'âge d'or des grands reporters. *Wikipédia*

#### Albert Camus (1913-1960)

écrivain français, prix Nobel de littérature en 1957, il écrira dans le journal *Combat* ses prises de positions humanistes. *Wikipédia*

### Bibliographie

Esteban, *Devenons des médias alternatifs!*, éditions Montoya, 2006  
Gari Philippe, *Faut-il croire les journalistes ?* interviews de Serge July, Jean-François Khan, Edwy Plenel éditions Mordicus, 2009  
Martichoux Élisabeth, *Les journalistes, idées reçues*, éditions le Cavalier Bleu, 2003  
Spitéri Gérard, *Le journaliste et ses pouvoirs* Presses universitaires de France, 2004

## B En théorie

Géraldine Muhlmann explique de manière précise les réflexions philosophiques faites sur la définition de journaliste.

### L'espace public

Rappelons d'abord la notion d'espace public, il est défini à l'époque des Lumières comme un espace de publicité entre l'État et la société. Le peuple peut s'y exprimer d'où son importance pour la démocratie. Cet espace symbolique suppose un minimum d'indépendance de la part de ses membres. J. Habermas se désolait de l'avoir vu perverti par l'État-providence caractérisant notre organisation actuelle. L'espace public se différencie de l'espace politique par son ouverture à la discussion, alors que l'espace politique est là pour la prise de décision.

### Critique positive ou négative de la démocratie

De la notion kantienne d'espace public naît deux critiques du journalisme en démocratie. La première est « démocratiquement enthousiaste » et reconnaît le rôle des journalistes pour stimuler l'espace public avec sa pluralité des opinions et des jugements. La seconde est anti-démocratique, car le public est considéré comme trop homogène et le journalisme comme son reflet le plus caricatural. J. Habermas croit par exemple que le public est déjà une cause perdue. Cette critique revêt un parti pris pessimiste difficile à entendre, il est donc très peu véhiculé dans les discussions autour du journalisme. Cette critique commence avec Gustave Le Bon, qui reste très radical dans son étude *Psychologie des foules*, où il considère que le regroupement renie les différences entre ses membres. Ces groupes seraient fragilisés ne pouvant accepter aucune idée complexe. Gabriel Tarde tachera de nuancer le propos de Le Bon en expliquant qu'il fallait juste plus de temps à une foule qu'à un individu pour accepter une idée. Il fallait considérer le temps de la « rencontre » et le lent processus de l'« imitation ». D'autres sociologues viendront aussi contredire Tarde en complexifiant les phénomènes inhérent aux foules. Mais cette critique sortira du cercle de la sociologie, et le publiciste Edward Bernays citera ces travaux pour expliquer les mécanismes de la propagande moderne.

Sur cette idée vient s'ajouter celle de Bourdieu qui observe à travers la dictature du « voir » l'inutilité des productions journalistiques, ils « brassent du vide » s'ils se limitent à la vue des événements. Kant ne pouvait considérer l'avènement du « voir » comme un problème puisqu'elle était à la racine des Lumières. L'auteur, G. Muhlmann, démontre dans son livre les contradictions des discours de Bourdieu. Cependant K. Marx critiquera aussi le « voir », trop complexe à diffuser, comme la « cessité structurelle » du public. C'est grâce à cette vision réductrice du public que la loi de 1881 aurait convaincu les larges rangs conservateurs de l'Assemblée. L'espace public développé par le journalisme serait l'occasion pour tout conflit de s'exprimer et alors les violences physiques cesseraient. Ce processus de lissage serait un outil de paix pour l'État.

### Bibliographie

**Martin Henri-Jean**, *Histoire et pouvoirs de l'écrit* éditions Albin Michel, 1996  
**Muhlmann Géraldine**, *Du journalisme en démocratie* éditions Payot & Rivages, 2006

#### Jürgen Habermas (1929)

Philosophe et sociologue allemand, représentant de l'École de Francfort. Ses pensées croisent Marx, le pragmatisme américain, Piaget, Kohberg et Freud. Il permet une remise en question de la philosophie. *Wikipédia*

#### Gustave Le Bon (1841-1931)

Anthropologue et sociologue français, il est célèbre pour ses nombreux écrits sur la psychologie des foules, mais aussi pour sa personnalité radicale. *Wikipédia*

#### Gabriel Tarde (1843-1904)

Sociologue, philosophe et juriste français, il est un pionnier de la criminologie moderne. Il est connu pour *Les Lois de l'imitation*, paru en 1890, théorisant sur les psychologies individuelles. *Wikipédia*

#### Karl Marx (1818-1883)

Intellectuel allemand, il a été historien, journaliste, philosophe, économiste et sociologue. Il est connu pour sa conception matérialiste de l'Histoire et pour son activité révolutionnaire au sein du mouvement ouvrier. *Wikipédia*

#### Michel Foucault (1926-1984)

Philosophe français, la majorité de son travail traite du lien entre pouvoir et savoir ; il est influencé par Nietzsche et Kant. *Wikipédia*

#### Georg Simmel (1858-1918)

sociologue et philosophe allemand ; son ouvrage majeur est *Philosophie de l'argent*. Il est une référence importante pour beaucoup d'intellectuels et pour l'école sociologique de Chicago. *Wikipédia*

### Les trois idéaux du journalisme

De ces notions pro et anti-démocratie, G. Muhlmann décrit les trois idéaux du journalisme qui se sont dessinés en philosophie. Le premier est un journaliste « flaneur ». Créé par Baudelaire, il est inspiré des artistes qui saisissent l'art là où le simple mortel ne voit que le banal quotidien. Michel Foucault étant frustré d'une si simple notion du journaliste, il ajoutera que tout l'intérêt de ce journaliste réside dans sa capacité à s'intéresser à des sujets très divers. Il n'est pas comme le bon spectateur de Kant, car il est actif à la manière de Constantin Guys, le personnage de Baudelaire dans *Le peintre de la vie moderne*, qui est passif quand il s'inscrit parfaitement dans la foule mais reste aussi actif dans certains contextes. Cette réflexion s'inscrit dans une vision positive de la démocratie.

Un second idéal correspond au journaliste en lutte. Celui-ci cherche à « pratiquer le présent ». Le but est de rapprocher temps d'observation et écriture critique en un instant simultané (la rencontre du « voir » et du « faire » est le rêve des jeunes Hégéliens). Marx craignait cependant qu'avec une telle force d'action, les journalistes ne pourraient empêcher « les piliers de la maison » de subsister ; il entendait qu'une classe contrant celle au-dessus soumettrait forcément celle en dessous. Il écrira alors que les journalistes doivent être en lutte contre un système en se jouant de ses règles. Cet idéal est plus critique envers l'espace public et la démocratie.

Le troisième idéal, celui du « rassemblement conflictuel » de G. Simmel contre totalement les idées de Tarde. Simmel voit dans le conflit une forme de socialisation. Il crée une unité soudée au-delà de l'apparente division. L'espace public ne laisserait pas les conflits et les idées ne communiqueraient pas par « imitation » d'un proche à l'autre. La vision de Simmel est plus proche de Kant, car le public pour lui se construit et se déconstruit sans cesse. Le journaliste participerait au mouvement de centralisation (au sein du groupe en protégeant la paix) et de décentrement aussi (remettant en question le groupe et créant des dissensions plus ou moins bouleversantes). Cette vision met bien en valeur le rôle paradoxal du journaliste : il est à la fois le lien et stimulant social entre les citoyens et la source de tensions en soulignant les défauts d'une partie du groupe ou du groupe entier. Edward Bernays, très influencé par ces études sociologiques et philosophiques, définira la propagande intelligente comme la campagne de communication amenant le chaos à s'ordonner autour de l'idée du propagandiste.



Bureaux de la rédaction du Matin (Wikipédia)

### Arts, Techniques et Civilisations

**1840** L'arrivée des informations s'accélère grâce aux progrès techniques. Les journaux se retrouvent en grande concurrence et se lancent dans une course au scoop. Les liens avec le reste du monde s'intensifient et les reporters apparaissent. L'industrialisation de la collecte d'information commence ensuite et des agences de presse sont créées, comme l'agence Reuter. Les journalistes sont à l'époque des auto-didactes ou de jeunes écrivains inconnus. Ce métier n'est pas reconnu dans la société.

**1848** Les révolutions en Prusse verront de nouveau une multiplication des titres de presse. Le journal semble l'outil idéal pour le peuple afin de s'exprimer dans l'espace public.

**1851** L'Amérique porte un grand intérêt à la presse car c'est le dispositif le plus efficace pour relier des gens répartis sur un si grand territoire. Avec l'apparition du *Sun*, Benjamin Day lance le journalisme sensationnaliste. Il ne publie plus de feuilletons mais des articles décrivant de terribles et réels crimes en détails. La concurrence du *Morning Herald* préférera s'intéresser à la scène culturelle et les activités boursières de Wall Street. De même, le *New York Times* paria sur une information instructive en publiant avant la guerre de Sécession de nombreux articles sensibilisant les habitants du Nord à la culture du Sud, ainsi qu'au rapport Noirs-Blancs. La forme du *Sun* renvoie aujourd'hui parfaitement au critique film *Nightcrawler* de Dan Gilroy (2014) et celle du *New York Times* à la vision de Ana Mercedes Gomez du journaliste comme « correspondant de paix » et « médiateur des conflits ».

**1894** La Troisième République verra naître une « presse de combat ». De grands débats entre royalistes et républicains animent les journaux. Son apogée sera marquée par l'affaire Dreyfus et le célèbre « J'accuse » d'Émile Zola dans *L'Aurore*.

**1904** La presse socialiste a toujours du mal à se pérenniser malgré les initiatives jusqu'à l'arrivée de *L'Humanité* de Jean Jaurès. Ce nouveau journal vit grâce à la renommée de son fondateur, elle publiera ainsi de grands noms.

**1910** *Le Matin* ou le *Journal* étaient parmi les titres les plus importants de France. Ils n'osèrent plus écrire d'article trop engagé quand ils comprirent qu'ils pouvaient leur faire perdre des centaines de lecteurs d'un coup ne leur rendant que difficilement ensuite. S'impliquer dans la vie politique, c'était prendre le risque de froisser une partie du lectorat.

**1914** La France compte environ 5000 journalistes. La guerre qui commence va donner une nouvelle place aux reporters. Toute la population veut savoir et « il faut aller sur place ».

**1920** Les syndicats arrivent après-guerre à officialiser et définir précisément le métier de journaliste. Une formation adaptée sera mise au point et permettra aux journalistes de regagner le respect du public.

**1936** Léon Daudet définira le journal quotidien ou hebdomadaire comme un ensemble de papiers composés « d'article de fond, ou de tête, ou leader (politique, polémique), d'échos, d'un « papier à tourner » (« cheval »), et de diverses rubriques, dont les principales : nouvelles d'agences et faits divers ; chronique parlementaire, judiciaire, littéraire, médicale, militaire, agricole, coloniale, sportive ; contes ; nouvelles financières, grands reportage et correspondances, mondanités, naissances, mariages, nécrologie et feuilleton ».

**1939** C'est l'âge d'or des reporters avec des noms comme Joseph Kessel, Lucien Bodard, Paul Gordeaux ou Henri Amouroux.

## Arts, Techniques et Civilisations

### B Censure et indépendance

**1630** Toutes les presses se centralisent à Paris. Une culture de masse commence. Des conflits entre libraires sont réglés par la police : ils laisseront ainsi l'État prendre le contrôle du monde de l'imprimé. De plus, certaines personnes mal intentionnées profitent de l'illégitimité en campagne pour faire une fausse lecture des annonces royales aux paysans, créant ainsi des émeutes infondées.

**1631** La *Gazette* de Théophraste Renaudot aura du mal à installer ses succursales en Province pour étendre son influence. Les informations parviennent trop lentement aux presses et les contre-facteurs ont déjà vendu leur stocks. D'autre part, le tirage restant insuffisant pour couvrir toute la population, un système de prêt payant se met en place. Attrayant, il ne demande que 6 livres par année pour emprunter l'hebdomadaire au lieu de 12 pour l'acheter.

**1653** fin de la Fronde, la presse recouvre son indépendance politique. Les Elzeviers n'ont jamais été aussi libres, ils en profitent pour publier de petits ouvrages dénonçant les scandales des nobles.

**1715** Siècle des Lumières, le pouvoir et le chef des Libraires ont des difficultés pour maintenir une censure forte. Les classes dirigeantes sont inquiètes de voir la presse atteindre le peuple. En Angleterre, elle convaincèrent le gouvernement de taxer le journal pour ralentir son développement.

**1771** Les journaux anglais font une avancée remarquable dans leur rôle démocratique en accédant au droit de publier des comptes rendus des débats parlementaires. Le député Burke remarquera la nouvelle place de la presse : « vous êtes le quatrième pouvoir ».

**1780** La veille de la Révolution Française, les ateliers typographiques se multiplient et les tracts pleuvent sur la ville de Paris. Elles affirment toutes une liberté d'expression totale, saisissant ce droit avant même l'écriture de la Déclaration des Droits de l'Homme et du Citoyen. Des journalistes militants comme Camille Desmoulins, Marat ou Hébert démontrent le rôle démocratique du journalisme et son importance dans une société.

**1804** Le tout récemment couronné Empereur Napoléon Bonaparte instaure de nouveau la censure, glissant sur les déjà vives limites de la liberté d'expression imposées par la Terreur. Fort de son expérience avec l'influence que la presse exerçait sur ses soldats, il limita le nombre de journaux à quatre pour Paris et un par département français, gardant le contrôle total sur les contenus.

**1810** Les ventes de journaux avaient grandement augmenté au siècle précédent, mais en Angleterre une méfiance envers les journalistes commence et réduit de plusieurs millions le nombre d'exemplaires en circulation. Le *Political Register* baissera son prix pour être plus accessible aux ouvriers.

**1814** Napoléon était intransigeant — bien qu'il se plaigne de la médiocrité des écrits journalistiques — mais dut changer d'avis durant les Cent jours pour rallier les Libéraux : il proclama la liberté de la presse totale. Durant la Restauration qui suivit, les journaux étaient tantôt libérés tantôt soumis à la censure. Mais ils arrivèrent tout de même à porter leur voix durant les crises liées à Louis XVIII ou Charles X. Ce sont les choix maladroits de ce dernier au sujet de la presse qui causa sa chute. La preuve de la force journalistique était apporté alors qu'un petit groupe de titres seulement s'était engagé.

**1830** La révolution industrielle est en marche. Émile de Girardin utilisera la publicité pour vendre son journal *La Presse* sous le prix de production. Il devient alors dépendant de ses annonceurs et du nombre de ses abonnements. Mais 25 autres quotidiens parisiens le suivront dans sa démarche. Les détracteurs de Girardin l'accusent, en plus d'avoir installé les forces de l'argent dans le journalisme, de s'être vendu au pouvoir durant deux mois afin de promouvoir à un poste important son père. L'ennemi de Girardin s'appelle Armand Carrel, c'est un fervent défenseur des libertés de la presse. Il accusa *La Presse* de concurrence déloyale. La tournure des événements amènera à la mort de Carrel, dans un duel avec Girardin.

## 2 L'indépendance journalistique en pratique

### A Intervention de l'État

Quelle est l'intervention de l'État français dans l'univers du journalisme ?

#### Une tutelle d'État nécessaire

La presse est sous tutelle d'État pour deux raisons, La première, comparable à la tutelle de l'éducation en imposant l'école jusqu'à 16 ans, est là pour soutenir la qualité du journalisme en France et lui attribuer des missions. Elles visent l'accessibilité pour tous et la diversité des titres. La seconde raison vient du devoir de l'État de préserver la diversité face à la concurrence déloyale. Or, quand un journal vend sous son prix de production, il entre dans cette configuration. Le détail des coûts de production d'un journal comme le *Figaro* montre très clairement que le prix de vente fixé à 1,30€ est inférieur au prix de production de 1,41€ par journal. La France a donc développé le système d'aide le plus varié et le plus coûteux. Ces aides se concentrent de plus en plus sur la presse générale et politique.

Ces aides sont dites directes, si elles touchent au budget de l'État, ou indirectes, si elles représentent juste un manque à gagner pour l'État. Les trois objectifs principaux sont : la diffusion, le pluralisme et la modernisation. Le budget consacré a beaucoup augmenté ces derniers mandats. Les aides indirectes sont liées aux impôts : la TVA n'est que de 2,1%, les journalistes bénéficient d'avantages fiscaux (7 650 € déductibles de leur revenus imposables) et la contribution économique territoriale (ancienne taxe professionnelle) permettrait de gagner 200 millions d'euros (2009). De nombreux détails ne sont pas pris en compte mais on estime à 2 milliards d'euros les aides d'État à la presse (c'est 20% du chiffre d'affaire annuel). Elles sont considérées sans contreparties car officiellement, l'État demande simplement une régularité dans la publication ainsi que des journaux avec moins de deux tiers des pages vendues à la publicité. Cette position est parfois critiquée : les entreprises de presse feraient peut-être plus d'effort pour se moderniser et innover si elles avaient des objectifs à atteindre. Dans tous les cas, il est certain qu'arrêter brutalement ces aides serait fatal pour de grands groupes de presse et surtout en période de mutation technologique.

ce qui lui est parfois reproché, car considéré comme trop éparpillé pour être efficace

cela représente entre 266 millions et 1 milliard d'euros de perte pour l'État selon l'application d'une TVA à 5,5% ou à 19,6%

Nathalie Sonnac, professeur en sciences de l'information et de la communication à l'université Panthéon-Assas  
Patrick Le floch, économiste, Docteur en économie industrielle, Université de Rennes 1

Serge July, journaliste co-fondateur de *Libération*

Julia Cagé, économiste française



Dessin représentant Émile de Girardin (medias19.org)

#### Le contexte délicat du capitalisme français

La principale fragilité économique des journaux vient du « faible capitalisme français ». Serge July explique son inquiétude de voir les intérêts communs entre les grandes entreprises françaises et l'État. D'une part, la presse est sous-capitalisée alors qu'elle a besoin d'actionnaires forts et prenant des risques pour l'innovation. L'Allemand Springer estimait sans difficulté à un milliard l'investissement nécessaire au départ pour lancer un nouveau quotidien en France. C'est inimaginable pour un entrepreneur français. De même, quand le *Washington Post* a voulu se moderniser en 1976, ils ont financé 2000 ordinateurs et les formations. Quand les syndicats ont contré l'informatisation, Katherine Graham, rédactrice en chef, a fait taire la grève en licenciant toute l'équipe, elle leur proposa un salaire à vie. Aucune entreprise de presse française n'a les moyens financiers d'un tel développement.

D'autre part, le lien étatique des grands groupes finançant les journaux est à l'origine des nouveaux chiens de garde dénoncés par Gilles Balbastre et Yannick Kergoat dans leur documentaire éponyme. Le mandat de Nicolas Sarkozy en a été une preuve accablante, le Président ayant pour cercle d'amis proches ces chefs d'entreprises, il n'a eu aucun mal à radier Alain Genestar de *Match* pour la photo de Cécilia Sarkozy et son amant. Il n'a pas eu beaucoup de difficultés non plus pour évincer J.-P. Cluzel de la direction de *France Inter* alors qu'il présentait de très bons résultats explique Jean-François Kahn. Espérons que les lois de l'audiovisuel 2013 garantissent davantage d'indépendance, pour l'heure elles continuent d'inquiéter la profession et Edwy Plenel ne doute pas que plus tard, cette situation dépassée, les gens seront choqués de savoir une démocratie comme celle de la France aussi liée à ces soutiens étatiques.

#### Encore des faiblesses juridiques

Le gouvernement socialiste essaya de protéger le pluralisme de la presse avec les lois anti-concentration de 1984. Voyant que le groupe de presse de Robert Hersant s'ingéniait à centraliser ses actifs depuis 70 ans, l'État craignait l'installation d'un monopole en France. Mais ce fut en vain, quand le changement de majorité de 1986 assouplit ces lois en doublant les seuils de concentration autorisés et en ne les appliquant qu'à l'échelle nationale. En résulte aujourd'hui de terribles monopoles régionaux, un département sur deux n'ayant pas de presse la représentant (contre 44 en tout en 1945). Il n'y a aucun modèle économique à ce jour qui favorise le pluralisme des titres et l'État s'est engagé pour une forte concurrence, afin de correspondre au système libéral des autres marchés et d'exprimer sa neutralité envers la presse.

Nous observons aujourd'hui les conséquences de cette stratégie. La protection du travail des journalistes est aussi juridiquement un problème en France : quand un journaliste dénonce un délit, l'accusé peut porter plainte pour diffamation. Si le journaliste n'accepte pas de présenter ses preuves, il est jugé coupable. Mais si le journaliste présente ses preuves, obtenues illégalement auprès d'un magistrat, il peut être accusé de recel. Jusque-là, les journalistes n'ont jamais été condamnés, on considère leurs preuves comme acceptables même si illégales, mais rien n'est officiel. Philippe Simonnot, journaliste au *Monde*, a toujours préféré une information volée à une information donnée, car cette dernière est souvent un outil de manipulation pour la source. Il s'agit donc pour la loi d'ouvrir les possibilités d'acquisition possible d'information pour les journalistes.

De l'autre côté de l'Atlantique aussi, la presse défend difficilement son indépendance faute de loi adéquate. Pour le journaliste américain Al Saracevic du *San Francisco Chronicle*, le journalisme d'investigation est possible, mais nécessite d'importants soutiens financiers pour recruter tous les avocats nécessaires à la protection du journal, des journalistes et des sources. Il trouve aberrante la condamnation à 18 mois de prison de ses confrères pour avoir diffusé le témoignage du tribunal incriminant le célèbre joueur de base-ball Barry Bonds pour dopage. Nous reviendrons plus tard dans le cadre de la censure moderne, sur le problème juridique américain de l'Espionage Act, ne permettant pas aux lanceurs d'alerte de se défendre.

#### Bibliographie

Balbastre Gilles, Kergoat Yannick, *Les nouveaux chiens de garde*, film documentaire, 2012  
Gari Philippe, *Faut-il croire les journalistes ? interviews de Serge July, Jean-François Khan, Edwy Plenel* éditions Mordicus, 2009  
Le floch Patrick, Sonnac Nathalie, *Économie à l'ère du numérique*, 3<sup>ème</sup> éditions La découverte, 2013

## B Échanges avec l'économie et les politiques

Il s'agit maintenant d'essayer de comprendre de manière nuancée ce trio d'inter-dépendance média-économie-politique.

### La logique du profit

Le développement historique du journal par le levier de la publicité a installé une logique du rentabilité (et non plus de viabilité) dans un journalisme que les anglo-saxons appellent aujourd'hui « de marché ». Les techniques marketing accentuent la marchandisation de l'information et transforme l'organisation du travail journalistique. Les journalistes témoignent qu'ils n'ont d'autre choix que de s'adapter ou d'être marginalisés. Pour Dominique Wolton il n'y a jamais eu de doute que les pressions économiques et la concurrence sont pires que les tentatives de contrôle de l'État.

détaillé dans l'ATC

Les rendez-vous de l'association des élites françaises, le Siècle (source Challenge)



### la théorie des agendas

La sociologie des médias commence après la première guerre mondiale, c'est donc un cas d'étude encore jeune et encore trop peu étudié en France. Maxwell McCombs et Donald Show initient en 1972 la théorie des agendas, expliquant que si la presse pouvait focaliser l'attention sur un sujet, elle avait néanmoins besoin d'un arrivage régulier de contenu original et sensationnel pour se vendre. Il faut ajouter à cette idée le contexte social où la profession journalistique s'est elle-même homogénéisée, en appelant toujours plus ses membres à posséder davantage de diplômes, elle a repoussé (malgré elle) les classes populaires hors du métier. On constate alors que la sphère politique ou économique prépare spécialement son agenda et ses discours pour faciliter le travail de diffusion des journalistes qui acceptent ces contenus avec intérêt et les marchandisent. La valeur de l'information dépend de « la gravité des faits, le caractère conflictuel ou controversé des situations, la notoriété des acteurs de l'événement, la disponibilité des contenus, la proximité géographique ou culturelle, les coûts nécessaires pour couvrir l'événement » détaille Jean Charron.

professeur au département d'information et de communication de l'Université Laval (Québec)

### Le problème des communicants

Aurore Gorius et Vincent Sorel retracent le parcours des communicants dans l'univers journalistique. Les communicants sont à l'origine des publicitaires d'Havas ou Publicis, ils sont puissants et conseillent le CAC40. Michel Frois initiera, par la célèbre phrase « pour se servir de la presse, il faut d'abord la servir », toute une stratégie de contrôle de la presse. Il est sûrement inspiré de l'étonnement d'Edward Bernays pour le manque de réactivité des entreprises ou des politiques faces aux discours journalistiques. Il crée le CNPF (ancien Medef) pour s'organiser durant les troubles de mai 68. Il charge une équipe de « communicants », professionnels des relations publiques, d'enregistrer toutes les émissions d'actualité diffusées à la télévision ou à la radio et de surveiller tous les écrits que la presse publie. Ils doivent ensuite rappeler un à un les journalistes pour contre-argumenter, même si c'est hors caméra. Bien que les journalistes se sentent étrangement sous surveillance, les communicants arrivent à s'installer dans les lieux même de travail des journalistes. Ils arrivent ainsi à influencer les plus grands d'entre eux. Le CNPF grandit ensuite pour toucher la sphère politique et c'est à la victoire de Mitterand qu'il en profite pour contrôler la droite fragilisée. Michel Frois renforce d'une part ses liens avec les journalistes et ainsi la diffusion de certaines images (de guerre par exemple) et d'autre part participe aux réunions les plus importantes des entreprises. Le système se développe si bien, qu'aujourd'hui ce sont les journalistes qui deviennent des communicants alors qu'ils sont sensés risquer leur amitié avec les puissants pour dénoncer leurs manipulations s'il y en a. Une intelligentsia médiatique a été créée ces cinquante dernières années et toute la démocratie semble passer à travers le prisme de la communication et des médias. Aujourd'hui, un homme politique est un homme de communication. Il a appris à manier son discours pour qu'il soit facilement diffusé par la presse. Ce formatage des discours associé au harcèlement des communicants pousse vers une domination idéologique.

Serge July décrit comment, sous la IVème République, Bernard Lafort (*Paris-Jour*) déjeunait naturellement tous les mercredis avec le Président du Conseil, ou comment Mendes France et quelques ministres préféraient la compagnie des journalistes de *l'Express* à table. S'il constate que la presse s'est beaucoup émancipée depuis, Gilles Balbastre et Yannick Kergoat (accompagné aussi par le radical Serge Halimi) n'en sont pas si convaincus en observant une fois par mois le club élitiste *Le Siècle* se retrouver au restaurant. Il est composé des élites journalistiques, politiques et économiques françaises. Il ne peut que résulter une perte de la liberté de parole et une perte du sens critique pour les journalistes (François Lardon). Les réalisateurs dénoncent particulièrement la main mise des grands groupes économiques sur les médias pour donner la parole à leurs experts partiels et faire pression sur la classe politique en contrôlant la diffusion dans l'espace public de leur actions. Pour S. July, le journaliste est un funambule qui doit être engagé pour ne pas passer à côté de la réalité mais il doit garder assez de distance pour ne pas occulter les parties qui ne l'arrangent pas. La presse française n'est plus censurée, mais ayant laissé plus de place aux opinions qu'à l'information, elle se rend d'autant plus vulnérable aux manipulations. Le journaliste est dans une perpétuelle interview où il va à la rencontre de témoignages sensibles mais ne doit ni piéger ses auteurs (s'il souhaite continuer à recevoir leurs informations) ni se faire piéger par eux.

se reporter à l'annexe ci-dessous

De ces deux flux, journalistes-politiques et journalistes-économies, les sociologues ont bien marqué le fait qu'ils n'étaient pas à sens unique, le journal n'est pas une victime innocente du système. Cependant, le combat est en défaveur des journalistes qui sont facilement évincés et il installe une pensée unique.

Remy Rieffel, sociologue des médias, Docteur des lettres et sciences humaines

Dominique Wolton, intellectuel, Directeur de recherche au CNRS en sciences de la communication

Aurore Gorius, journaliste française  
Vincent Sorel, illustrateur et bédéiste français

Édith Rémond, journaliste française (ex-Combat)

Ana Mercedes Gomez, journaliste colombienne

Jean Charron, économiste français

### Bibliographie

Bernays Edward, *Propaganda*, 1928, éditions Zones, 2007,  
Cabin Philippe, Dortier Jean-François, *La communication, état des savoirs*, 2<sup>nd</sup> éditions Sciences Humaines, 1998  
Gorius Aurore, Sorel Vincent, *Revue dessinée*, automne 2015  
Rieffel Remy, *Vers un journalisme mobile et polyvalent*, article, 2001  
Wolton Dominique, *Internet et après ?*, éditions Champs actuels, 2000

### Annexe

Les membres remarquables du Siècle par Gilles Balbastre et Yannick Kergoat, 2012

**Jean-Marie Bockel** ancien ministre  
**Jacques Rigaud** Admin. Crédit Agricole, RTL Group et Payard Presse  
**Alain-Gérard Slania** Le figaro, France Culture, RTL  
**Guy de Panafieu** dirigeant banque Calyon, conseil de surveillance M6

**Françoise de Panafieu** député UMP, ancienne ministre  
**Bernard Accoyer** Près. Assemblée Nationale  
**Antoine Bernheim** Admin. Le Monde,  
**Jérôme Clément** Vice-Président Arte  
**François Baroin** ministre  
**Georges Kiejman** ancien ministre  
**Yves-Thibault de Silgury**

Président Vinci, Admin. M6  
**Christian Streiff** ex Président PSA, Airbus  
**Pierre Richard** Vice Président Association française des banques, Admin. Air France/  
**KLM, Edf Energies** Nouvelles  
**François Baroin** ministre  
**David Kessler**

conseiller Bertrand Denaloë, ex Dg France 2 et France Culture  
**Patricia Barbizet** Dg Artémis, Admin Gucci, TFI, YSL, Christie's, Total, PPR, LePoint, Fnac, Bouygues, Air France  
**Jean-Pierre Jouyet** Président Autorités des marchés financiers, ancien ministre  
**Alexandre Bompard**

pdg Fnac  
**Alain Weill** pdg groupe NextRadioTV (BFM)  
**Emmanuel Chain** Pdg Éléphant & Cie  
**Denis Olivennes** Pdg Europe 1  
**Patrick Poivre d'Arvor**  
**Arlette Chabot**  
**David Pujadas**

## Arts, Techniques et Civilisations

**1848** Les journaux ne touchent pas beaucoup les populations ouvrières. En Angleterre, des initiatives ont été tentées, publiant illégalement sans payer de taxes, mais en vain. En France, le lyonnais *Écho de la fabrique* essaie aussi avec le soutien des sociétés de secours mutuel. C'est en Prusse, grâce aux idées de Karl Marx, que le meilleur dynamisme en faveur du prolétariat aura lieu, mais de même, brièvement.

**1851** Le second Empire instaure de nouveau la censure. En Amérique, le travail des journalistes est très respecté. Ils lancent des titres à très bas prix comme le *Sun* puis le *New York Times*.

**1870** De nouveau, alors que la presse française avait regagné son indépendance politique et proposé ainsi de nombreuses initiatives novatrices, les événements de la Commune de Paris incitèrent le gouvernement de la Troisième République pour rétablir la censure.

**1881** Enfin, la loi pour la liberté de la presse apparaît au grand jour, elle est le symbole de l'indépendance de la presse vis-à-vis de l'État. Ce dernier n'effectue plus de répression préventive mais peut seulement porter plainte contre un journaliste s'il injurie le Président de la République ou s'il est accusé de diffamation dans ses articles. Il n'est pas non plus autorisé à inviter la population à aller contre les lois en vigueur ou de porter des propos racistes. Durant les procès, la bonne foi des journalistes doit être prouvée, bien qu'il soit étrange que ce caractère de l'accusé ne suive pas le schéma de la présomption d'innocence. C'est à partir de cette loi que le propriétaire devient officiellement responsable de son entreprise de presse et ses publications. Le journaliste ne peut être que le complice. Aujourd'hui cette situation est considérée par beaucoup comme une atteinte à l'indépendance économique des journalistes plus qu'à une protection.

**1894** Les coûts de la presse baissent grandement. En France le journal est à un sous et en Angleterre jusqu'à un demi penny pour le *Daily Express*. Le journal devient ainsi le seul et le meilleur outil de communication de masse, ce qui lui confère un grand pouvoir en démocratie. Seulement ces prix sont dus à une grande utilisation de la publicité, elle en profitera pour intervenir dans les publications en Angleterre du *Times* et en France du *Temps*. Commence alors la marginalisation des journaux qui souhaitent rester libres.

**1910** De nouveaux scandales sur l'indépendance économique et politique éclatent malgré les progrès juridiques. Des malversations russes dans les journaux français auraient influencé les journalistes les plus radicaux. Avec la presse moderne, toute la société dénoncera une « usine de presse » où les écrivains sans succès acceptent de jouer les journalistes aux ordres de celui qui lui assurera la sécurité de l'emploi. Des syndicats et des caisses de retraite commencent à se créer pour protéger les journalistes.

**1914** La Première Guerre Mondiale va amener une nouvelle censure qui détruira plusieurs journaux d'opinion.

## Arts, Techniques et Civilisations

### C Influence de la technique

**-131** Les Romains diffusaient l'actualité sur des copies papiers manuscrites. Pour communiquer l'information le plus rapidement possible, Hadrien établit le *cursor publicus* : des messagers étaient chargés de porter les faits de Rome au reste de l'Empire et inversement. Ils avaient accès aux routes militaires pour accélérer leurs voyages.

**1430-1450** L'Europe vit d'un marché d'occasion du livre. Elle s'instruit avec les copies manuscrites accumulées sur plusieurs générations. C'est le règne des bibliothèques. L'utilisation de papier se répand grâce à l'innovation de Fabriano pour accélérer sa production. Il utilisera la force d'un moulin et les arts du fer pour travailler plus de quantité de matière première. Gutenberg, Fust, Peter Schoeffer, Waldfoghel, Ferrose s'inspirent de la démarche de réflexion de Fabriano pour penser l'utilisation de caractères mobiles dans la reproduction de texte. Ils sont horloger, joaillier, inventeur, ...

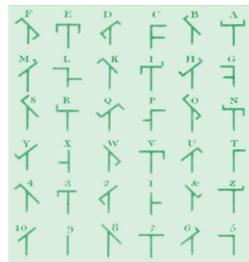
**1501** Le succès de l'imprimé est fulgurant. 10 millions de nouveaux ouvrages sont diffusés en seulement deux générations. Le livre imprimé cesse petit à petit de copier son aîné manuscrit. Les lettres liées sont supprimées pour faciliter le travail du compositeur. Le livre devient un objet de série et les imprimeurs se déplacent de manière nomade pour répondre aux besoins de l'Europe. Une terrible concurrence économique avec les copistes est lancée. L'économie d'échelle possible par les imprimeurs leur permettra de prendre le dessus du marché.

**XVI<sup>ème</sup> siècle** Les murs de Paris deviennent le support de l'espace public, ils sont recouverts des informations de l'actualité grâce à 138 imprimeries. La *Gazette* de Renaudot est tirée à 1200 exemplaires à Paris, 500 à Bordeaux et 200 à Grenoble.

**1760** La concurrence s'endurcit parmi les nouveaux quotidiens. À Londres, 29 millions d'exemplaires circulent.

**1804** Le format des journaux change du in-8° à la Révolution française pour le in-folio composé de colonnes à l'Empire. À l'époque, les pages étaient composées au fur et à mesure que les articles arrivaient. Les journaux suivaient ainsi la chronologie de l'actualité et les nouvelles les plus récentes sont en dernières pages. Le moyen de télécommunication le plus rapide était le télégraphe Chappe. En comptant le temps de transmission de l'information et celui de réflexion des journalistes, des nouvelles comme le coup d'État du 18 Brumaire ne fut publié que deux jours plus tard et, au vue de la composition des journaux, pas en gros titre.

**1830** La fin de la Restauration est marquée par le début de la révolution industrielle. Elle favorise les bourgeois qui entreprennent de plus en plus. Le but technique d'alors est d'abaisser les coûts de série : l'imprimerie lithographique et la chromolithographie sont inventées. Des journaux se créent en Amérique et les télécommunications évoluent : chemin de fer et télégraphe électrique vont accélérer le rythme des entreprises de presse.



Alphabet du télégraphe Chappe (Wikipédia)

### 3 Critique de l'écrit

Comme en design graphique, le métier de journaliste se limite forcément à ses outils techniques. Les designers cherchent régulièrement à renouveler leur techniques par l'expérimentation, les journalistes doivent, de la même manière, prendre du recul sur leur acquis et proposer de nouvelles solutions créatives.

#### A Formatage par l'alphabet et les mots

##### Critique de l'éloge pour l'écrit

###### Éloge de l'écrit

David R. Olson s'applique à sensibiliser le public aux défauts de l'écriture dans son livre nommé *L'univers de l'écrit, comment la culture écrite donne forme à la pensée*. Il reprend les propos de Carruthers qui pense qu'il n'y a pas de lien entre l'écriture et nos représentations mentales car il ne faut pas confondre moyens de communications et connaissances transmises. Il ne faut pas non plus confondre parole et écriture. L'écriture n'est pas la représentation graphique de la parole. Elle transmet de l'information et non des paroles car avec son évolution, son utilisation renvoie aux mots et à sa représentation culturelle de l'objet mais plus à cet objet lui-même (Harris et Gaur).

###### Pas une copie de la parole

«*Souris quand tu dis ça.*» ; comment sourire par écrit ? Tu attribues aux lettres une richesse qu'elles ne peuvent posséder. » Platon, *Phèdre*.

L'écriture ne parvient pas non plus à communiquer sur le ton de l'auteur. Ainsi les lecteurs les plus naïfs prennent pour représentation fidèle ce qui est communiqué. Ils pourraient reprocher à l'écrit de mettre sur le même plan propos fondés et propos inventés, une critique qui se répète curieusement aujourd'hui pour le journalisme numérique.

###### Accumulation de l'écrit

Le papier est considéré comme le support de notre connaissance. Mais il est aussi le symbole de notre vanité. La technique a facilité notre tradition fondée sur l'accumulation d'archives qu'elles soient de livre ou aujourd'hui de presse aussi. McLuhan voit avant la maîtrise de l'électricité une ère imposant le sens de la vue, le développement de l'écriture s'inscrit totalement dans cette fascination. Il pense donc que le développement des nouvelles technologies renouera les liens entre les hommes et leurs cinq sens. Nombreux sont les chercheurs qui ont compris le fantasme de l'écrit. Déjà à l'Antiquité, des philosophes voulaient se dresser contre l'écriture, mais même après une grande évolution, Robert Burton constatait encore l'insuffisance des livres et les «*yeux usés*» des hommes à trop les lire (*Anatomie de la Mélancolie*, 1621).

David R. Olson, psychologue et professeur de science cognitive à l'Institut Ontario, Toronto

Stuart Hall, sociologue (*Cultural Studies*)

Bernard Voyenne, journaliste

##### écriture

Représentation graphique d'une langue.  
*Centre National de Ressources Textuelles et Lexicales*

##### langue

Système de signes vocaux et/ou graphiques, conventionnels, utilisé par un groupe d'individus pour l'expression du mental et la communication.  
*Centre National de Ressources Textuelles et Lexicales*

##### source

Origine d'une information.  
*Centre National de Ressources Textuelles et Lexicales*

##### opinion makers

Leader d'opinion en anglais ; intellectuel ou expert dans le cadre du journalisme. Le premier base son activité professionnelle sur l'exercice de l'esprit et s'engage dans la vie publique, le second a fait reconnaître par

une institution officielle ses connaissances, mais en plus du savant ou du spécialiste, il peut argumenter et analyser une question liée à ses connaissances, suite à la demande d'un non-expert. *Wikipédia*

##### Problème des sources

Philip Schlesinger accuse les sociologues de penser les capacités des journalistes illimitées, mais l'étude de leurs sources les contredit fortement. La théorie des *dominants* (École de Francfort) montre que les médias donnent davantage la parole aux forces en place, dites «*sources autorisées*» : État, hommes politiques, police, grandes entreprises, qui ont alors l'occasion de donner une *première définition* aux événements d'actualité. Les médias délaisseraient trop souvent le témoignage des institutions locales, des habitants ou des acteurs adverses en général, leur reléguant la nettement moins influente *seconde définition*. La première définition est difficile à remettre en question, ses adversaires sont obligés d'utiliser *ses mots* pour argumenter. Aussi, si aux débuts du journal, les gens «*instruits et cultivés*» du XVIII<sup>ème</sup> siècle voulaient en faire leur moyen de communication privilégié, ils ont finalement mis en place le plus important dispositif de diffusion pour *leur* idéologie. Ils n'hésitent donc pas à préparer leur discours à l'avance, adapté au format journalistique. Les journalistes étant, de toute manière, membres de la même classe sociale qu'eux. Édith Rémond observe encore qu'en 2013, les étudiants sélectionnés par les six meilleures écoles de France sont en majorité issues des catégories financières supérieures ou intermédiaires de la population. Mais les journalistes sont conscients du risque possible de manipulation par les sources. Souhaite-t-elle informer le journaliste ou l'influencer dans une certaine direction ? L'utilisation des statistiques à outrance a peut-être rassuré certains journalistes ou lecteur sur la véracité des propos tenus, mais l'expérience et les différentes critiques au cas par cas des chiffres apportés ont réduit la confiance de chacun pour la valeur de cette information.

###### Défense

Autonome a.f.r.i.k.a., Luther Blisset et Sonja Brünzels proposent aux lecteurs pour se défendre le *Manuel de communication-guerilla*. Un livre expliquant la nécessité de pratiques subversives et personnelles d'expression dans l'espace public. Ils ont bien compris que les contre-définitions n'avaient que peu d'impact même si elles étaient bien documentées et argumentées.

Il s'agit pour eux, comme dans l'idéal du journalisme en lutte de Marx, de se jouer des codes établis, la démonstration par l'absurde étant leur meilleure alliée.

En 1967, inspirés d'événement comme le feuilleton d'Orson Welles mal interprété par la population, deux mille New-Yorkais sont descendus dans la rue pour fêter la fin de la guerre du Vietnam, qui se révélera être totalement anticipée mais mettra dans l'embarras les autorités et sensibilisera la population interloquée. Une autre fois, la «*famille Müller*» accepte de se rendre à la télévision suisse pour exposer ses difficultés suite aux réformes en cours. Le journal proposera un débat avec des experts en faveur de ces réformes (en majorité numérique). Le couple invité jouera, à la surprise des producteurs, un couple bourgeois pro-réformiste. En plébiscitant les décisions politiques, ils mettront mal à l'aise leur détracteurs et souligneront l'absurdité de ces orientations politiques.

Cet exemple permet aussi de pointer le problème des *opinion makers* : l'expert et l'intellectuel. Quand parfois les experts fuient les journalistes trouvant qu'ils déforment leur propos, les journalistes ne peuvent eux que rarement ne pas les accompagner dans leur travail de vulgarisation. Il est souvent difficile pour un spécialiste d'être pédagogique et de savoir sortir de son jargon professionnel. Mais pour ceux qui savent jouer le jeu des médias, leur influence est remarquable. De même pour les écrivains : Zola, Sartre et Bernard Henri Levy ont tous (ou ont eu) autant d'influence sur l'opinion. Ils jouissent de talent dans l'écriture et d'une grande crédibilité d'«*intellectuel*». Aussi, comme pour les journalistes, il faut surveiller la pluralité des opinions portées par ces experts ou une pensée commune peut s'installer. Serge Halimi dénonce violemment le dictat des experts libéraux à la télévision. La presse post-guerre froide n'est pas un exemple de diversité d'opinion sur les solutions économiques possibles. Le système de la pensée unique est si bien ancré, que les journaux essayant de se diversifier ont été marginalisés et considérés comme radicaux. Pour les rebelles de la *première définition*, les formes classiques de contre-pouvoir comme les journaux ne sont pas obsolètes mais limitées. C'est à la société d'inventer les contre-pouvoirs de demain, l'exploration du numérique pourrait aller dans ce sens.

expression des anti-dreyfusard

##### Bibliographie

Autonome a.f.r.i.k.a., *Manuel de communication -guerilla*, éditions Zones, 1997  
Cabin Philippe, Dortier Jean-François, *La communication, état des savoirs*, 2<sup>ème</sup> éditions Sciences Humaines, 1998  
Olson David R., *L'univers de l'écrit* éditions flammariion, 1994  
Schlesinger Philip, *Repenser la sociologie du journalisme*, article, 1990-92  
Voyenne Bernard, *Les journalistes*, article, 1959

### Sélection

L'écriture est un formidable aide-mémoire graphique. Il nous permet de soulager notre mémoire. Par notre dépendance à cet outil, il peut maintenant modeler nos conceptions du monde. Quand les mots ou les textes deviennent des représentations, ils s'ancrent dans notre culture et créent des mythes que nous ne savons plus désacraliser. Mais les journalistes privilégient souvent ces mythes qui appellent des définitions communes à tous et rendent le lecteur passif. De même pour les métaphores, Douwe Draaisma ne peut qu'y voir l'incapacité de l'homme à expliquer un phénomène et à s'y fermer. Quand un scientifique écrit « les cellules du système immunitaire reconnaissent les agents pathogènes », il s'avoue vaincu face à l'action reconnaître des cellules. Avec la métaphore, le journaliste peut exclure une information. Il reproduit cette sélection d'information à plusieurs échelles, ici dans son texte, mais déjà dans le choix de ses sujets. La sélection opérée par les journalistes chaque jour sur les sujets à diffuser dans l'espace public leur confère malgré eux le pouvoir d'imposer leur hiérarchie des informations. Ne pas parler d'un sujet sous-entend qu'il n'est pas important. Jean-François Kahn raconte comment, à *Europe 1*, il avait chaque jour la tâche difficile de trier une vingtaine d'informations parmi un choix de 150. Il avoue n'avoir eu d'autre choix que de le faire d'après son expérience du métier et ses a priori. Il n'y a pas de règle absolue, mais pour le journaliste c'est son travail de médiation et il y prête une grande attention. La pluralité des points de vue de presse était censée palier ce problème du « journaliste qui fait l'actualité », mais le manque de diversité des profils journalistiques ne fait qu'enfoncer la société dans une représentation d'elle-même faussée. *Liberation* est né d'un manque de la presse pour des pans entiers de l'actualité, aujourd'hui les journaux ont progressé, mais le marché a toujours besoin de création de nouveaux titres pour continuer à couvrir les opinions émergentes.

### Esthétisation

#### Influence des lecteurs

Les techniques de marketing favorisées de plus en plus par les journaux sous pressions économiques analysent l'anatomie de leur public pour mieux toucher les sujets sensibles le faisant réagir. Ainsi, elle prend parfaitement en compte ses préjugés et ses attentes pour lui proposer des contenus adaptés. Le sociologue Elihu Katz voit un retour d'influence de la part du lecteur, car celui-ci ne choisit de lire que les journaux qui possèdent déjà la même opinion que lui. Ainsi, si le journal veut correspondre aux attentes des lecteurs, il se laisse influencer et perd en liberté. Il n'est plus en position de manipulateur, alors fait-il l'opinion ou l'opinion fait-elle le journal ? L'exemple du traitement par les journalistes du sujet Le Pen démontre une grande faiblesse des journalistes à orienter l'avis du public. Daniel Carton avoue la profession vaincue : « On a enquêté à tout-va. [...] On a disséqué ses programmes, ses discours, les propos de ses annexes fascistes. [...] On l'a traqué sans relâche pour faire tomber le masque. [...] Avec Le Pen pas de off. Jamais de off! ». Elle n'a jamais utilisé l'habituelle langue de bois des politiques, ainsi rapporter son propos, même pour le contredire, c'était le rapporter quand même. Les journalistes ont donc craint de « faire le jeu du FN ».

#### Esthétisation

Ed. Bernays pensait que le levier de l'émotion avait déjà été trop utilisé, mais l'histoire nous montre que les journalistes ne s'en lassent pas. *Fox News* et son *infotainment* est le meilleur exemple de journalisme jouant sur les deux tableaux : les capacités divertissantes des journalistes (devenues une catégorie de presse à part) et la diffusion d'informations graves nécessitant des techniques journalistiques irréprochables. Les hacktivistes reprochent notamment aux journalistes de porter plus d'attention à la vie de Julian Assange qu'aux informations portées par WikiLeaks. Les journalistes montrent souvent préférer le pouvoir divertissant d'une information plutôt que sa qualité informative, même quand cette dernière leur est donnée sans contrepartie aucune par les hackers.

### Bibliographie

Cabin Philippe, Dortier Jean-François, *La communication, état des savoirs*, 2<sup>nd</sup> éditions Sciences Humaines, 1998  
 Draaisma Douwe, *Une histoire de la mémoire* éditions flammariion, 1995  
 Gari Philippe, *Faut-il croire les journalistes ? interviews de Serge July, Jean-François Khan, Edwy Plenel* éditions Mordicus, 2009  
 Guiton Amaelle, *Hackers, au coeur de la résistance numérique* éditions au Diable vauvere, 2013

### mémoire

Faculté comparable à un champ mental dans lequel les souvenirs, proches ou lointains, sont enregistrés, conservés et restitués. *Centre National de Ressources Textuelles et Lexicales*

### infotainment

Mot valise regroupant les mots anglais information et entertainment (divertissement), en français information spectacle; terme péjoratif désignant des programmes télévisés croisant divertissement et informations. *Wikipédia*

### hacker

Amateur ou professionnel qui maîtrise la programmation informatique. Ils sont connus généralement pour leur analyse des failles de sécurité, que ce soit pour les réparer ou s'en servir pour des profits personnels. *Wikipédia*

### hacktivistes

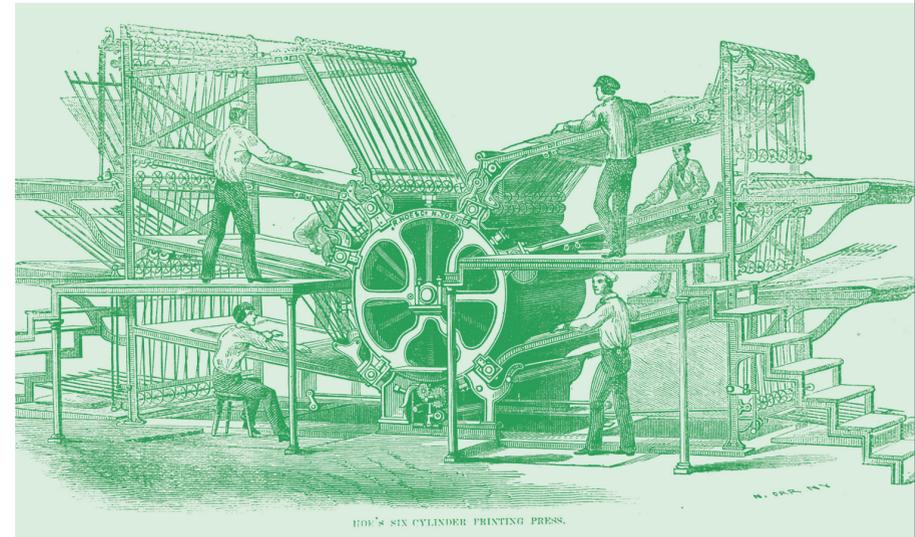
Hacker qui prend part à un mouvement politique promouvant le travail et le rôle des hackers dans la société de demain. *Wikipédia*

 Roland Barthes, critique littéraire et sémiologue français

 Philippe Cabin, journaliste et économiste français  
 Jean-François Dortier, sociologue

### Transition

Cette première partie a mis en lumière les difficultés des journalistes rencontrées hors numérique. Le rôle du journaliste n'est pas encore stabilisé, il est fragilisé par son manque d'indépendance économique et politique. Plus précisément, la presse est touchée par la limite de ses outils : l'écrit et sa réception par les lecteurs. Le nombre d'acteurs en lien avec les journalistes et la complexité de son processus de travail rend le métier de journaliste très vulnérable. Fort de ce constat, le numérique semble pouvoir apporter certaines solutions, du moins des pistes de réflexions supplémentaires. Voyons dans un second temps comment le journalisme et le numérique ensemble peuvent reconstruire l'information, sa diffusion dans l'espace public, l'économie et l'indépendance des entreprises de presse.



Presse lithographique (prepressure.com)



Atelier de linotype du Chicago Defender (medium.com)

### Arts, Techniques et Civilisations

**1832** Les progrès techniques pour la diffusion des images permettent à des journaux de se consacrer exclusivement à la caricature politique comme la *Caricature* ou *Charivari*. Tout l'intérêt de la lithographie réside dans sa capacité à reproduire les dessins et oeuvres qu'on lui soumet. Le bois debout nécessite qu'un graveur adapte l'oeuvre à la technique. Il continue encore d'être utilisé car il peut s'intégrer au texte contrairement à la lithographie.

**1863** *Le Petit journal* de Maïse-Polydore Millard est édité en 260 000 exemplaires. C'est dix fois plus que *La Presse*. Mais l'apparition de la rotative permet par impression sur rouleau de tirer 36 000 exemplaires par heure.

**1885** L'Américain Ottmar Mergenthaler met au point la première linotype, une machine qui permet à l'homme de composer des lignes de textes en caractères en plomb depuis un clavier.

**1900** Les gigantesques rotatives, les machines à composer et l'invention du cliché tramé augmenta incroyablement la diffusion. Mais la complexité de ce dispositif freina les initiatives et la pluralité de la presse. C'est aussi l'occasion de voir la France et l'Angleterre prendre des orientations techniques différentes sur la forme de leur journal. Les français confortent un format court avec une dizaine de pages quand les britanniques commencent à multiplier les pages au maximum. Dans tous les cas, on observera une presse encore graphiquement pauvre dans ses compositions et donc difficile à lire. Cependant, les journaux visant les classes supérieures suivent des normes graphiques se différenciant de la presse moyenne.

**1910** *L'Excelsior* modifie radicalement la pratique journalistique en proposant un illustré de l'actualité : de grands titres et des photographies.

## Entretien avec Enora Denis, Nichons-nous dans l'Internet

### Qui est à l'origine du projet ?

Alexandre Léchenet le journaliste de l'équipe, qui était au Monde, à Oumi et maintenant à Libération, il gère la partie rédactionnelle ; Julien Achard, le chef de projet, est chargé de la distribution, l'imprimerie et la coordination ; et moi, directrice artistique, je m'occupe de la mise en page et de la relation avec les illustrateurs et les photographes.

Après un long travail de veille, nous proposons aux photographes bénévoles de travailler (avec carte blanche bien sûr) sur ces sujets. Leur travail peut illustrer un article ou être une série.

### De quoi parle Nichons ?

Des écrits sur Internet, nous interviewons des net-artistes et les interrogeons sur comment à travers Internet ils s'expriment. Nous parlons de musique, des artistes expliquent comment ils ont développé leur label indépendant. Il y a aussi des articles où des chercheurs peuvent vulgariser leur thèse, ou d'autres encore où des utilisateurs racontent leur expériences. Souvent ce sont des gens qui ne sont pas beaucoup entendus. Le principal c'est que nous nous amusons, que nous nous faisons plaisir.

### Pourquoi le titre Nichons-nous dans l'Internet ?

Avant, nous avons travaillé ensemble sur un projet de data-visualisation politique. Tout s'étant bien passé, nous avions envie d'avoir un nouveau projet, plus personnel, ensemble. Étant très connectés, nous avons vu dans le journal papier l'occasion de prendre le contrôle sur les contenus du Web. Ensuite est venu ce décalage entre contenu web et imprimé : des captures d'écran pixelisées se retrouvent sur un papier de qualité sans aucun complexe.

### Comment s'est posé graphiquement Nichons ?

Le plan et la forme se fait souvent en même temps, je change la maquette selon les longueurs des articles. C'est le graphisme qui s'adapte à la longueur du contenu. Parfois c'est difficile comme le travail bénévole est rendu un peu au dernier moment. Par contre, venant de contraintes financières au départ, le devis de l'imprimeur est très stricte. Trois papiers différents avec parfois des impressions noir et blanc, parfois couleur, et l'ordre est prévu à l'avance. C'est à moi de trouver les solutions créatives pour faire marcher l'ensemble. C'est très intéressant surtout que je suis partagée entre des photographies argentiques de grande qualité et des captures d'écran de très mauvaises définitions.

### Quel est votre rapport au numérique ?

Mon travail est sollicité pour son orientation web. Alexandre a commencé dans le web, avec des postes de community manager ou chef de projet digital, chez *Oumi* par exemple. Il était passionné de datavisualisation et de données quand les gens étaient encore frileux dans le milieu journalistique.

### Pourquoi ne pas avoir proposé de version numérique de Nichons ?

Le numérique est trop chère car il demande forcément une grande présence et une publication régulière (une fois par semaine minimum). Surtout si l'on compare aux *lives* de *Libération*. Des partenariats avec *Rue89* ou *Slate* nous permettent de diffuser sur Internet un de nos papiers et permet une plus large diffusion. Mais sinon, visant une cible 30-40 ans, nous cherchons à leur proposer un bel objet graphique et journalistique. Ils n'ont donc pas de limites financières les freinant à acheter cet ouvrage tous les 6 mois. *Nichons-nous* c'est aussi l'occasion d'avoir accès à Internet même quand on ne l'a pas.

### Quels sont les retours sur Nichons ?

Super enthousiasme des lecteurs. Ensuite, notre travail est crédité par de grands journaux qui nous invitent à en parler ou nous citent, comme *France Inter* ou *France Culture*. La seule critique reste dans le nom parfois, considéré trop vulgaire pour certain.

### Quel est votre pratique des journaux personnellement ?

Je suis abonnée au *Monde.fr* et *Médiapart.fr*, sinon le week-end je lis *M*, *les Inrocks*, etc. J'achète beaucoup de revues sur des sujets très variés, mais la plupart du temps je suis dans une veille graphique, je les achète pour l'intérêt de leur mise en page.

## Dispositifs Techniques

Panorama des initiatives journalistiques liées au numérique.

### Objets hybrides

#### Les mooks

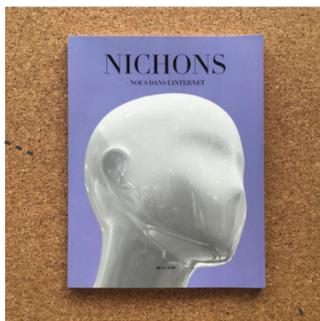
Les mooks sont un nouveau format journalistique papier. Ils sont entre le livre et le magazine, d'où leur noms, ainsi ils ont un format plus réduit que les revues habituelles mais proposent plus de pages. Ils sont caractérisés par une périodicité large allant du mensuel au trimestriel, favorisant la qualité du travail des journalistes. Enfin, ils sortent du système classique de distribution en passant par le circuit des libraires. Leur prix est élevé, il va de 15 à 30€. *Nichons-nous dans l'Internet* est le comble de ce nouveau format semblant refuser les possibilités du numérique car c'est une revue ne parlant que de numérique. Elle propose de voir imprimé sur papier des contenus populaires uniquement accessible sur Internet cotoyer des photographies d'art.

# NICHONS

- NOUS DANS L'INTERNET

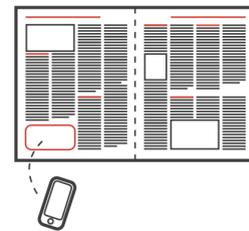


NO 2 / 2014



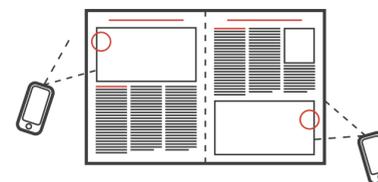
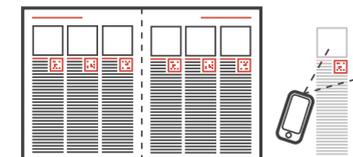
## Libération

Étienne Mineur proposa en 2010 avec les Éditions Volumiques une nouvelle expérience de lecture pour *Libération*. Le journal a aujourd'hui une presse numérique très développée et pourrait faire profiter aux lecteurs du papier des contenus multimédias présent sur Internet. Le designer invite alors les lecteurs à placer leur smartphone entre les colonnes de textes pour profiter de nouveaux articles enrichis et mis à jour heure par heure si nécessaire. Cet objet papier-numérique hybride s'inscrit dans la série de projet du designer qui promeut la relation entre les deux médiums.



## Smartee Mag

Imaginé en 2006, créé en 2012 et primé par le Prix Audiens de l'initiative numérique culture, communication et médias en 2014, *Smartee Mag* souhaite allier contenus numériques et lecture papier. Il propose par exemple à ses lecteurs en même temps qu'ils lisent un article sur le nouvel album d'un artiste d'écouter son travail, pour éventuellement l'acheter ensuite. Le fondateur Jacques-André fines Schlumberger étend ce processus à tous les sujets abordés dans le journal pour donner l'occasion au lecteur de pratiquer un minimum l'objet questionné dans les articles. Pour ce faire, il choisit le QR code, qu'il nomme « l'hyperlien physique universel ». En effet, cette technologie est libre de droit et permet d'être accessible au plus grand nombre de smartphones, donc de lecteurs.



## Étapes

L'application *atras*: de la revue de design *Étapes* s'installe sur smartphone ou tablette. Elle permet au téléphone de reconnaître via la caméra les formes spécifiques imprimées dans le magazine et de le renvoyer ainsi à des contenus web complétant le propos porté sur papier. L'expérience est fluide grâce à la gestion par l'application et les contenus multimédias ne sont pas le seul atout de l'utilisation numérique ici. La rédaction peut aussi mettre à jour son article ou continuer à l'enrichir. L'interaction n'est pas encore présente mais reste un objectif à long terme.

L'hybridation des médiums, surtout numérique et imprimé, permet aux designers et journalistes de proposer de nouvelles expériences de lecture et d'accès à l'information. Le numérique a la qualité de pouvoir compléter un texte ou une image, de proposer une mise à jour ou la visibilité du droit de réponse. Mais l'avenir réserve une grande place pour l'interactivité qui est déjà très expérimentée dans les web-documentaires.

## Sources

*Libération* : [my-os.net/blog/](http://my-os.net/blog/)  
*Smartee Mag* : [www.antoinetouzot.fr/blog/smarteephone-le-magazine-pour-le-smartphone/](http://www.antoinetouzot.fr/blog/smarteephone-le-magazine-pour-le-smartphone/)  
*Étapes* : [etapes.com/etapes-213-est-la-avec-xtras/](http://etapes.com/etapes-213-est-la-avec-xtras/)

## Dispositifs Techniques

### Personnalisation

#### la Matinale du Monde

Chaque matin du lundi au vendredi, l'équipe du *Monde* propose au choix une vingtaine de titre à ses lecteurs en possession de l'application (gratuite). Ce n'est qu'ensuite que le journal se crée en fonction des titres validés ou invalidés par l'utilisateur. Suivant le choix binaire du «j'aime» facebook et la technique de sélection accélérée de l'application de rencontre *Tinder*, le *Monde* s'adapte totalement aux systèmes numériques à succès. Si l'application permet une lecture personnalisée et d'exprimer indirectement à la rédaction ses intérêts, il est en droit de regretter pour les lecteurs une innovation plus courageuse et plus interactive.



## Dispositifs Techniques

### Le temps

#### le Quatre Heures

Prix Media Maker 2015 et Prix Club de la presse de Lyon 2014, l'équipe du *Quatre Heures* publie tous les mercredi à l'heure de la pause un reportage. Comme Edwy Plenel, les fondateurs de ce journal souhaitent associer les valeurs traditionnelles de la presse et les innovations numériques afin de proposer une expérience narrative de grande qualité. Ce pureplayer prend à contre sens le rythme éfrénée de la concurrence pour ne proposer qu'un seul contenu par semaine. Il tache aussi de traiter l'actualité avec des points de vues ou des acteurs ignorés des médias. Les textes sont adaptés à une lecture lente et augmentés d'images ou de vidéos soignées en fond perdu pour mieux les contempler.

#### Brief.me

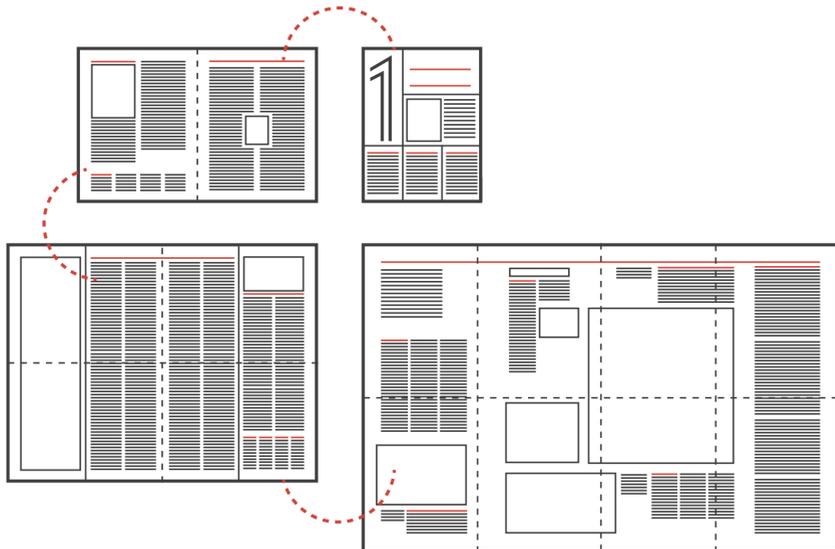
Brief.me est une solution inventée par Laurent Mauriac (journaliste), Damien Cirotteu (informaticien), Jean-Christophe Boulanger (dirigeant de média) et Alexandre Brachet (directeur artistique) en 2014. Ils imaginent un journal très court envoyé par newsletter. Une fois de plus, l'exemple de brief.me est totalement à contre courant des modes numériques actuelles : le journal est court mais sans images ni vidéos, c'est impensable sur Internet, et la technique de la newsletter est considérée comme une des nombreuses expériences échouées du web. Mais la formule obtient de très bons retours et les fondateurs sont régulièrement invités à communiquer sur ce nouvel objet dans des émissions radiophoniques. Elle a d'ailleurs au départ su convaincre 900 financeurs sur la plateforme de crowdfunding Ulule.

#### le 1 hebdo

L'hebdo *le 1* présente une équipe dynamique qui cherche à proposer une expérience nouvelle à ses lecteurs, en favorisant le rôle social du journalisme et en essayant de le protéger financièrement et politiquement. Continuant à proposer un objet papier — Internet n'est que le support de sa communication et de ses archives —, il se présente avec une forme inédite. Le journal n'est pas en livret, mais un dépliant. Comme une métaphore à la définition du mot expliquer (déplier), *le 1* se déploie.

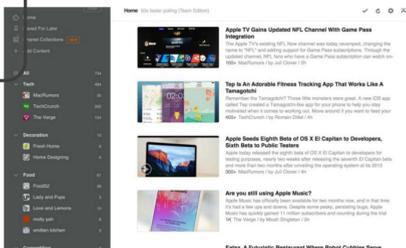
Par la limite de taille imposé par ce format, Éric Fottorino, Laurent Greilsamer et Natalie Thiriez ont choisi de ne traiter qu'un sujet. Il est commenté de différentes manières par différentes personnes afin d'apporter des approches originales sur des questions importantes de notre actualité. Il est donc possible de trouver articles, poèmes et illustrations dans ce même journal. Le but n'est pas de faire une synthèse d'une situation, ni d'être exhaustif sur les tenants et aboutissants d'un sujet, mais de proposer au lecteur des pistes de réflexion sur le monde qui l'entoure. *Le 1* se lit en une heure mais laisse à penser une semaine.

Graphiquement, le journal dessiné par Antoine Ricardou est pensé pour être conservé. Le 1 n'est pas imprimé sur du papier journal habituel, sans être non plus un papier glacé souvent réservé à l'actualité culturelle, son fort grammage permet une meilleure tenue dans le temps et dans la prise en main. Une recherche typographique poussée permettra au 1 un plaisir de lecture à toutes les échelles. Les jeux de styles et du duo de couleur noir et rouge permet un grand dynamisme dans la présentation des textes tout en proposant un visuel général épuré. Curieusement c'est un travail souvent déprécié dans les revues généralistes. Les journalistes sont ancrés dans des reflexes dont ils ont du mal à sortir, d'où le choix du 1 de faire appel à un graphiste n'appartenant pas à ce milieu et pouvant observer d'un oeil neuf cet univers.



#### Feedly

Rolls de l'actualité personnalisée, Feedly propose au lectorat de choisir les journalistes du journal numérique qu'il va lire. L'entreprise informatique augmente les flux RSS en réencodant graphiquement les contenus d'Internet sur sa plateforme. Il est donc possible au lecteur de parcourir des contenus venant de différentes sources web avec une grande fluidité et une mise en page homogène. Cette exemple montre l'intérêt de la hiérarchisation des contenus numériques, que ce soit un mot clé ou une balise html, elle peut être lue par un robot qui saura replacer les contenus dans la grille graphique dessinée. Si pour l'heure, l'expérience peut être créativement réductrice aux yeux des designers, il reste néanmoins à espérer qu'à l'avenir, la sophistication de l'écriture web permettra toutes les libertés aux graphistes. Feedly est une grande entreprise américaine qui pourrait devenir un nouvel informaticien influent. Pour l'instant sa gestion de l'information se fait sans contenus publicitaires additionnels et vit de la vente aux entreprises de sa formule augmentée (tous les réseaux sociaux et outils numériques d'organisation peuvent être liés), mais la plateforme retire les annonces publicitaires de la source, lui retirant ses bénéfices.



La personnalisation des contenus est une grande progression pour les lecteurs, mais c'est une orientation qui reste à être améliorée technologiquement pour séduire pleinement les designers et les journalistes. Pour l'instant, ces deux corps de métier se sentent en danger, avec légitimité, face à ce court-circuitage robotisé de leur travail.

Le temps est une problématique très appréciée par les journalistes qui cherchent à innover et à entreprendre dans de nouvelles expériences liées ou non au numérique. Elle questionne à la fois le lecteur sur ses capacités de réceptions et le journaliste sur ses capacités de tri et de restitution de l'information.

En conclusion, ce panorama des innovations techniques permet d'observer une partie du bouillonnement créatif qui a lieu en place du journalisme. Ces exemples démontrent comment certaines problématiques créées par le numérique font naître des créations ingénieuses et ils permettent ainsi de rester enthousiaste sur l'avenir de la presse.

#### Sources

la Matinale du Monde : leMonde.fr  
Feedly : feedly.com  
le Quatre Heures : lequatreheures.com  
Brief.me : brief.me  
le 1 hebdo : le1hebdo.fr



## Entretien avec Natalie Thiriez, le 1 hebdo

### Qui est à l'origine du projet ?

Éric Fottorino, Laurent Greilsamer et moi-même sommes à la base de la création du journal. Éric et Laurent viennent du *Monde*. C'est grâce au mécène Henri Hermand qui a apprécié la notoriété d'Éric et Laurent, que le journal a été financé au départ.

### Pourquoi créer le 1 ?

Éric et Laurent remarquaient que les gens se déshabonnaient du *Monde* à cause de l'« effet de pile » : ils entassaient les journaux sans jamais les lire. Pourquoi ne les lisaient-ils pas ? Par manque de temps, qui est occupé par d'autres distractions ou d'autres sources d'actualité, comme l'information immédiate d'Internet. Peut-être aussi parce que tout le monde se répète et finit par être superficiel. Petit à petit, notre réflexion s'est portée sur un seul sujet pour le 1. Comme nous avions le sentiment que les lecteurs étaient souvent négligés, nous voulions donner une source de réflexion de qualité. Se rapprocher des chercheurs pour chaque sujet a permis d'apporter des points de vue variés. Mais le « grand entretien » vise à les accompagner par un journaliste dans leur vulgarisation du propos, car cette prise de distance est parfois difficile. Nous avons dû apprendre à travailler avec eux. Les journalistes se ressemblent déjà beaucoup, c'est notre curiosité et notre capacité créative pour se réinventer qui peuvent nous aider à remettre en question leurs réflexes et rester à l'écoute des gens.

### Comment s'est posé graphiquement le 1 ?

Nous avons fait appel au designer Antoine Ricardou qui n'avait pas réalisé de projet pour la presse auparavant. Il a ainsi su nous proposer une forme très différente, pour notre contenu qui se voulait aussi différent. Le but était de faire une épure, quelque chose de sobre et efficace pour se détacher graphiquement des autres dans le kiosque. Nous ne voulions pas être un journal de plus. Ensuite c'est mon rôle chaque semaine d'adapter le contenu à la charte graphique du journal. Le fantôme anglo-saxon tend à proposer le plus de page possible, mais le lecteur français a le sentiment de perdre son argent si tout ne l'intéresse pas. Donc nous avons choisis de faire un journal court. Ne pouvant ajouter de cahiers supplémentaires au journal, nous sommes tenu d'aller à l'essentiel. Il y a les hors séries pour aller plus loin ou même les propositions de lecture en bas de page. Comme le journal, le logotype du 1 est ouvert, car nous ne voulons pas publier un résumé du sujet abordé, nous ne faisons que poser les questions qui nous semblent judicieuses. Par rapport au déploiement du journal durant la lecture, l'espace resserré donné à la poésie permet de créer une intimité avec le lecteur, tandis que la grande illustration sur le poster crée l'émotion.

### Quels sont vos retours sur le 1 ?

Les retours ont été très favorables et nous continuons d'affiner notre formule avec des lecteurs qui restent toujours critiques. Le 1 n'est pas marginalisé et le milieu l'accueille bien aussi. Nous avons beaucoup de partenariat avec la radio ou nous avons même vendu une licence à la *Stempe* italienne. Nous sommes content de voir que Science Po recommande à ses étudiants d'acheter le journal. Même chez les auteurs nous avons eu des retours enthousiastes. Quand E. Hirsh, expert sur la médecine et la fin de vie, a lu le 1 *Voyage au bout de la vie*, auquel il a participé, il nous a confié avoir lui-même eu un nouveau point de vue sur la question grâce à cette lecture. Malheureusement les sujets sur l'international sont les moins vendus.

### Pourquoi pas de version numérique du 1 ?

Nous ne sommes pas contre le numérique, mais nous n'en avons pas les moyens pour l'instant. Déjà pour les sujets sur l'étranger, nous aimerions avoir le luxe d'envoyer plus de journalistes sur place, mais nous sommes une petite structure.

### Quel est votre pratique des journaux personnellement ?

Personnellement j'ai été déçue de l'offre des hebdomadaires, ils sont de moins en moins intéressants et réveillent le pire chez les gens. Il y a beaucoup de démagogie. Pareil pour les sites d'actualité, même du Monde, qui peuvent décevoir aussi quand il y a des articles qui piègent les lecteurs par leur titre et qui n'offrent aucune satisfaction au bout du compte.

### Que pensez-vous des amateurs journalistes ?

Nous n'avons pas de mépris. Un jeune de 13 ans nous a écrit régulièrement et il a ainsi publié pour le numéro sur les écoles. Même ici, c'est l'équipe de communication qui couvrent la COP21 car ils sont passionnés par le sujet. C'est dans la personnalité d'Éric et Laurent de rester ouvert. Il n'y a pas de frontières précises dans le journalisme, même si c'est un métier. Le plus judicieux serait peut-être d'accompagner les amateurs dans leurs démarches par des professionnels.