



UNION INTERNATIONALE DE LA PRESSE FRANCOPHONE

Par Regine.lefevre7@hotmail.fr

Revue de presse

No 409 en date du 17.06.2019

Dans le cadre des 88 pays et états appartenant à la Francophonie institutionnelle <https://www.francophonie.org/statut-et-date-adhesion-Etats-et-gouvernements-28647.html> et des pays et états non adhérents à la Francophonie institutionnelle (Algérie, Azerbaïdjan et Vallée d'Aoste) dans lesquels se situent des sections de l'Union de presse francophone

Toutes les informations et tous les communiqués en provenance des sections de l'UPF sont gérés par UPF internationale
Seules les informations concernant ces sections faisant l'objet d'une publication dans la presse sont reprises dans la revue

SOMMAIRE

- 1 – PRESSE ECRITE AU MAROC – « Presse écrite : Face à la baisse des ventes mondiales, l'innovation à la rescousse » (UPF-Maroc)
- 2 – CARICATURES AU QUEBEC – « Grandeurs et misères de la caricature »
- 3 – JOURNALISTE EN MOLDAVIE – « Un prix littéraire pour notre collègue Tatiana Țibuleac, membre de l'Union de presse francophone/section moldave »
- 4 – MEDIAS – « La confiance dans les médias se dégrade encore »
- 5 – JOURNALISTES EN UKRAINE – « Démission de journalistes après le rachat de leur chaîne par un député pro-russe »
- 6 – GOOGLE – « La fin des « 5 articles offerts » ? Google Chrome 76 va porter un coup à la presse en ligne payante »
- 7 – JOURNALISME – « Cinq façons dont l'intelligence artificielle peut bouleverser le journalisme »
- 8 – JOURNALISTE – « Devenir journaliste - L'institutionnalisation d'une profession en temps de crise »
- 9 – JOURNALISTES AU MEXIQUE – « Mexique : les journalistes trop critiques dans la ligne de mire de Lopez Obrador »
- 10 – UNION DE PRESSE FRANCOPHONE – « Création de la section Tunisie »

1 – PRESSE ECRITE AU MAROC – « Presse écrite : Face à la baisse des ventes mondiales, l'innovation à la rescousse »

<http://aujourd'hui.ma/societe/presse-ecrite-face-a-la-baisse-des-ventes-mondiales-linnovation-a-la-rescousse>

Vendredi 14 juin 2019

Par Dounia Essabban

Si le format papier n'est pas près de disparaître, les patrons de presse devront repenser leur modèle économique de telle sorte à équilibrer leurs comptes tout en préservant la qualité du contenu.

L'UPF Maroc (Union de la presse francophone) vient d'organiser une conférence sur les innovations dans les métiers du journalisme.

A l'heure où la presse écrite est en perte de vitesse à travers le monde il est impératif de repenser les modèles pour ramener l'offre à la demande. Une demande représentée par un lectorat qui est de moins en moins concentré mais de plus en plus exigeant, en termes de contenu. Cyril Petit, rédacteur en chef central du Journal du Dimanche, média édité en France, a rappelé les clés qui devraient ramener l'innovation. Les détails.

« *Des innovations dans les médias et la presse en France* », c'est la thématique qui a été retenue par l'équipe dirigeante de l'UPF Maroc, présidée par Meryem Ouedghiri lors de la dernière formation proposée à ses adhérents. Cyril Petit a répondu présent à l'appel compte tenu des enjeux conjoncturels que vit la presse dans le monde. L'événement est soutenu par l'opérateur de télécommunications Orange. L'expert introduira son discours par le rappel du livre de Jules Verne « Une journée d'un journaliste américain en 2889 », avant-gardiste sur l'impact de la technologie sur les médias.

Celui qui a inventé le phonotelephote, il y a un siècle déjà, avait déjà imaginé quelque part le iPhone... Cyril Petit demeure, cela dit, très clair dans son discours par rapport à la révolution technologique. « *Je ne vous parlerais pas d'intelligence artificielle mais d'innovations possibles dans la presse écrite* ». Vu sous cet angle, les journalistes se sentiront confortés de demeurer une constante réelle en matière de ressources pour la fabrication d'un tabloid à condition de préserver le contenu ! Le cadre de l'échange est clairement défini. Partant de là, il s'agira de repenser plutôt les formats. Et le rédacteur en chef du journal français suggère de revenir sur des méthodes qui existent depuis des décennies et qui marchent comme les infos à travers les quiz. « *Un lecteur a une demi-seconde pour rentrer ou non dans un article* », rappelle le professionnel. Et c'est bien dans ce sens que le retour du résumé est devenu indispensable au cas où le lecteur n'aurait pas tout le temps de lire l'intégralité de l'article.

En clair, la presse écrite qui d'une manière globale est en perte de vitesse, en termes de ventes, sera sauvée à travers la ligne éditoriale et le contenu. Pour l'heure, les constats sont têtus. La France perd 700 points de vente par an. Au Maroc, aucune statistique n'est disponible mais ce qui est sûr c'est que le lectorat n'est pas identifié en raison de la cherté des études.

Cela dit, et à travers le monde, la presse écrite n'est pas à négliger. Elle ne disparaîtra pas, autrement dit. Et il s'agira de tenir compte des nouvelles données de l'environnement. La première est bien celle de la capacité de concentration du lecteur. Cyril Petit fera référence à l'ouvrage de Bruno Partino « La civilisation du poisson rouge » qui rappelle que la capacité du poisson rouge est de 8 secondes. Celle d'un millennial a été estimée à 9 secondes.

Il est évident que l'angle d'attaque d'un papier déterminera la poursuite de la lecture ou pas de l'article. Et le lecteur, pris dans son quotidien n'a pas le temps de chercher l'information entre les lignes. C'est ce qui fait d'ailleurs de la radio un média puissant. Avec le son, l'individu peut faire autre chose tout en écoutant...

Pour l'heure, tous les journaux de la presse écrite sont passés au digital en modèle payant en France. Le modèle de la presse s'étant établi sur les lecteurs. Cela dit il s'agira de se poser la question si les jeunes paieront l'information. Il a été identifié en France que la catégorie des personnes âgées de 55 ans et plus est plus fan de la télévision.

Au Maroc, compte tenu du faible taux de lectorat, les sites des journaux sont accessibles sans abonnement. Seul un ou deux sont passés au modèle payant.

Le New York Times compte 3,5 millions de lecteurs web abonnés. Le contenu est essentiel à ce niveau et plusieurs supports de presse privilégient le divertissement pour augmenter le nombre d'abonnements. Le média américain en fait un point fort.

Au Maroc, le smartphone est plus présent qu'ailleurs. Une donne à prendre en considération pour l'adaptation des formats de contenu. Sur le plan mondial, Facebook perd des points et Google demeure le plus fiable en termes de référencement d'articles de professionnels. Ceci confirme l'importance encore une fois du contenu.

La question essentielle aujourd'hui est de savoir comment diffuser l'information. *«En modèle imprimé, on sait où l'on va contrairement au Web qui, tel un iceberg, ne permet pas au lecteur de savoir où il va»*, précisera Cyril Petit.

En définitive, si le format papier n'est pas près de disparaître, les patrons de presse devront repenser leur modèle économique de telle sorte à équilibrer leurs comptes tout en préservant la qualité du contenu. Pour y parvenir, certains ont diminué la pagination du support. Intégrer des innovations dans la forme demeure l'exercice qui est le plus adapté. Et la présentation de Cyril Petit les met en avant. Celle-ci renvoie à la manière de faire aussi.

D'après le témoignage du rédacteur en chef du Journal du Dimanche, les journalistes commencent à travailler plus en équipe sur plusieurs sujets à la fois pour avancer plus vite avec une force de frappe en matière de quête d'information. Cela suppose un professionnalisme, une bonne connaissance de l'autre basée sur le respect. Le métier y gagnera sur le plan qualitatif et quantitatif !

L'UPF Maroc en est consciente. Le partage de savoir-faire et l'échange devraient permettre d'avancer à condition que le lecteur soit au centre des préoccupations ! L'indépendance de la rédaction est nécessaire.

2 – CARICATURES AU QUEBEC – « Grandeurs et misères de la caricature » <https://www.ledevoir.com/culture/medias/556800/grandeurs-et-miseres-de-la-caricature>

Samedi 15 juin 2019

Par Jean-François Nadeau

Voici une poire. Un dessin de poire. Mais regardez mieux. Dans un second dessin, la poire semble mûrir un peu vite. Au bout d'un enchaînement de quatre dessins, la tête d'un roi gras, Louis-Philippe, est là, à la place de la poire... La poire devenue roi. Et vice versa. Tout le monde rigole de cette audace du dessinateur. Vive la poire ! Vive le roi ! Nous sommes en 1831. La première version de ce dessin, qui connaîtra plusieurs déclinaisons, est un grand succès. Elle est l'oeuvre d'Honoré Daumier, selon une idée de Charles Philipon, directeur du journal La Caricature.

En ce roi terne, Charles Philipon voit un barrage contre la liberté de la presse. C'est dans des saillies pareilles, portées par la caricature, que la presse gagne, au XIXe siècle, le droit d'exprimer librement des idées.

Pour Ery Contogouris, professeur au Département d'histoire de l'art de l'Université de Montréal et spécialiste de l'histoire de la caricature, « le gouvernement de Louis-Philippe attendait un prétexte pour essayer de limiter davantage la liberté d'expression ». En 1835, une tentative d'assassinat contre le roi, commise avec une arme artisanale, forgée de 25 canons, donne l'occasion à l'État de limiter la liberté d'expression. On en a particulièrement contre le dessin de presse, dit Ery Contogouris, parce qu'il peut être vu et compris même par ceux qui ne savent pas lire. Avec le temps, la censure incline à censurer tantôt le dessin, tantôt l'écriture.

Auteure d'une histoire de la caricature au Québec, Mia Falardeau juge que « c'est très grave ce qui se passe en ce moment dans l'univers de la caricature ». Pour elle, la censure constante dont fait de plus en plus l'objet cette discipline « n'a rien d'anecdotique » et devrait inquiéter au plus haut point.

« Il y a en effet de quoi s'inquiéter », observe lui aussi Robert Aird, auteur d'une Histoire politique du comique au Québec. « Il y a eu plusieurs cas de caricaturistes muselés. Au Venezuela, au Nicaragua, en Russie. Aux États-Unis, les caricaturistes Nick Anderson et Rob Rogers, jugés trop anti-Trump, et maintenant le New York Times. »

« On le sait, de tout temps, la caricature est détestée par les dictatures, rappelle Mia Falardeau. Or, ce n'est plus du côté des dictatures qu'on fait la guerre à la caricature. Qu'un journal comme le New York Times décide désormais qu'il vaut mieux arrêter les caricatures plutôt que de les prendre pour ce qu'elles sont — des objets de discussion —, cela participe d'un mouvement social inquiétant, le même qui invite à faire reculer le droit à l'avortement pour les femmes. On veut taire la caricature, pour toutes sortes de raisons. C'est un très gros coup qui est porté. Ce n'est pas anecdotique. Le New York Times, qui est tout de même un pilier dans le monde du journalisme, envoie un signal inquiétant. Très inquiétant. »

Il existe des lois contre la diffusion de messages haineux. Mais dans les limites de ces législations, on se montre néanmoins toujours plus frileux. C'est ce qu'estime en tout cas Mia Falardeau. « Dès qu'il est question de religion, on entre dans une frilosité pas possible. Les journaux sont hyperfrileux. Lorsqu'un débat éclate, on voudrait nous faire croire soudain qu'une caricature publiée n'est avalisée par personne, qu'un rédacteur en chef n'approuve pas la publication au préalable. Et on pénalise la caricature seule, le caricaturiste. On commence à écraser la caricature, mais où est-ce que cela va finir ? »

Distinctions

Ersy Contogouris expose le cas de deux caricatures dessinées autour de l'affaire SNC-Lavalin. Elles montrent Justin Trudeau boxer contre Jody Wilson-Raybould. Les deux dessins ont tous les deux été publiés le 15 février dernier. « Il y a eu tollé sur les réseaux sociaux à cause de la question de la violence représentée ou sous-entendue, qui a été jugée particulièrement problématique étant donné que Mme Wilson-Raybould est une femme autochtone. Un des caricaturistes, Michael de Adder, s'est excusé et a dit qu'il serait plus sensible à cette problématique, qu'il ne dessinerait plus d'images de femmes dans des situations violentes, alors que l'autre, Graeme MacKay, a dit que c'était une question de liberté d'expression et qu'il avait donc le droit de montrer ce qu'il voulait. » Selon l'historienne, les caricaturistes sont peut-être plus conscients désormais du caractère potentiellement sexiste, raciste, homophobe ou autre de leurs caricatures. Ils font sans doute plus attention. Mais « la censure qui vient du haut, de l'État ou des éditeurs et propriétaires de publications » soulève un tout autre type de problème, insiste-t-elle. Il ne faut pas tomber dans le piège de confondre les deux.

Pour Robert Aird, il existe plusieurs angles d'analyse aux récents cas de censure. « La crise de la presse écrite affecte le dessin de presse comme le reste de l'information », dit-il. Par souci d'économie, au nom du profit, plusieurs journaux se sont séparés de leur caricaturiste attiré pour faire plutôt affaire avec des pigistes, moins payés, moins mordants aussi, explique Robert Aird. « Depuis plusieurs années, la presse engage des agences qui vendent des dessins de presse. Je me disais, en regardant ce phénomène, que cela engendrerait des caricatures plus inoffensives... Et voilà que le New York Times se fait reprocher la publication d'une caricature venant justement d'une agence ! » Dominic Hardy, professeur d'histoire de l'art à l'UQAM, observe aussi les piètres conditions de travail qui priment désormais chez les caricaturistes.

Inadmissible

Certes, reconnaît Mia Falardeau, les caricaturistes ne sont pas toujours très subtils. « Certains, disons, ont le trait un peu gros... Mais quoi qu'on pense par exemple de cette caricature particulière du New York Times, l'idée de supprimer complètement la caricature est un geste totalement inadmissible. »

Aller jusque-là, insiste Robert Aird, voilà qui dépasse les bornes. « Dans le cas du New York Times, admettons que la caricature était d'un goût douteux, fallait-il cesser la publication d'autres caricatures ? Que fait-on des milliers d'autres qui ne causaient pas de controverses ? C'est abusif. »

La caricature est peut-être dans une période de recul, après l'affranchissement qu'elle a connu au XIXe siècle, à la suite d'une lente maturation. « Cette forme graphique existe de longue date dans la tradition hollandaise, rappelle Ersy Contogouris. On y parle beaucoup de religions, contre le catholicisme en particulier. » Mais la tradition de la charge du dessin vient d'Italie, en particulier des frères Carracci qui, dans leurs ateliers, voient un côté très classique au dessin. Au XVIIIe siècle, les grands touristes anglais qui voyagent en Italie se font caricaturer. Ce travail est gravé puis diffusé en Angleterre. Ce mélange de tradition hollandaise et italienne va prospérer en Angleterre, dans un esprit de tolérance qui fera la fortune du genre.

Pour Dominic Hardy, le contexte immédiat invite à penser que « la possibilité même d'une pensée complexe par le visuel » est désormais placée « sous haut soupçon, sous haute attaque ». Mais, dit-il, « je préfère encore de loin qu'on me dérange qu'on me dise que je n'ai pas le droit de penser, de réfléchir, de réagir, de ne pas être d'accord. »

3 – JOURNALISTE EN MOLDAVIE – « Un prix littéraire pour notre collègue Tatiana Țibuleac, membre de l'Union de presse francophone/section moldave »

http://courrier.md/articles/un-prix-litteraire-pour-notre-college-tatiana-ibuleac?fbclid=IwAR2jEN3v37z8QnEZANP8Rlr7mRvi5XmsYgxFLSW81_rAvc7LtPfChtkYZI8

Vendredi 7 juin 2019

Par *Silvia Grossu*



Un prix littéraire pour notre collègue Tatiana Țibuleac

Le roman „Grădina de sticlă ”, paru aux Editions „Cartier” en 2018 et signé par Tatiana Țibuleac, écrivaine moldave, a reçu le Prix de l'Union Européenne pour la littérature 2019.

L'Union Européenne pour la littérature existe depuis 2009 et il est décerné chaque année à des jeunes écrivains contemporains de littératures émergentes. Les pays sont choisis par rotation pour participer à cette compétition.

Le prix est coordonné par un consortium formé de la Fédération européenne et internationale des libraires, le conseil d'Auteurs européens et la Fédération d'Éditeurs européens, qui sont appelés à créer des jurys nationaux chargés de choisir les auteurs proposés. Le prix est d'une valeur de 5000 euros.

Cette année, les pays candidats au prix étaient : l'Autriche, la Finlande, La France, la Géorgie, la Hongrie, l'Irlande, l'Italie, la Lituanie, la Pologne, la Roumanie, la Slovaquie, l'Ukraine et la Grande Bretagne.

Tatiana Țibuleac est née le 15 octobre 1978 à Chișinău. Elle a étudié au lycée „Iulia Hasdeu” de Chișinău et à la Faculté de Journalisme et des Sciences de la Communication de l'Université d'Etat de Moldavie. Le grand public l'a découverte en 1995 quand elle a lancé la rubrique „Povești adevărate” dans le quotidien moldave „Flux”. Depuis 1999 elle fait partie de l'équipe de la chaîne PRO TV Chișinău en qualité de reporter, éditeur et présentatrice d'actualités. Actuellement elle vit à Paris, où elle travaille dans le domaine de l'audiovisuel.

Tatiana Țibuleac a publié son premier livre „Fabule moderne” en 2014. Le deuxième „Vara în care mama a avut ochii verzi” (Cartier, 2017), a été distingué par le Prix de l'Union des Ecrivains de la République de Moldavie, celui de la revue „Observator cultural” et le Prix « Observator Lyceum ».

Elle est membre de la section moldave de l'Union internationale de la Presse Francophone depuis 2012.

4 – MEDIAS – « La confiance dans les médias se dégrade encore »

<http://www.strategies.fr/actualites/medias/4030672W/la-confiance-dans-les-medias-se-degrade-encore.html>

Jeudi 13 juin 2019

Selon le rapport annuel du Reuters Institute, qui porte sur 38 pays, seules 42% des personnes interrogées font confiance aux médias en général, soit 2 points de moins en un an.

La confiance dans les médias s'est encore dégradée dans le monde, avec plus d'une personne sur deux qui ne se fie pas aux médias qu'elle consulte, dans un contexte économique toujours difficile pour le secteur. C'est ce que montre le rapport annuel du Reuters Institute, publié le 12 juin. Baptisé Digital News Report, ce rapport s'appuie notamment sur une étude d'ampleur menée par YouGov entre fin janvier et début février auprès de 75 000 personnes dans 38 pays.

En moyenne dans ces pays, 42% des personnes interrogées font confiance aux médias en général, une baisse de 2 points sur un an, tandis que moins d'une sur deux (49%) fait confiance aux médias qu'elles utilisent. Si une petite majorité des personnes interrogées (51%) estiment que les médias les aident à comprendre l'actualité, moins d'un tiers (29%) pensent que les médias couvrent des sujets pertinents et seulement 16% que le ton utilisé est le bon.

Disparités importantes selon les pays

Ces moyennes cachent des disparités importantes selon les pays, indique le rapport, avec d'un côté du spectre des pays comme la Finlande ou le Canada, qui font plutôt confiance aux médias, et de l'autre des pays comme la Grèce ou la Hongrie, où la défiance est très forte. En France, la confiance a nettement reculé (-11 points en un an, à 24%), alors que les médias ont été particulièrement critiqués pour leur couverture du mouvement des Gilets jaunes, souligne le rapport.

La confiance dans les infos consultées via les moteurs de recherche et les réseaux sociaux reste stable mais à un faible niveau : respectivement 33% et 23%. Et les internautes basculent de plus en plus vers les messageries privées comme WhatsApp pour partager des informations, notamment au Brésil, en Malaisie et en Afrique du Sud. Le rapport note également que les niveaux de confiance augmentent avec les niveaux d'éducation : les plus diplômés en Allemagne et aux Etats-Unis évaluent les médias d'information plus positivement.

Le payant stagne

Parallèlement, les inquiétudes soulevées par les fausses informations restent vives malgré les efforts des plateformes et des éditeurs.

Si le niveau de confiance baisse, la proportion de personnes qui payent pour l'information en ligne reste la même (environ 15%), ce qui montre que les deux facteurs ne sont pas liés, souligne le rapport. Même dans les pays où un plus grand nombre de personnes payent pour l'information, la majorité d'entre elles ne dispose que d'un seul abonnement. Dans certains pays, le rapport observe une « saturation » des internautes pour les abonnements, qui favorise le divertissement (Netflix, Spotify...) face à l'information. Pourtant, les médias sont de plus en plus nombreux à faire payer l'information en ligne dans le monde, note le rapport.

Enfin, les personnes interrogées sont de plus en plus nombreuses (32%) à éviter activement l'actualité.

5 – JOURNALISTES EN UKRAINE – « Démission de journalistes après le rachat de leur chaîne par un député pro-russe »

<https://www.ouest-france.fr/europe/ukraine/ukraine-demission-de-journalistes-apres-le-rachat-de-leur-chaîne-par-un-deputé-pro-russe-6399694>

Samedi 15 juin 2019

La chaîne d'information ukrainienne ZIK a été rachetée par un député ukrainien proche de la Russie. Plusieurs journalistes, craignant une couverture influencée par la Russie, ont choisi de démissionner.

Un député ukrainien proche de la Russie a acheté une chaîne d'information, provoquant une série de démissions de journalistes qui craignent une couverture influencée par Moscou.

Taras Kozak, du parti pro-russe Plateforme d'opposition, possédait déjà deux chaînes de télévision ukrainiennes avant de prendre le contrôle de la chaîne ZIK cette semaine. Il est proche de l'homme politique Viktor Medvedtchouk, un personnage controversé en Ukraine en raison de ses liens avec Vladimir Poutine. Medvedtchouk prétend que le président russe est le parrain d'une de ses filles.

« Une chaîne appartenant pratiquement à un parent de Poutine »

Le journaliste Roman Nedzelskiy, l'un des cinq qui ont démissionné de la chaîne avec son PDG, a estimé que Medvedtchouk contrôlait désormais ZIK.

« Medvedtchouk est un ennemi de mon pays, un assassin du passé et de l'avenir », a écrit son collègue Vakhtang Kipiani en annonçant sa démission.

« Il est difficile de dire ce qui est pire : un char russe sur la ligne de démarcation ou une chaîne... appartenant pratiquement à un parent de Vladimir Poutine », a également commenté Mustafa Nayyem, un député ukrainien, sur les réseaux sociaux, estimant que ce rachat était un défi à relever pour le nouveau président Volodymyr Zelensky.

L'est de l'Ukraine est en proie à une guerre avec les séparatistes pro-russes, qui a fait près de 13 000 morts en cinq ans.

Kiev et les Occidentaux accusent Moscou de soutenir militairement les séparatistes, ce que la Russie dément malgré des constatations de plusieurs médias dont l'AFP.

6 – GOOGLE – « La fin des « 5 articles offerts » ? Google Chrome 76 va porter un coup à la presse en ligne payante »

<https://www.numerama.com/business/526299-la-fin-des-5-articles-offerts-google-chrome-76-va-porter-un-coup-aux-paywalls-de-la-presse-en-ligne.html>

Samedi 15 juin 2019

La version 76 de Google Chrome va causer des migraines à la presse en ligne.

Les sites qui comptent sur les paywalls ont pris l'habitude de bannir le mode incognito des navigateurs, pour éviter les resquilleurs. Seulement, Google Chrome 76 va rendre invisible ce mode.

Libération, Le Parisien, L'Express ou bien Les Échos. Nombreux sont les titres de presse français à proposer aux internautes un quota d'articles gratuits avant de leur demander de prendre un abonnement (ou de payer à l'unité les prochains sujets) s'ils souhaitent continuer à accéder à d'autres contenus. D'ailleurs, ce n'est pas propre à l'Hexagone : les médias étrangers aussi font la même chose.

LE MODE INCOGNITO DEVIENT INCOGNITO

Sauf qu'avec la prochaine version de Google Chrome, les sites d'information vont avoir beaucoup plus de mal à savoir si les internautes ont effectivement atteint leur quota (quotidien, hebdomadaire ou mensuel, selon les préférences de chaque publication) si ceux-ci utilisent le mode incognito de leur navigateur web. La bascule est attendue avec Chrome 76, dont la sortie est prévue le 30 juillet.

Si vous vous demandez ce qu'est le mode incognito, sachez que c'est une option de Google Chrome qui sert à activer la navigation privée. L'intérêt du mode incognito est local, c'est-à-dire au niveau du terminal qui va sur le net, surtout si celui-ci est partagé avec d'autres personnes (votre conjoint, votre colocataire, vos enfants, etc.). Il ne vous masque pas sur la toile : un site vous détecte toujours, avec votre adresse IP. Cela dit, ce mode comporte quelques règles qui servent à restreindre ce qu'il peut savoir de vous.

Il s'avère toutefois qu'une information importante était encore communiquée par Google Chrome en mode incognito... celle de savoir si le mode incognito est activé ou non ! Or, justement, la version 76 du navigateur web va arrêter de transmettre cette information avec la modification de l'API FileSystem. Tous les scripts qui reposent sur cette API pour savoir si le mode incognito est actif vont être caducs.

Nous en parlons d'ailleurs en début d'année.

« *Le mode incognito de Chrome est détectable depuis des années, du fait de l'implémentation de l'API FileSystem. À partir de Chrome 76, c'est corrigé. Toutes mes excuses pour les scripts de détection en mode privé qui existent* », écrit Paul Irish sur Twitter sur le ton de la plaisanterie. Cet informaticien américain connaît bien Chrome : il travaille au sein de l'équipe chargée de son développement.

Avec le mode incognito, un site de presse est dans l'incapacité de lire ou d'écrire un cookie (un cookie, ou témoin de connexion, n'est pas néfaste en soi : il peut aussi servir à stocker des informations utiles, par exemple les préférences d'un internaute qui est déjà venu, pour éviter par exemple qu'il ait besoin de se reconnecter) sur l'appareil qui se connecte à son espace.

Le site ne peut donc pas savoir s'il s'agit d'un abonné ou d'un internaute qui a dépassé son quota d'articles gratuits ou s'il est encore dans les clous. Dès lors, les sites de presse ont préféré bannir la lecture en mode incognito. C'est le cas du Boston Globe, un exemple donné par Paul Irish, mais aussi de publications comme le magazine du MIT, Technology Review, et du New York Times.

« **Fatigue de l'abonnement** »

La version bêta de Chrome 76 est disponible depuis le 13 juin, ce qui fait qu'il est d'ores et déjà possible d'utiliser ce navigateur pour gruger les « paywalls », en attendant la version finale fin juillet.

Il reste désormais à savoir quelle sera la réponse du berger à la bergère, car on peut d'ores et déjà supposer que les sites de presse vont déployer d'autres efforts pour repérer les resquilleurs.

Aux yeux de Paul Irish, il existe pourtant une troisième voie pour échapper à ce jeu du chat et de la souris : s'abonner à vos sources préférées de journalisme. « *Si vous pouvez vous le permettre, je vous encourage à payer la poignée de dollars pour vous abonner* », lance-t-il. Mais ce n'est pas aussi simple : la part d'internautes prêts à payer pour s'informer sur le Web stagne, selon une étude de Reuters, reprise par Le Monde. La raison ? Il existerait une « *fatigue de l'abonnement* » : « *les gens en ont marre qu'on leur demande de payer séparément différents services en ligne* », selon Richard Fletcher, de l'Institut Reuters. Car il n'y a pas que les abonnements à la presse qui pèsent dans la balance : les internautes tiennent aussi compte des autres dépenses dans la musique, la SVOD, le jeu vidéo, etc.



7 - JOURNALISME - « Cinq façons dont l'intelligence artificielle peut bouleverser le journalisme »

https://lexpansion.lexpress.fr/actualites/1/actualite-economique/cinq-facons-dont-l-intelligence-artificielle-peut-bouleverser-le-journalisme_2084280.html

Samedi 15 juin 2019

Par AFP

De la rédaction automatisée d'articles à la création de vidéos "deepfakes" par les faussaires de l'information, voici 5 façons dont l'intelligence artificielle (IA) pourrait bouleverser le journalisme, ou a déjà commencé à le faire :

- Articles automatisés

L'IA peut permettre de créer automatiquement des articles à partir de bases de données structurées, en particulier chiffrées. Le groupe suédois Mittmedia, spécialisé dans l'information de proximité, a par exemple développé un algorithme qui génère automatiquement, à partir de données publiques, un article à chaque fois qu'une propriété est vendue dans le pays.

Ils résumant les principales caractéristiques de chaque transaction (emplacement, nom du vendeur et de l'acquéreur, prix de vente) et peuvent mettre en avant les éléments saillants, par exemple un prix record. Ils sont proposés aux internautes de manière personnalisée en fonction de l'endroit où ils habitent.

- Couteau suisse numérique

Plusieurs applications basées sur l'IA, dont certaines sont déjà employées dans des rédactions, forment une sorte de boîte à outils qui peuvent aider les journalistes à accomplir certaines tâches répétitives ou basiques plus rapidement, par exemple retranscrire automatiquement un discours ou une interview sous forme de texte, traduire une vidéo dans plusieurs langues ou encore rechercher des données liées à des mots clés.

On peut aussi imaginer des fonctions plus évoluées comme un assistant virtuel qui poserait des questions identiques à un grand nombre d'internautes, un moyen de collecter une masse de témoignages au plus vite, là où il faudrait des heures ou des jours à un reporter en chair et en os.

- **Commentaires et interactivité**

Plusieurs grands quotidiens, comme Le Monde en France, El Pais en Espagne ou le New York Times aux Etats-Unis, ont adopté Perspective, un système de gestion des commentaires en ligne, développé par Jigsaw (filiale de Google).

Il permet de détecter les commentaires potentiellement "toxiques", en leur attribuant une note qui évalue leur nocivité, et laisse ensuite les modérateurs agir. Ce principe est censé aider à réduire le harcèlement en ligne et favoriser les conversations en écrémant les propos s'apparentant à des attaques personnelles ou des insultes.

De plus en plus utilisés, les robots conversationnels, ou chatbots, peuvent, quant à eux, permettre aux médias de proposer leurs informations sous un nouveau format, de manière interactive, en répondant à des questions sur l'actualité posées directement par l'utilisateur, notamment via des enceintes connectées.

- **Machines à fakes**

C'est le grand revers de la médaille : les mêmes fonctions de reconnaissance vocale et visuelle, traduction, création automatisée de contenus, etc., peuvent être détournées par les créateurs de fausses nouvelles ou fake news, par exemple pour créer des vidéos "deepfakes", dans lesquelles on fait dire à des personnalités des propos qu'elles n'ont jamais tenus.

Récemment, des artistes et ingénieurs ont publié sur Instagram une vidéo trafiquée du fondateur de Facebook, Mark Zuckerberg. Une manière d'interpeller publiquement le groupe, critiqué récemment pour avoir refusé de supprimer une vidéo "deepfake" d'une opposante à Donald Trump, au nom de la liberté d'expression.

- **Dérives éthiques**

Un autre grand défi de l'utilisation de l'intelligence artificielle dans tous les domaines, journalisme compris, est la prise en compte des problématiques éthiques pour éviter des dérives, comme des biais discriminatoires.

La façon dont les algorithmes sont conçus, la diversité des équipes qui les créent et la qualité des données utilisées pour les nourrir sont des points cruciaux. Par exemple, un média pourrait utiliser l'intelligence artificielle pour générer des articles personnalisés qui s'appuient sur les opinions politiques du lecteur et lui présenter une version des faits qui conforte systématiquement sa vision du monde.

Une fonction pernicieuse si elle se généralisait car elle contribuerait à renforcer les clivages au sein de la société, plutôt que de tendre vers un idéal d'objectivité ou de favoriser la réflexion. Et qui s'ajoute à des problématiques non moins délicates comme le contrôle et la commercialisation des données personnelles.

8 – JOURNALISTE – « Devenir journaliste - L'institutionnalisation d'une profession en temps de crise »

<https://laviedesidees.fr/Devenir-journaliste.html>

Mardi 4 juin 2019

Par Géraud Lafarge

La profession de journaliste n'échappe pas aux lois de la reproduction scolaire et sociale. L'entrée dans le métier est déterminée par les logiques de réseaux qui se déploient dans le cadre des écoles de journalisme et qui structurent les trajectoires professionnelles.

L'évolution des marchés du travail journalistique depuis la fin des années 1990 est bien documentée. Elle se caractérise par un constat : « la montée de la précarité [...] chez les journalistes français [...] en lien avec les récessions économiques successives qu'ont traversées les années 2000 » qui aboutit aujourd'hui à « un marché de l'emploi encore plus atone, plus segmenté, et encore plus porté par la reconversion numérique ». La crise économique qui frappe le journalisme ne doit cependant pas faire oublier une transformation essentielle et concomitante : l'élévation du niveau de recrutement scolaire et social des journalistes. Cette hausse des droits d'entrée dans la profession a en effet des conséquences non négligeables sur les conditions d'insertion dans le secteur en renforçant le poids des ressources économiques, culturelles et scolaires héritées et accumulées dans l'accès à l'emploi en journalisme. C'est pourquoi il est important de comprendre les logiques scolaires et sociales, moins connues et étudiées que les effets de la crise économique du journalisme, qui agissent au sein et en amont même des marchés du travail journalistique.

L'ampleur de la crise économique du journalisme

Les indices de la dégradation de la santé économique du secteur ne manquent pas. Entre 2000 et 2015, la diffusion annuelle de la presse payante a chuté de 4 242 à 2 833 millions d'exemplaires ; son chiffre d'affaire de 10 011 à 7 166 millions d'euros. À l'instar de la conjoncture économique globale, la crise s'est accentuée et généralisée à partir de 2008, n'épargnant aucun sous-secteur du journalisme. Médias audiovisuels, presse régionale, presse spécialisée sont, chacun à leur tour, touchés. Les recettes tirées de la publicité chutent depuis cette date également. Si le développement des médias et formats numériques a permis des embauches, ces dernières et plus largement les recettes générées se substituent souvent seulement à celles des médias et formats papiers, et restent sans commune mesure avec celles qu'ils généraient. D'autres indices soulignent la dégradation des marchés de l'emploi pour les journalistes. Après une longue période de croissance, les effectifs de la profession, mesurés par le nombre des titulaires de la carte professionnelle, stagnent à partir de 2006 puis diminuent depuis 2009. Au nombre de 37 390 à cette date, ils ne sont plus que 34 890 en 2018. La précarité s'amplifie et l'insertion professionnelle est de plus en plus difficile pour les jeunes journalistes. Les durées de travail sur les contrats instables s'allongent ; les statuts d'emplois les plus fragiles (CDD, pigistes, intermittents du spectacle, autoentrepreneurs, rémunération en droits d'auteurs) se multiplient et, pour les individus, les périodes de chômage et de sorties temporaires de l'emploi journalistique sont plus fréquentes, les sorties définitives plus nombreuses et plus précoces.

Ces évolutions s’observaient cependant déjà avant la récession économique du secteur et sa transformation sous l’effet du développement du numérique.

La diversité du paysage médiatique et les effets du développement numérique

Du côté de « la demande de travail », les marchés restent ainsi toujours très concentrés géographiquement, la région parisienne regroupant la majorité des employeurs et des emplois. Si la presse écrite reste le principal secteur d’activité, son poids a continué de se réduire (de 74 % à 58 % de titulaires de la carte de presse entre 2000 et 2017). Le poids de la télévision, lui, s’est accru (de 11 % à 17 % sur la même période) quand ceux de la radio et des agences restent stables (9 % chacun). L’emploi en web a évidemment crû, en particulier chez les nouveaux entrants. Ainsi, 10 % des premiers demandeurs de la carte travaillaient sur le web en 2011 et 15,5 % en 2013.

La diversité des marchés du travail journalistiques ne tient pas seulement au type de média, mais aussi au type de publics qu’ils visent. Une division structurante sous ce rapport oppose les médias s’adressant à un public restreint et ceux visant un public large et qui prend, entre autres, aujourd’hui la forme de « l’opposition entre quotidien national et quotidien régional ». De ce point de vue, la presse spécialisée grand public et la presse professionnelle se distinguent aussi de la presse d’information générale et politique. Si tous ces médias sont moins connus ou reconnus, ils offrent des possibilités d’emplois plus nombreuses et parfois de carrières plus stables. De plus aujourd’hui, comme au début des années 2000, ces multiples sous-secteurs du journalisme sont relativement cloisonnés, de sorte que, comme l’écrivait déjà Dominique Marchetti en 2001, il faut plutôt parler des marchés du travail journalistique que d’un marché du travail. Comme il y a 20 ans, les employeurs du secteur, pour limiter leurs coûts et gérer de façon plus souple leur « main-d’œuvre », sous-traitent une partie de leur production et recourent à des emplois temporaires aux statuts précaires, et ce d’autant plus que la conjoncture économique se dégrade. Finalement, le constat d’un « sas d’entrée » (D. Marchetti) constitué de « périodes de mises à l’épreuve prolongées voire institutionnalisées » sous forme de stages, piges et CDD est encore plus vrai aujourd’hui qu’hier, ce sas étant dorénavant, nous l’avons vu, plus long, plus chaotique et plus incertain quant à son issue.

La sociologie d’une profession en pleine mutation

Du côté de « l’offre de travail » également, des évolutions morphologiques anciennes se poursuivent. La féminisation de la profession, entamée depuis les années 90, s’accroît : les femmes représentent 47 % de titulaires de la carte de presse en 2018 (contre 40 % en 2000) et elles continuent d’être majoritaires (54 %) parmi les nouveaux entrants. De même le niveau d’étude des journalistes n’a cessé de croître : la majorité du groupe des nouveaux entrants (56 %) est, à compter de 2008, diplômé d’un niveau égal ou supérieur à bac + 4. La part des diplômés en journalisme, elle aussi, n’a pas cessé d’augmenter pour composer, depuis 2008, 60 % et plus des nouveaux entrants. Cette évolution tient à la multiplication des formations en journalisme depuis le milieu des années 2000. On peut logiquement s’interroger sur les effets de ces transformations sur le fonctionnement des marchés du travail journalistique. De fait, les études récentes ont souligné l’effet protecteur des diplômés en termes d’emploi en journalisme comme ailleurs qui limitent les sorties du secteur et favorisent à terme un emploi stable. Elles montrent aussi que si les femmes sont plus nombreuses aujourd’hui parmi les journalistes, elles sont plus exposées à la précarité dans leur parcours professionnel et que, bien qu’elles soient plus diplômées que les hommes, elles rencontrent plus de difficultés dans leurs carrières qu’elles abandonnent plus fréquemment et précocement.

Ces deux mouvements de féminisation et de montée du niveau de formation qui vont de pair, s’accompagnent d’une troisième évolution qui en est à la fois la cause et la conséquence : l’élévation du recrutement social des journalistes observée tant parmi les professionnels que les prétendants au métier.

L'élévation du droit d'entrée scolaire dans la profession modifie l'intensité et la nature même de la concurrence pour l'entrée dans l'emploi de journaliste. Pour les familles de milieux privilégiés économiquement et culturellement, le journalisme est un horizon social et professionnel envisageable, sur le mode d'une « course au diplôme » dans un contexte général où les titres scolaires régissent les stratégies de reproduction et de mobilité. Si, comme d'autres univers de production de biens culturels, l'espace journalistique n'est soumis à aucun droit d'entrée scolaire, sur des marchés du travail très concurrentiels et affectés par des crises économiques successives et par les transformations des pratiques de consommation de l'information, le passage par une école de journalisme, et plus encore par une des quatorze « reconnues », est devenu stratégique.

La petite et la grande porte

S'intéresser aux diplômés d'école de journalisme « reconnue » et à leur devenir social et professionnel offre des perspectives intéressantes sur le fonctionnement des marchés du travail journalistique. L'enquête que nous avons réalisée auprès d'un échantillon de diplômés en journalisme permet précisément de mieux comprendre les logiques à l'œuvre au sein de cette sous-population qui joue un rôle décisif et croissant dans l'univers journalistique. Les résultats, s'ils concernent une génération d'étudiants entrés dans la vie active un peu avant le déclenchement de la crise dans le secteur, restent en effet d'actualité, tant les transformations des univers journalistique et académique, étaient déjà à l'œuvre au moment du lancement de notre enquête.

Les écoles de journalisme reconnues constituent, au regard des propriétés sociales de leurs étudiants (leurs ressources économiques et scolaires, leur proximité familiale au monde journalistique), un espace hiérarchisé qui oppose en premier lieu une « grande » et une « petite » porte d'entrée dans ces formations. De ce point de vue, trois sous-groupes d'écoles se distinguent. Le premier est celui des « grandes écoles » de journalisme (ESJ Lille, CFJ et IPJ duquel sont proches le CUEJ et l'IFP) qui recrutent plus que les autres établissements des étudiants d'origine sociale élevée, passés par des classes préparatoires et des IEP, habitant de Paris ou de grandes agglomérations, et familier du monde journalistique. Ces écoles s'opposent à celles de la « petite porte » que forment les IUT dont les étudiants sont plus fréquemment moins diplômés, plus souvent boursiers, d'origine sociale moins élevée. Les autres formations occupent une position intermédiaire entre ces deux pôles. Cette opposition entre une « grande porte » et une « petite porte » d'entrée dans les écoles s'avère plus largement une division entre une « grande porte » et une « petite porte » d'entrée dans le journalisme comme le montre l'observation des situations professionnelles des étudiants sept ans après leur sortie d'école. Elle oppose alors avant tout les établissements selon le caractère national ou régional du média d'exercice auxquelles ils offrent des chances d'accès. Plus précisément, le propre des « grandes écoles » de journalisme comme le CFJ, l'ESJ Lille et dans une moindre mesure l'IFP et l'IPJ, est de proposer un espace des possibles professionnels le plus ouvert. Par opposition, les écoles comme les IUT offrent un spectre de positions professionnelles beaucoup plus réduit puisqu'ils ont une plus grande probabilité de mener leurs étudiants aux médias régionaux, et plus encore à la presse écrite régionale. Mais les écoles se différencient aussi selon que leurs anciens étudiants se tournent plus vers la radio ou la télévision, soient journalistes ou ne le soient plus.

Les écoles de journalisme comme lieu de constitution d'un réseau

Les effets et les avantages du passage par une formation en journalisme en termes d'insertion (une orientation plus nette et plus facile vers les médias nationaux et audiovisuels, un accès plus rapide et durable à l'emploi même s'il peut être plus précaire) tiennent à leur ajustement de plus en plus fort aux marchés du travail et à la demande des employeurs.

Ces écarts dans l'ajustement avec les marchés du travail expliquent en partie les différences de positions hiérarchiques entre établissements. Les écoles les plus prestigieuses font bénéficier leurs étudiants de leur proximité avec les grands médias nationaux comme les titres de presse quotidienne nationale ou les chaînes de télévision. Cette proximité passe par des liens, des échanges, des interconnaissances, etc. Les stages obtenus pour les étudiants dans ces médias et les intervenants professionnels appartenant à ces titres et chaînes nationales qui, pour reprendre les mots d'anciens étudiants, viennent « faire leur marché » dans ces établissements, participent de cette proximité. Les étudiants sont les premiers à attendre des écoles qu'elles leur offrent « ce carnet d'adresses » et ce à juste titre : notre enquête comme d'autres confirme l'importance du « réseau » professionnel mobilisable pendant et après la scolarité pour l'entrée et le maintien dans la profession. En effet, le plus souvent les relations professionnelles permettent d'obtenir, non pas directement un emploi, mais au minimum l'information sur de possibles débouchés ou postes à pourvoir.

En journalisme, il est plus juste de parler « de réseaux » plutôt que « d'un réseau ». Les différentes formations disposent de « réseaux de relations professionnelles » dont le volume et la structure sont très variables, ce qui contribue à leur inégal prestige et attractivité. De plus, les étudiants d'une même formation n'ont pas tous les mêmes ressources de relations avant, pendant et après leur scolarité. Tous n'ont pas les mêmes moyens et les mêmes dispositions pour les accumuler, les faire valoir, et les entretenir au cours de leur vie active. Le réseau est ainsi un ensemble de relations interpersonnelles qu'il faut savoir entretenir de façon parfois rationnelle par un travail (coups de fils, envois de cartes de vœux, etc.) auquel les étudiants sont inégalement disposés (certains étudiants interviewés disent qu'ils ne sont « pas faits [pour l'accomplir] »), mais il s'entretient autant de façon inconsciente au travers de la sociabilité amicale, familiale ou professionnelle. Au niveau des écoles les plus réputées et les plus « proches » des grands médias, tout se passe comme si cette proximité, qui s'apparente à du capital social d'école, se cumulait avec les capitaux et les dispositions de leurs étudiants qui les poussaient à viser initialement ces formations, puis pendant et après leur cursus à viser et avoir l'ambition de viser les médias nationaux. Comme le raconte après coup un ancien étudiant d'une grande école de journalisme parisienne : « On savait que ce n'était pas le tapis rouge à la sortie. Par rapport à la promo d'avant, je connaissais beaucoup de gens de la promo d'avant, beaucoup avaient fait des stages, après, il y a des années de galère. On le savait. Mais je savais aussi que nous, on était plutôt destinés aux grandes chaînes *a priori*. On avait une formation assez solide quand même. »

Le poids des origines sociales

Si le réseau des écoles contribue à expliquer les différences de leurs débouchés, elles retraduisent donc aussi dans une large mesure les différences relatives aux propriétés de leurs étudiants et rappellent le rôle non négligeable des capitaux, culturel, économique et social pour l'entrée, mais aussi le maintien dans la profession. Ainsi, dans notre population, les enfants issus de classes populaires (père ouvrier ou employé ou mère employée) ont un taux de maintien dans la profession qui s'écarte significativement de la moyenne (72 % et 76 % contre 85 %). De même, les étudiants les moins diplômés (bac ou bac +1) et les étudiants boursiers sont plus nombreux que la moyenne à avoir quitté le journalisme (32 % et 28 % contre 15 %). En fait, ce sont les titulaires d'un bac+2 et d'un diplôme d'IEP qui se maintiennent le plus dans la profession. Ce sont deux sous-groupes d'étudiants dont les logiques d'entrée dans les écoles de journalisme et de reproduction sociale sont le plus indexées aux titres scolaires. L'un est dominant et l'autre intermédiaire.

Les ressources économiques, culturelles, scolaires possédées par les étudiants sont également déterminantes pour rendre compte des positions auxquels ils accèdent au sein des marchés du travail journalistique.

La probabilité de travailler pour un média national croît avec le niveau de diplôme passant d'une chance sur quatre pour les bacheliers à trois sur quatre pour les bacs +5 et les diplômés d'IEP. Si la part de bacheliers et des bacs +2 dans les médias nationaux est sensiblement inférieure à la moyenne, les seconds se différencient par leur fort maintien dans le métier, mais de façon nettement plus fréquente que la moyenne dans les médias régionaux. Le travail en média national croît aussi au fur et à mesure que l'on monte dans la hiérarchie sociale, que l'on prenne en compte la catégorie socioprofessionnelle du père ou de la mère. Le fait d'être originaire d'Île-de-France ou de Paris, ou le fait d'avoir un journaliste dans sa famille proche, est aussi particulièrement discriminant. Au sein de la petite fraction de notre population (20 % de l'ensemble) travaillant pour de « grands médias nationaux », les mêmes mécanismes de sélection sociale en fonction du niveau de diplôme, de l'origine sociale, opèrent même si l'accès à ces positions dominantes passe avant tout par l'accès à une école dominante.

Si aucun écart n'apparaissait entre hommes et femmes en ce qui concernait le maintien dans le journalisme et l'accès au média nationaux, la probabilité de travailler dans « un grand média » se différencie nettement selon le sexe. Elle est bien inférieure pour les femmes (13 %) par rapport aux hommes (28 %). Comme cela est le cas dans de nombreuses professions féminisées et diplômées, les formes de la domination masculine en journalisme semblent s'exercer au niveau des positions les plus élevées et ce d'autant plus que la féminisation dans le journalisme se fait par le haut. Les femmes qui intègrent les écoles de journalisme reconnues sont relativement plus diplômées et d'origine sociale plus élevée, ce qui peut expliquer que, pour cette fraction de femmes apprentis journalistes, les sorties du journalisme ne soient pas plus nombreuses que pour les hommes. Elles n'échappent cependant pas, comme les hommes de notre population, aux effets de l'avancée en âge. La fatigue voire l'épuisement sont plus difficiles à accepter la trentaine passée et des raisons « familiales » peuvent pousser à (vouloir) quitter le journalisme, au profit d'un travail plus adapté, par exemple en termes de stabilité des horaires, à une vie de couple ou avec des enfants. Or, même s'il existe en la matière des différences selon les milieux sociaux et professionnels, les contraintes liées à la vie en couple et en famille pèsent d'abord sur les femmes. Des femmes journalistes sont ainsi amenées « à suivre leur mari » - pour reprendre l'expression qu'utilisent certaines étudiantes interviewées au sujet de leurs anciennes leurs camarades de promotion -, quitte à abandonner une situation journalistique intéressante. On peut citer comme exemples, une jeune femme en CDI dans un grand titre national qui part s'installer dans une capitale européenne, ou cette autre, en poste dans une chaîne d'information en continu, qui suit son époux sur un autre continent avec ses quatre enfants.

Les différentes formes d'héritage

Les effets des ressources économiques et culturelles possédées ou héritées sur les carrières professionnelles renvoient à première vue à des phénomènes matériels. Certaines trajectoires individuelles montrent de manière exemplaire que les revenus économiques familiaux facilitent très directement l'entrée dans les écoles en permettant le passage par des classes préparatoires privées au concours des écoles de journalisme très coûteuses. Les habitudes et savoirs scolaires accumulés au cours d'études en classes préparatoires aux grandes écoles ou en IEP sont aussi décisifs pour la réussite à ces concours. Les revenus économiques familiaux peuvent aussi permettre de faire face aux aléas des carrières journalistiques instables faites de travail et rémunération irrégulière. Les relations familiales ou amicales dans le monde de la presse aident parfois à l'obtention d'un CDD ou de piges. Mais le maintien socialement différencié dans le secteur journalistique et les accès inégaux aux différents types de médias engagent aussi des mécanismes d'ordre symboliques liés aux dispositions et trajectoires sociales des étudiants.

Les ressources économiques, culturelles et sociales possédées par les étudiants en journalisme assurent non seulement les conditions matérielles, mais aussi les conditions subjectives en termes de rapport à l'avenir qui permettent le maintien dans le secteur. Par exemple, le sentiment de légitimité à intégrer le journalisme joue aussi un rôle déterminant dans les chances de maintien dans le milieu. En effet, parmi les étudiants les plus fréquemment sortis du secteur sont sur-représentés non seulement les moins dotés en ressources économiques et scolaires dans l'espace des écoles, mais aussi ceux qui se destinaient aux pôles les moins légitimes du champ journalistique à savoir la presse locale et la presse spécialisée (25 % et 23 %). De même, le cumul de ressources qui accompagne le plus souvent la fréquentation des écoles les plus prestigieuses ou des journalistes et rédactions les plus réputés pendant la formation, conforte, souvent sur le mode du « cela va de soi », le souhait de travailler dans les médias nationaux et parfois finalement sa réalisation. Cette « vocation » pour le journalisme et ses formes dominantes peut être comprise comme de « l'assurance », et même de « l'ambition » pour reprendre les termes utilisés par certains enquêtés comme cet étudiant qui envisageait dès sa scolarité dans une grande école de journalisme de travailler dans un grand média national et qui est, 8 ans après sa sortie de formation, membre de la rédaction en chef d'un titre de presse quotidienne nationale : « Et puis ne nous le cachons pas, c'est aussi une affaire d'ambition, quand on a la chance de sortir d'une école comme l'ESJ, on a envie, voilà ». Ces paroles rappellent que les avantages inégaux apportés par les écoles plus ou moins prestigieuses sur les trajectoires professionnelles contribuent à renforcer le sentiment d'élection de certains de leurs étudiants.

Comment se construisent les projets professionnels ?

Le poids des dispositions subjectives permet également de comprendre les logiques sociales à l'origine des goûts journalistiques et des différences d'orientations. La télévision par exemple – la même démonstration pourrait être faite pour les autres médias comme la radio ou le web –, semble exercer une attraction un peu plus marquée sur les étudiants issus du privé, de pères exerçant des professions libérales ou étant cadres d'entreprise et professions intermédiaires du privé. En raison de sa forte légitimité externe, c'est à la fois un horizon professionnel envisageable pour les étudiants des écoles de « la grande porte », mais aussi un média dont se détournent nettement les diplômés d'IEP et ceux qui souhaitaient travailler dans les rubriques politiques. Elle est cependant duale dans son attractivité puisque s'y destinent également des étudiants moins dotés économiquement et scolairement pour qui c'est une alternative à la presse écrite régionale. Comme le montrent des biographies détaillées et comparées d'anciens étudiants en journalisme, les dispositions sociales héritées qui se traduisent par des façons de voir le monde et l'avenir, agissent aussi sur leurs trajectoires professionnelles en les inclinant par exemple à préférer un emploi en presse locale à des piges en presse nationale, à prendre ou non un risque tel qu'un départ à l'étranger ou à tenter ou non la titularisation à Radio-France. Avec une certaine cohérence et systémativité, elles s'exercent aussi dans les autres dimensions de la vie de ces journalistes comme la mise en couple. Finalement, les trajectoires au sein des marchés du travail journalistiques, même les plus singulières, tiennent aussi à « des modalités fondamentales » « de l'expérience du monde social » « qui constituent une gradation : l'assurance, comme emprise heureuse sur le probable, la tension comme quête d'un possible incertain, le contentement de ce que l'on est (bon sens, quant à soi, Eigensinn) comme abandon réaliste à un sort modeste, et le désarroi comme brouillage des anticipations ».

Ce poids des dispositions sociales profondes ainsi que le rôle du capital social dans les trajectoires professionnelles rappelle que dans le journalisme, comme dans beaucoup d'univers professionnels, le diplôme ne fait pas tout puisque, bien que sortis d'une même formation, « différents individus obtiennent un rendement très inégal d'un capital (économique ou culturel) à peu près équivalent ».

Mais l'institutionnalisation de cet univers par l'affirmation d'un espace structuré d'école et des logiques objectivement de plus en plus scolaires de leur recrutement a aussi pour conséquence une concentration et une institutionnalisation plus poussées du capital social spécifique nécessaire à la carrière journalistique qu'offrent ces écoles à côté et en plus des familles. Le renforcement de la sélection scolaire et sociale des prétendants au métier de journaliste et du rôle des capitaux hérités, culturels, économiques et sociaux dans l'accès à ces écoles et aux positions professionnelles journalistiques auxquelles elles conduisent de façon différenciée, tend à institutionnaliser les conditions d'entrée dans ce métier et à rendre finalement moins incertain la rentabilité de l'investissement scolaire et social nécessaire pour y accéder. Sans jamais avoir été et sans toujours être une profession, ou plutôt un espace « bureaucraté » au sens weberien où les chances objectives d'entrée et de réussite sont fixées quasi par décret, le journalisme est un champ qui, à la différence du champ littéraire, s'institutionnalise et donne ainsi des garanties de réussite et de reproduction pour qui tente d'y entrer et d'y rester.

Effets internes et externes sur le travail des journalistes

La mise en lumière de ces transformations du recrutement des journalistes peut conduire légitimement à émettre des hypothèses quant à leurs effets sur leur travail. Ils peuvent être internes à la profession. La féminisation et la montée du niveau de diplômes des nouvelles générations de journalistes modifient des univers professionnels jusqu'alors très masculins et relativement éloignés du monde scolaire que l'on pense en particulier à la presse quotidienne régionale. Beaucoup insistent aussi sur l'esprit de compétition qui animerait les rédactions héritées d'une concurrence exacerbée pour l'accès aux écoles, en leurs seins mêmes, et à leur sortie pour gagner les places des plus en plus rares dans les médias les plus prestigieux. Et nombreux sont ceux qui, dans l'univers journalistique et scientifique, qui ont connu d'ailleurs des évolutions morphologiques assez proches contribuant à des positions et prises de position homologues, soulignent le caractère sexué des inégalités et des violences observables dans les rédactions qui en découleraient. Elles se joueraient déjà dans les écoles où l'esprit de corps et l'entre-soi typiques des grandes écoles, en particulier masculin, peuvent être forts. D'ailleurs, les écoles de journalismes et plus globalement la profession, à l'instar de ce qu'elles avaient fait quelques années plutôt lors de l'émergence des débats sur la diversité sociale, se sont investies dans la lutte contre les discriminations sexistes et le harcèlement.

Les effets de ces transformations sont aussi externes. Tout laisse penser que l'homogénéisation sociale croissante des apprentis journalistes renforce l'homogénéité des produits journalistiques. L'écart social grandissant entre les propriétés sociales, les goûts culturels et médiatiques de ces étudiants d'écoles de journalisme les plus réputées et ceux des membres des milieux les plus populaires de la société française n'est peut-être pas étranger à la défiance, certes ancienne, mais croissante de certains publics envers les journalistes et leurs productions.

Mais surtout, faut-il le rappeler, ce qui se joue en fin de compte est une institutionnalisation croissante de l'univers journalistique qui, de façon paradoxale, s'est ouvert et transformé par le renouvellement de ses membres, leurs dispositions et leurs pratiques, en se fermant progressivement scolairement et socialement. Il faut peut-être y voir là le fondement avant tout social des luttes et conflits qui animent cette profession comme toutes celles qui voient leur composition et leur mode de succession se modifier.

Le poids pris par des journalistes sur sélectionnés scolairement et socialement peut générer structurellement des tensions dans un corps déjà « bi-modal, dispersé, et divisé » qu'était le journalisme comme profession relativement ouverte.

9 – JOURNALISTES AU MEXIQUE – « Mexique : les journalistes trop critiques dans la ligne de mire de Lopez Obrador »

<https://actu.orange.fr/societe/media/mexique-les-journalistes-trop-critiques-dans-la-ligne-de-mire-de-lopez-obrador-CNT000001qv81Z.html>

Samedi 15 juin 2019

Par AFP

Le Mexique est déjà l'un des pays les plus dangereux au monde pour la presse. Ses journalistes dénoncent désormais une difficulté supplémentaire : le dénigrement et le harcèlement du président de gauche, Andrés Manuel Lopez Obrador.

Depuis sa prise de fonction officielle en décembre, le nouveau président tient chaque jour de la semaine à 07H00 une conférence de presse quotidienne.

Diffusée sur les chaînes de télévision et les réseaux sociaux, elle est devenue une tribune où le chef de l'Etat ne se prive pas de critiquer la presse qui le questionne.

"Fifi", une expression populaire qui désigne avec sarcasme une personne trop raffinée, est l'un des qualificatifs que le président utilise le plus pour disqualifier les médias.

Parfois, il n'hésite pas à s'en prendre à un média en particulier, comme c'est régulièrement le cas pour Reforma, une des quotidiens de référence au Mexique. Le chef de l'Etat lui a déjà demandé de révéler ses sources ou l'accuse d'avoir ménagé les gouvernements précédents.

"Le discours stigmatisant du président donne le ton pour enhardir ceux qui veulent s'en prendre à la presse", s'inquiète Ana Ruelas, directrice de l'ONG Artículo 19 qui défend la liberté de la presse.

"Si vous allez trop loin, vous savez ce qui vous arrive. Ce n'est pas moi, ce sont les gens" qui vont vous critiquer, a ainsi récemment lancé le président aux journalistes.

- Exercice sans précédent -

Certains font le parallèle entre l'attitude de l'ancien maire de Mexico et celle du président américain Donald Trump, alors que l'animosité envers les médias grandit sur les réseaux sociaux.

"C'est une tendance qui existe non seulement au Mexique, mais aussi dans d'autres pays comme aux Etats-Unis ou au Venezuela, cette tendance à discréditer les médias lorsqu'ils sont gênants pour l'autorité", analyse Balbina Flores, directrice de Reporters sans frontières (RSF) au Mexique.

Le Mexique fait déjà partie des pays les plus dangereux pour la presse, avec plus de 100 journalistes tués depuis 2000, et six depuis le début d'année, ce qui le place en tête du baromètre de RSF pour 2019. La plupart de ces crimes restent impunis.

"Dans un tel climat d'impunité, où quiconque voulant attaquer la presse peut le faire sans risque (...) cela va provoquer des agressions de la part des gens ou de l'intimidation", ajoute Ana Ruelas.

Les conférences de presse quotidiennes de M. Lopez Obrador, 65 ans, arrivé au pouvoir en promettant de mettre fin à la corruption et de transformer le pays, constituent un exercice sans précédent au Mexique, où son prédécesseur Enrique Peña Nieto ne s'exposait que très rarement aux questions des journalistes.

Mais quand la question est dérangeante, le président réplique généralement qu'il a "d'autres informations". Le journaliste qui l'a posée reçoit, lui, une avalanche d'injures, voire de menaces sur les réseaux sociaux, de la part de comptes de sympathisants du chef de l'Etat.

- "Droit de réponse" -

"Plus la question dérange, plus les menaces sont nombreuses", raconte une journaliste qui, pour des raisons de sécurité, préfère témoigner sous le couvert de l'anonymat. Après avoir posé une question anodine au président, elle a reçu des menaces de mort et des insultes sur son compte Facebook personnel.

L'offensive contre elle a commencé par des "bots", des comptes automatisés qui lancent des attaques coordonnées sur les réseaux sociaux. Mais "ensuite, ce sont de vraies personnes qui vous traquent sur les réseaux sociaux", explique-t-elle.

Des vidéos de journalistes posant des questions au président sont postées sur YouTube où ils sont accusés dans le titre de vouloir "ridiculiser" le président.

En février, une étude de l'Institut technologique d'études supérieures de l'ouest (ITESO) a détecté un réseau de comptes Twitter utilisant des "bots" et coordonnant des attaques contre la presse.

Jesus Cantu, porte-parole du gouvernement, considère que le président ne fait qu'exercer son "droit de réponse". "Quand il n'est pas d'accord avec un média, ce n'est pas parce qu'il est contre ce média ou qu'il refuse la critique", s'est-il défendu dans une récente interview.

"Nous condamnons tout type de harcèlement, tout type de violence verbale (...) Nous n'utilisons pas de +bots+" a-t-il assuré.

"Ce que le président fait, c'est disqualifier les médias" rétorque l'analyste Carlos Bravo Regidor, et non exercer "un droit de réponse". "Il s'agit de miner la crédibilité des médias qui ne le suivent pas", dénonce-t-il.

10 – UNION DE PRESSE FRANCOPHONE – « Création de la section Tunisie »
<https://www.mosaiquefm.net/fr/actualite-national-tunisie/561446/union-de-la-presse-francophone-creation-de-la-section-tunisie>

Samedi 15 juin 2019

La section Tunisie de l'Union de la Presse Francophone (UPF) a été officiellement créée, samedi, lors d'une assemblée constitutive à Tunis.

Zara Nazarian, secrétaire générale de l'UPF a indiqué que le lancement de cette structure intervient après plusieurs tentatives qui ont eu lieu durant des années. " La création de cette section coïncide, pour notre grand intérêt, avec la tenue du Sommet de la Francophonie, l'année prochaine, en Tunisie ", a souligné Nazarian, rappelant que l'UPF organise régulièrement les assises de la presse internationale parallèlement au Sommet de la Francophonie.

" Au moins 350 journalistes francophones assistent à ces assises ", a-t-elle précisé.

Sur l'apport de la création de la section Tunisie pour le secteur de la presse, Nazarian a indiqué que l'UPF organise régulièrement des sessions de formation dans plusieurs pays en fonction des besoins et des demandes concrètes.

Un Comité provisoire a été créé au mois de mai afin de coordonner l'organisation de l'assemblée constitutive de la section Tunisie de l'UPF, a relevé pour sa part Hanen Zbiss, membre du comité. Une vingtaine de journalistes tunisiens francophones ont présenté leurs dossiers de candidature depuis le lancement de l'appel à adhésion. " L'idée étant d'avoir une structure où les journalistes francophones, devenus de nos jours une minorité dans le secteur, peuvent agir pour promouvoir la presse francophone et la liberté d'expression en général ", a-t-elle souligné.

L'assemblée a également été consacrée à l'élection des membres du premier conseil d'administration de la section qui regroupe sept membres.

L'UPF est une organisation internationale de journalistes créée depuis 1960, précédant la création de l'Organisation internationale de la francophonie (OIF), a expliqué Nazarian, relevant qu'il s'agit aussi de la première organisation francophone professionnelle.

L'UPF compte près de 50 sections actives dans une centaine de pays à travers le monde.