

LES OUTILS DU JOURNALISTE

REPORTERS SOLIDAIRES

SOUS LA DIRECTION DE CHRISTINE COGNAT ET FRANCIS VIAILLY

Les rubriques du journalisme

Décrypter, organiser
et traiter l'actualité

PUG

Les rubriques du journalisme

La rubrique constitue la base fondamentale de l'organisation d'un journal, quel qu'en soit le support : papier, audiovisuel ou numérique. Cet ouvrage présente les caractéristiques et les spécificités des sept rubriques les plus fréquemment utilisées : Politique, Économie, Faits divers/ Justice, Société, Culture, Sport et International.

Enrichi d'outils, d'exercices et de témoignages de professionnels, ce guide favorise la pratique et la mise en application du journalisme, en donnant les clés indispensables pour maîtriser l'actualité : lexiques thématiques, sources, références incontournables, etc.

Il s'agit d'un ouvrage fondamental pour apprendre les règles du métier de journaliste, sans omettre de présenter les enjeux démocratiques liés à cette profession.

Étudiants en journalisme, en communication, en science politique, mais aussi amateurs éclairés qui s'intéressent à la profession trouveront ici les informations nécessaires à l'apprentissage et à la pratique du métier de journaliste.

Reporters solidaires est une association de journalistes engagés bénévolement dans la formation de journalistes en Afrique francophone. Elle organise des ateliers de déontologie, de pratiques professionnelles et d'expression journalistique destinés à des professionnels de médias écrits, audiovisuels et en ligne. Son action est soutenue, entre autres, par la région Rhône-Alpes, le département du Rhône, la ville de Lyon et l'Association de solidarité des journalistes français.

Sous la direction de Christine Cognat et Francis Viailly.

Ont contribué à cet ouvrage : Marie-Jeanne Dufour, Christian Hédou, Françoise Kayser, Christian Lanier, Éliane Patriarca et Jean-Paul Savart.

Presses universitaires de Grenoble
15, rue de l'Abbé-Vincent
38600 Fontaine

ISBN 978-2-7061-4691-6 (e-book PDF)

Les rubriques du journalisme

Création graphique de la couverture: Corinne Tourrasse.
Mise en page: Catherine Revil
Dessins: Patrick David.

© Presses universitaires de Grenoble, octobre 2012
15, rue de l'Abbé-Vincent – 38600 Fontaine
pug@pug.fr / www.pug.fr

ISBN 978-2-7061-4691-6 (*e-book PDF*)

L'ouvrage papier est paru sous la référence ISBN 978-2-7061-1747-3.



Le code de la propriété intellectuelle n'autorisant, aux termes de l'article L. 122-5, 2° et 3° a, d'une part, que les « copies ou reproductions strictement réservées à l'usage privé du copiste et non destinées à une utilisation collective » et, d'autre part, que les analyses et les courtes citations dans un but d'exemple et d'illustration, « toute représentation ou reproduction intégrale ou partielle faite sans le consentement de l'auteur ou de ses ayants droit ou ayants cause est illicite » (art. L. 122-4). Cette représentation ou reproduction, par quelque procédé que ce soit, constituerait donc une contrefaçon sanctionnée par les articles L. 335-2 et suivants du code de la propriété intellectuelle.

Reporters solidaires
sous la direction de Christine Cognat et Francis Viailly

Les rubriques du journalisme

Décrypter, organiser et traiter l'actualité

Presses universitaires de Grenoble

**La collection « Les outils du journaliste »
est dirigée par Christine Cognat, Arnaud Noblet et Francis Viailly.**

Laurent Gauriat, Joël Cuoq, *Journaliste radio. Une voix, un micro, une écriture*, 2016

Jean-François Richard, *Journaliste d'agence de presse. L'information 24 heures sur 24*, 2013

Reporters solidaires, sous la direction de Christine Cognat et Francis Viailly, *Le journalisme en pratique. Les bases du métier*, 2012

Reporters solidaires, sous la direction de Christine Cognat et Francis Viailly, *Les rubriques du journalisme. Décrypter, organiser et traiter l'actualité*, 2012

Avant-propos

Cet ouvrage collectif, réalisé par l'association Reporters solidaires, est le fruit des cours dispensés par certains de ses membres, de l'expérience professionnelle de chacun, mais aussi et surtout des réflexions nées des ateliers de formation organisés par l'association dans des pays francophones émergents, en particulier en Afrique.

Intitulé *Les rubriques du journalisme*, il s'intéresse plus particulièrement aux rubriques les plus largement utilisées, bien que leur classement puisse différer d'un média à l'autre. Ces rubriques permettent d'organiser les sujets d'actualité, d'augmenter la visibilité des informations et de fidéliser le public en lui donnant des rendez-vous ponctuels. Chacune possède ses spécificités.

Définition

Étym. – du latin *rubrica*, signifiant « titre en rouge ».

On désigne sous le terme de « rubriquage » la configuration des rubriques qui animent un média.

Issu de la presse écrite, le rubriquage s'est répandu dans toutes les formes de presse : quotidienne et magazine, audiovisuelle et en ligne.

Le « chemin de fer » ou « rail », défini en conférence de rédaction, donne l'organisation des rubriques et des sujets qui les composent.

Le journaliste attaché à une rubrique s'appelle communément un « rubricard » ou « rubricard ».

Il ne faut pas confondre *genre* et *rubrique*. Un portrait, une chronique, une tribune, situés chaque jour à la même place, relèvent des genres journalistiques, pas d'une rubrique.

A. Le rubriquage est une convention, pas une obligation

Le rubriquage s'est généralisé au XIX^e siècle lorsque le contenu de la presse s'est diversifié, en passant du simple pamphlet politique à un traitement de toutes les informations. Très vite est apparue la nécessité de classer les informations selon leur domaine et pas seulement selon leur importance, d'une part pour aider le lecteur à retrouver les sujets qui l'intéressent, d'autre part pour constituer des archives. Le rubriquage permet donc au journal de se structurer et au lecteur de s'y retrouver. Par la suite, tous les médias ont adopté cette convention leur permettant de fidéliser leur public.

L'intérêt des rubriques réside dans le fait que chacune d'entre elles présente une hiérarchisation de l'information et fait appel à différents genres journalistiques. C'est ainsi qu'une page de presse écrite consacrée à la politique peut comprendre en tête une enquête ou une interview, au centre des comptes rendus, sur les côtés des brèves, etc.

Les rubriques sont nombreuses et répondent à diverses appellations mais on retrouve généralement les mêmes grandes familles d'un média à l'autre : International, Politique, Économie, Social, Faits divers, Justice, Société, Culture, Sports, Loisirs, etc. Les rubriques peuvent comporter des sous-rubriques :

↳ Exemples

- La rubrique Culture coiffe le cinéma, les spectacles, les arts plastiques, les livres, les médias, etc.
- La rubrique Société peut comprendre l'enseignement, la santé, l'environnement... et les médias.
- La rubrique Sports aborde les disciplines : football (de loin le plus médiatique) rugby, basket, handball, natation, etc. mais se structure également autour des événements : Jeux olympiques, coupes du monde, championnats d'Europe, etc.

Inventé par la presse écrite, le rubriquage a été repris à la radio, à la télévision et sur Internet. Même si les sites d'information « ouvrent » sur l'actualité, constamment renouvelée, sans souci d'insérer les articles dans une quelconque rubrique, dès que l'information est archivée, elle entre dans une catégorie déterminée. L'appréhension des informations, qui s'effectue de manière transversale et non plus verticale – c'est-à-dire en cliquant sur les liens attachés à un événement –, ne modifie pas le classement des sujets.

Il n'existe pas de nomenclature officielle du rubriquage. Chaque média a l'entière liberté de créer, de conserver, de regrouper ou de supprimer des rubriques, et de les dénommer à sa convenance.

Le rubriquage n'est pas une obligation, mais il donne assurément sa couleur au média, en mettant en valeur les domaines d'information qui font sa particularité.

↳ Exemple

Un journal d'opinion ouvrira et fera une grande place à la politique, un journal économique traitera l'économie sous toutes ses facettes, un tabloïd privilégiera les faits divers et les sujets de société, etc.

Par convention, on commence par le fait d'actualité avant d'aborder la partie magazine. C'est ainsi que les informations « chaudes » se retrouvent le plus souvent dans les rubriques Politique, Économie, Faits divers, Justice, Sport, tandis que les faits de société, la culture, les sciences, les loisirs remplissent les pages « froides » reléguées en fin de journal écrit ou audiovisuel.

B. Le rubriquage n'est pas figé

La plupart des médias ouvrent sur « l'événement » sans souci de la rubrique à laquelle il se rattache. Cela peut être un match de foot, une découverte scientifique, une catastrophe naturelle, un conflit, les départs en vacances ou le démarrage des soldes. Toute information d'actualité peut devenir un événement.

Un événement réintègre néanmoins sa rubrique lorsqu'il n'est plus d'actualité mais donne lieu à des prolongements : analyses, conséquences, etc. Il peut revenir en événement si l'actualité l'exige.

↳ Exemple

Le naufrage d'un pétrolier, traité en fait divers, fait la une. Ensuite, il passe dans la rubrique Environnement en raison des risques de pollution qu'il entraîne. Il revient beaucoup plus tard en une à l'ouverture du procès engagé contre la compagnie pétrolière.

Une information peut être traitée successivement dans plusieurs rubriques, selon l'angle qu'on lui donne.

↳ Exemple

Un lycéen décède dans un commissariat de banlieue. C'est un fait divers. Des manifestations de lycéens s'ensuivent. On en parle dans la rubrique Éducation.

Le mouvement est rejoint par les jeunes des cités. Il entre dans les pages Société.

Les syndicats des transports en commun appellent à la grève. Cela relève de la rubrique sociale.

Toute une région est paralysée. L'économie est concernée.

Le pouvoir est mis en cause. L'affaire passe en page Politique.

Le procès a lieu. Il est traité dans la rubrique Justice.

Mais on peut aussi décider d'emblée qu'un événement relèvera de telle ou telle rubrique. Dans ce dernier exemple, le rédacteur en chef peut le classer directement en Politique s'il estime que le ministère de l'Intérieur est mis en cause.

C. Le rubriquage permet la spécialisation des journalistes

Le rubriquage s'accompagne d'une spécialisation des journalistes. En effet, **les rubriques sont souvent traitées et regroupées dans des «services»**. Par exemple, les services Politique/Économie, Faits divers/Justice, Culture et Loisirs, Société, Sport, Informations générales. Chaque service fonctionne comme une entité indépendante, avec ses propres réunions, son propre planning. Le chef de service rend compte de son fonctionnement auprès de la rédaction en chef et il est souvent seul à participer à la conférence de rédaction.

Les journalistes sont donc amenés à se spécialiser, par choix personnel, sur ordre de la direction de la rédaction ou selon les opportunités. Cette spécialisation n'est pas toujours clairement définie dans certaines rédactions, en particulier dans les agences de la Presse quotidienne régionale (PQR), dans les bureaux régionaux des chaînes de télévision, des stations de radio ou de l'Agence France-Presse (AFP).

La spécialisation permet au journaliste d'acquérir des compétences dans un domaine particulier, de constituer un carnet d'adresses très pointu et de crédibiliser ainsi le média dans lequel il travaille. Seuls les correspondants permanents, parce qu'ils sont isolés, doivent par obligation couvrir tous les champs de l'information.

Le danger de la spécialisation est que le journaliste s'enferme dans une certaine routine, fasse toujours appel aux mêmes experts et développe avec ses interlocuteurs une relation privilégiée nuisant à son indépendance.

D. Il n'y a pas de petite ou de grande rubrique

Certaines rubriques sont plus valorisées que d'autres, ce qui ne veut pas dire que les autres soient moins importantes. Toutes les rubriques sont tenues par des journalistes qui peuvent d'ailleurs changer de rubrique et de service plusieurs fois au cours de leur carrière.

Elles sont soumises aux mêmes règles déontologiques et professionnelles.

Elles permettent un traitement varié de l'information en faisant appel à tous les genres journalistiques : brève, compte rendu, interview, analyse, reportage, etc. Ainsi, par exemple, toutes les rubriques peuvent donner lieu à une enquête, des finances publiques aux dessous de la mode, en passant par la réforme des lycées ou la violence policière.

➤ EXERCICES

- ▶ Procurez-vous plusieurs supports de presse en variant les styles : newsmagazine, magazine féminin, quotidien national et quotidien régional, quotidien sportif, etc. ; regardez un journal télévisé, écoutez les actualités sur une radio généraliste.
 - Repérez les rubriques de ces différents supports, d'abord sur la presse papier, puis dans les autres médias.
 - Analysez leur contenu (justification du choix de la rubrique, hiérarchisation des informations, variété des genres, etc.).
 - Quelles différences faites-vous entre les différents supports ?
- ▶ Allez sur la page d'accueil d'un site de news en continu (yahoo.fr, [LCI, lemonde.fr](http://LCI.lemonde.fr), lenouvelobs.fr, 20minutes.fr, etc.). Dressez la liste des événements d'actualité et classez-les dans les bonnes rubriques.

➤ RÉSUMÉ

- ▶ Le rubriquage permet au média de se structurer, au public de s'y retrouver.
- ▶ Il donne sa couleur au média mais n'est pas figé.
- ▶ Les journalistes sont spécialisés dans certaines rubriques regroupées en services.
- ▶ Il n'y a pas de hiérarchie de valeur entre les différentes rubriques, même si certaines sont plus développées que d'autres.

Chapitre 1

La Politique

Définition

Étym. – du grec *politikos*, signifiant « de la cité ». Le terme « politique » renvoie aux affaires publiques, à la direction d'un État ou à la vie de la cité.

« Tout est politique », dit-on. Pour autant, tout ne relève pas de la rubrique Politique. On entend par rubrique Politique l'ensemble des informations concernant la vie politique d'un pays. Rubrique « noble » par excellence, confiée à des reporters aguerris, elle donne souvent le ton du média – en fonction de la façon dont ce dernier traite ce volet de l'information. Autant, sinon davantage que les autres, elle exige des journalistes qui la tiennent rigueur et probité.

A. La politique, une rubrique polémique

1. La place de la politique dans la presse

La presse est née en France d'un combat politique. Au XIX^e siècle, elle s'est développée sur un ton polémique et sur le mode du pamphlet, entraînant parfois l'exil ou la condamnation des journalistes les plus engagés. Qu'on se souvienne du fameux « J'accuse » de Zola à la une de *L'Aurore*, relançant l'affaire Dreyfus le 13 janvier 1898. À cette époque, on demandait aux journalistes d'être une « plume », d'avoir de l'éloquence et de l'impertinence et non de rapporter des faits ou de les analyser en toute impartialité.

Il reste de cette tradition la part tout à fait particulière accordée à la rubrique Politique dans les journaux français. Elle arrive généralement juste après l'événement, même si elle ne bénéficie pas d'une actualité brûlante. Pas de pages nationales, régionales ou locales sans un article se rapportant à la politique. On retrouve ce même engouement dans les journaux audiovisuels, où la politique, présentée souvent comme

un combat entre « ténors », « éléphants » et autres « bêtes » de scène, perpétue cette tradition polémique.

Dans une rédaction, les journalistes politiques sont choisis, non pas en fonction de leurs opinions, mais selon l'accord tacite qu'ils ne s'écarteront pas de la ligne éditoriale du journal. C'est sans doute dans la rubrique Politique que pèsent les plus forts soupçons sur les rapports qu'entretiennent les journalistes avec leurs interlocuteurs. Il existe tout un jeu relationnel entre les hommes politiques et les journalistes, dont personne n'est dupe.

Selon le baromètre 2012 TNS-Sofres réalisé pour *La Croix*, 53 % des Français estiment que les médias ne sont pas partisans (contre 56 % en 2011). 20 % considèrent que les médias favorisent la droite (contre 25 % en 2011) et 12 % qu'ils sont favorables à la gauche (contre 9 % en 2011) mais 59 % (contre 63 % en 2011) s'accordent à trouver que les journalistes ne sont pas indépendants des partis politiques et du pouvoir.

Cf. <https://www.tns-sofres.com/publications/barometre-2012-de-confiance-des-francais-dans-les-medias>

Il ne faut pas oublier que les élus maîtrisent de mieux en mieux la communication. Ils se font conseiller, voire coacher, par des publicitaires, des écrivains, des universitaires. Ils ne refusent jamais une interview, quand ils n'en sont pas eux-mêmes demandeurs, mais ils n'hésitent pas à faire pression, à jouer de leur pouvoir et à contacter directement la direction d'un média s'ils ne sont pas contents d'un article ou d'un reportage. Ils portent en revanche rarement plainte pour diffamation, estimant, soit que le jeu n'en vaut pas la chandelle, soit que les coups reçus en contrepartie de ceux qu'ils portent sont de bonne guerre. Par ailleurs, ils savent qu'attaquer un média en justice affaiblirait leur image de démocrate.

Nombreux sont les hommes politiques qui font appel à des journalistes pour organiser leur campagne, écrire leurs discours, voire rédiger leur lettre d'information. Bien évidemment dans ce cas, le journaliste doit quitter le média qui l'emploie et renoncer à son métier.

Les journalistes politiques sont également de plus en plus nombreux à écrire des livres sous forme d'entretiens. Ces ouvrages sont généralement intéressants mais il faut garder à l'esprit qu'ils sont davantage l'œuvre de « nègres » que de journalistes, en dépit du nom affiché en couverture. Ils relèvent de la communication, pas de l'information.

Plus passionnants sont les « biographies non autorisées » et les livres rédigés en toute indépendance, à condition toutefois qu'ils révèlent des informations inédites ou apportent un éclairage nouveau sur une personnalité politique.

2. Le champ de la rubrique Politique

Il est vaste si on considère que « tout est politique ». Par convention, on estime cependant que la rubrique Politique couvre :

► **Le fonctionnement de l'État** : la constitution, les grandes institutions (Conseil d'État, Conseil économique, social et environnemental, Cour des comptes, etc.), le parlement, le gouvernement, la décentralisation et la déconcentration, les collectivités territoriales constituent autant de repères ou de références utilisées en toile de fond de sujets d'actualité.

► **La vie publique** : les lois et leur application, l'exercice parlementaire, les actions et déplacements du chef de l'État et des ministres, la vie régionale, la vie municipale composent le quotidien de la rubrique.

► **Les partis politiques** : leur création, leur fonctionnement, leurs programmes, leurs divers courants et leurs multiples manifestations sont évidemment à connaître et à suivre parfaitement car ils forment la base du travail du journaliste politique.

► **Les élections** : leurs modalités, leur préparation, les campagnes électorales, les sondages, la couverture du scrutin, le dépouillement et l'annonce des résultats, les éventuels recours, les commentaires et analyses représentent un des temps forts de la vie politique.

► **Les conséquences du politique sur la vie civile** : le niveau de vie, l'aménagement du territoire, les finances publiques, l'éducation, la santé, la culture, les transports, la sécurité, la police, l'armée, la justice, les droits de l'homme, la condition des femmes, etc., ne sont pas à négliger. Ces domaines sont le plus souvent traités par les confrères d'autres rubriques (Économie, Faits-Divers, Justice, Société) sauf lorsqu'ils sont évoqués par les hommes politiques eux-mêmes, à propos d'une décision gouvernementale, d'une loi ou d'un événement.

► **La politique internationale** : les relations avec les autres états, les manifestations internationales et la participation à des conflits sont généralement couvertes par les journalistes politiques lorsque la France est directement impliquée,

sinon elles relèvent des pages « Monde » ou « Étranger », alimentées par les dépêches, les reportages d'envoyés spéciaux, de correspondants ou de grands reporters.

La vie politique d'un pays est complexe. Au-delà du schéma officiel qui ne diffère guère d'une démocratie à l'autre (les partis, le parlement, le gouvernement), il existe des organisations parallèles (religieuses, sociales, rituelles, traditionnelles, comme la franc-maçonnerie, les syndicats ou les Ordres d'avocats, de médecins, etc.) dont un journaliste doit tenir compte car elles peuvent peser sur les décisions politiques elles-mêmes. Des **lobbies** (par exemple les compagnies pétrolières, les firmes pharmaceutiques, l'industrie automobile, le secteur nucléaire, les fabricants d'armes), parfois difficiles à identifier, jouent également un rôle considérable. Dans ce cas, la frontière est parfois mince entre la rubrique Politique et la rubrique Économique.

Enfin, la politique étant encore largement dominée par les hommes, le milieu politique reste un univers très machiste.

B. Les règles d'or

Les règles professionnelles et déontologiques s'appliquent au journaliste politique comme à ses confrères. Compte tenu des risques de manipulation dont les journalistes politiques sont souvent la cible, il faut cependant insister sur un certain nombre de points :

► **Un journaliste politique est aussi un citoyen.** Il a donc ses propres opinions, mais il ne doit les exprimer qu'en privé. Un journaliste qui s'engage lui-même en politique a pour règle d'abandonner son métier. Ce fut le cas de Dominique Baudis, journaliste à TF1 puis France 3, avant d'être élu à la mairie de Toulouse, ou Noël Mamère, journaliste à France 2 jusqu'à son élection à la vice-présidence de Génération Écologie, puis maire de Bègles.

► **Il contribue au renforcement de la démocratie** par son rôle d'observateur et de relais de l'information. Il a le devoir d'informer sans tabou afin de donner au public les outils lui permettant d'appréhender la politique. Il a une responsabilité sociale. C'est sans doute en politique que le journalisme joue de manière la plus spectaculaire son rôle de quatrième pouvoir, en allant au-delà des discours et en vérifiant si les promesses électorales ont été tenues.

► **Il joue un rôle dans l'éducation citoyenne.** Si un journaliste ne peut certes pas se substituer à la classe politique, il a, en plus de son devoir d'informer, celui d'éduquer. Cela passe par l'apport d'explications nécessaires sur les enjeux politiques, en particulier en période électorale, tout en gardant à l'esprit qu'il ne s'agit pas de faire l'opinion, mais de l'éclairer :

- en informant sur l'organisation de la vie publique, en décortiquant les institutions, en expliquant le fonctionnement des partis, le rôle des élus, le partage des pouvoirs, etc. ;
- en illustrant ses explications de reportages, en allant sur le terrain, à la rencontre du public ;
- en décryptant la langue de bois, très en usage chez les acteurs politiques ;
- en employant un langage simple et compréhensible pour tous.

► **Le journaliste politique doit faire preuve d'indépendance et d'honnêteté, sans a priori ni parti pris.** Certes, son métier exige qu'il soit proche des élus et de ses sources, qu'il possède un bon carnet d'adresses, mais il doit toujours prendre du recul et admettre avec humilité qu'il n'est, aux yeux d'un homme politique, qu'un moyen de diffuser ses idées et d'entretenir son image.

Un journaliste politique « digne de ce nom », selon les termes de la Charte de 1918, ne doit donc jamais accepter de cadeaux ni d'argent. Il doit refuser tous les avantages ou privilèges dont il pourrait tirer profit, par exemple un logement à bas prix ou des passe-droits.

Les journalistes sont fréquemment pris en charge pour suivre un homme politique en déplacement ou en campagne électorale. Ce système n'est acceptable que s'il est ouvert à tous les médias et utilisé par tous les principaux partis. Celui qui invite ne doit rien exiger en contrepartie et le journaliste doit être suffisamment libre pour choisir l'angle et le contenu de son reportage. Ce n'est pas parce qu'il est invité qu'il doit se sentir « acheté », obligé de diffuser une information ou au contraire de l'occulter.

Les déplacements officiels du chef de l'état en France et à l'étranger donnent lieu à des voyages organisés par le service de presse de l'Élysée et L'Association de la presse présidentielle (APP) qui regroupe tous les journalistes accrédités auprès de la présidence de la République. L'APP compte environ 120 membres, journalistes de télévision, de radio ou de presse écrite. En ce qui concerne le suivi du Parlement et du Sénat, il existe aussi l'Association des journalistes parlementaires (AJP), fondée

en 1891, qui regroupe environ 200 membres et est ouverte depuis peu aux journalistes des pays de l'Union européenne.

► **L'exactitude et la vérification de l'information** font la crédibilité et la respectabilité du journaliste politique. La vie politique est nourrie de rumeurs et de faux en tous genres qu'il importe de prendre avec précaution et de traiter avec prudence.

➤ Exemple

L'affaire Clearstream, qui a mis en cause les plus hauts personnages de l'État français, a véritablement démarré en 2004 avec la publication, par le journaliste Denis Robert, d'une liste de comptes occultes qui s'est révélée, par la suite, être fausse.

C. La rubrique Politique en pratique

1. Les principes de base

► **Un journaliste politique a pour mission de respecter l'équité entre les différents partis et de se montrer impartial dans ses comptes rendus.** Dans tous les cas et quelle que soit l'orientation politique du média qui l'emploie, il doit adopter un ton mesuré.

► **Il a pour objectif de s'intéresser et de donner la parole à tous les responsables de mouvements politiques,** qu'ils soient dans la majorité, dans l'opposition ou en dehors des instances officielles. Il est tenu de respecter les propos entendus et de les rapporter sans les déformer. Mais il n'est ni un porte-parole ni une photocopieuse. Il ne doit faire la propagande d'aucun parti, quel qu'il soit, ce qui suppose qu'il garde toujours ses distances vis-à-vis de ce dernier.

► **Il doit particulièrement faire attention à éviter les propos diffamatoires.** Si un homme politique en accuse un autre, le journaliste qui décide d'en faire part a l'obligation de contacter celui qui est visé et de mentionner ses réactions. Si ce dernier ne veut pas répondre, il doit l'indiquer car ce refus ou cette dérobade constitue en elle-même une information.

Le journaliste est souvent pris en otage dans la guerre des chefs. Il arrive que les mots dépassent la pensée de celui qui les prononce. Peut-il être poursuivi pour diffamation s'il rapporte des propos injurieux ou mensongers émis par un homme politique à l'encontre d'un adversaire ?

Légalement oui, mais il ne peut non plus passer sous silence une telle attitude qui caractérise le personnage. Il doit donc rapporter ces propos en s'entourant des précautions nécessaires : les retranscrire de façon exacte, entre guillemets, en les attribuant clairement à leur auteur. Les enregistrer ou s'assurer qu'il y a des témoins fiables. Ne pas commenter ces propos mais les rééquilibrer en donnant la parole à la personne mise en cause ou à une autre qui saura la défendre.

► **Le journaliste politique n'est ni un policier ni un juge**, ainsi que le stipulent les chartes professionnelles. Même s'il soulève des faits délictueux, il ne peut se permettre de dénoncer leurs auteurs sans preuve. Il ne peut pas non plus les accuser, encore moins les condamner, tant qu'ils ne sont pas officiellement jugés. Il doit surtout éviter de prendre un ton moralisateur qui aboutit souvent à l'effet contraire et se retourne contre le donneur de leçons.

► **Il ne doit pas utiliser de moyens déloyaux** pour obtenir une information, comme enregistrer quelqu'un sans le prévenir ou exercer un chantage pour obliger un interlocuteur à répondre à ses questions, en le menaçant par exemple de le « descendre » dans ses colonnes s'il refuse de le faire. En revanche, il est parfaitement admis qu'un journaliste prêche le faux pour savoir le vrai et informe une personne de la parution prochaine d'éléments défavorables afin de l'inciter à parler.

2. Les sources d'information

► **Le communiqué de presse.** Un journaliste, quelle que soit sa spécialité, n'a pas à reproduire tel quel un communiqué sans en expliquer l'origine et le contexte. Cette solution de facilité non seulement donne une mauvaise image de sa profession mais nuit à la qualité de l'information qui doit être la plus complète possible. Vérifier le contenu de ce communiqué et mettre ce dernier en perspective représentent une plus-value journalistique.

► **Les discours.** Les médias n'ont pas vocation à reproduire in extenso les discours politiques, sauf exception notoire, comme le discours d'investiture d'un chef d'État. En revanche, il appartient au journaliste politique de décrypter ces discours, de classer et hiérarchiser les informations qu'ils contiennent et d'en restituer l'essentiel.

► **Les sources parallèles.** Le monde politique fourmille de rumeurs, d'accusations et de dénonciations. Dans ce cas, il convient de ne pas les rapporter telles

quelles et de remonter à la source de l'information en interrogeant ceux qui en sont les victimes, ceux qui en tireraient un éventuel bénéfice et qui ont donc intérêt à les créer ou les colporter. Certaines informations, comme la suspicion de conflit d'intérêt, de fausses factures ou d'emplois fictifs, pour ne citer que les plus connus, exigent de véritables enquêtes faisant appel à des « indicateurs » proches de la personne incriminée ainsi que des milieux policier et judiciaire.

► **Sortir du cadre institutionnel.** Le journaliste politique peut découvrir une information inédite en rencontrant et en donnant la parole à ceux qui n'ont pas l'habitude de s'exprimer : représentants de minorités, d'organisations professionnelles, d'associations de femmes ou des droits de l'homme, etc. Il peut être également intéressant d'interroger des personnes sans responsabilité politique mais qui en subissent les effets. Par exemple, que pense un agriculteur de l'Europe, un restaurateur des OGM, un électeur des sondages ?

3. Le cas particulier des médias d'opinion

Dans toute démocratie, il existe des journaux et des radios dits d'opinion – plus rarement des chaînes de télévision – qui affichent clairement leur couleur politique. Leur rôle est indispensable et leurs journalistes sont soumis aux mêmes règles de déontologie que leurs confrères.

Ils doivent faire preuve d'honnêteté et d'équité.

Ils doivent réserver la prise d'opinion à l'éditorial et au commentaire.

Ils peuvent soutenir un candidat ou un parti politique et critiquer ses adversaires tout en respectant leur vie privée et sans les dénigrer.

Ils doivent, comme pour toute information, démontrer pour convaincre.

On dit généralement qu'en France les journalistes sont « de gauche » et les médias « de droite » en raison de leurs liens avec les multinationales ou les groupes financiers. Le public reconnaît au premier coup d'œil les journaux dits « de droite » (*Le Figaro*, *Le Point*, la plupart des titres de la presse quotidienne régionale ou de la presse économique) comme ceux « de gauche » (*Le Monde*, *Libération*, *Le Canard Enchaîné*, *Le Nouvel Observateur*). Mais les apparences peuvent être trompeuses et il est parfois difficile de suivre la ligne éditoriale d'un média qui ne fait que son travail en critiquant à gauche comme à droite les personnalités les plus en vue. Un « bon » journaliste saura se montrer subtil

B. Les règles d'or	64
C. La rubrique Société en pratique	65
1. Le journaliste Société est un généraliste	65
2. Le rôle des experts ou consultants.....	65
3. Comment traiter les sujets de société.....	65
4. Le mélange des genres	66
D. Focus : la santé au cœur du quotidien	67
E. Témoignages	70
Chapitre 5	
La Culture	73
A. La culture, un enjeu majeur	73
1. Les nombreuses facettes de la culture.....	73
2. Le champ de la rubrique Culture.....	75
B. Les règles d'or	76
1. La recherche de l'information.....	76
2. La programmation	77
3. Les sources.....	77
4. La sélection.....	78
5. Le rôle d'Internet	78
6. Les relations avec les services de presse.....	79
C. La Culture en pratique	79
1. La démarche journalistique	79
2. Le traitement de la Culture.....	80
3. La presse spécialisée.....	82
4. La censure.....	82
D. Focus : la critique, un genre « trans-genre »	83
E. Témoignages	85
Chapitre 6	
Les Sports	89
A. Le Sport, rubrique tout terrain	89
1. La place du sport dans les médias.....	89
2. Le champ de la rubrique sportive.....	90

B. Les règles d'or	91
1. Les principes de base	91
2. La recherche de l'information.....	93
C. Le Sport en pratique	94
D. Focus: les nouvelles règles du jeu	95
1. Du droit à l'information aux droits de télévision	95
2. La prime aux consultants.....	97
E. Témoignages	97
Chapitre 7	
L'International	101
A. International... comme Internet	101
1. La place de l'International.....	101
2. Le champ de l'International	102
B. Les règles d'or	104
C. L'International en pratique	105
1. Un travail de <i>desk</i>	105
2. Le rôle des agences de presse	106
3. Les professionnels du bout du monde	108
4. Les médias dédiés	110
D. Focus: l'internationalisation de la profession	112
1. Une mondialisation de l'information	112
2. Une profession internationale	114
E. Témoignages	115

Annexes

Annexe 1	
Lexique politique	121
Annexe 2	
Lexique économie	125
Annexe 3	
Lexique faits divers/justice	127
Annexe 4	
Lexique des acronymes du sport	133
Annexe 5	
Lexique vie internationale	137