

La presse en France



Vous avez aussi la possibilité d'écouter avant de lire le texte !

À

La presse en France connaît des temps difficiles.

Parmi les coups durs : la poursuite effrénée des concentrations dans la presse écrite et dans l'audiovisuel ou chez les opérateurs de télécommunications et de diffusion, l'entrée des industriels et des financiers dans le capital des grands quotidiens nationaux, des fonds de placement et des fonds de pension dans les entreprises de presse en difficulté, la fermeture de titres et de chaînes, le « dégraissage » des rédactions, les atteintes répétées contre l'indépendance des journalistes, les perquisitions dans les rédactions et au domicile des journalistes, les dérapages, la priorité donnée au traitement de l'information « people » ou aux faits divers plutôt qu'au social et la transformation des médias dominants en autant d'instruments partisans de propagande. Les transformations du paysage français des médias sont telles depuis vingt ans qu'il n'est absolument pas exagéré de parler de véritable rupture. Si l'extraordinaire enrichissement de l'offre médiatique est une des manifestations les plus visibles de cette rupture, celle-ci se constate également dans la transformation du cadre juridique et institutionnel, dans la mutation profonde de l'économie des médias et l'activité des entreprises, mais encore dans les rapports qu'entretient la

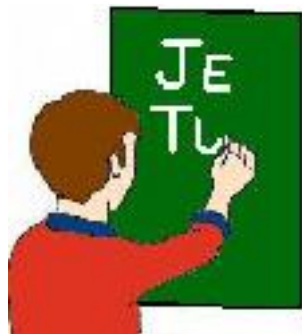
société avec ses moyens d'information.

Mais si rupture il y a, des spécificités françaises demeurent. Il existe des modèles d'organisation, de rapport au politique, de traitement des rapports sociaux propres aux médias français, au point que l'on parle d'un «modèle français» différent d'un «modèle dit anglo-saxon». La place de l'Etat est, à cet égard, significative. En effet, en France, l'Etat est appelé à jouer un rôle de soutien financier, d'arbitre ou de régulateur, impulsant les nouveaux médias et technologies, mais assurant aussi la tutelle des médias publics. Et ces singularités de ces interventions fréquentes de l'Etat - expliqueraient les difficultés qu'ont les médias français à s'insérer dans un cadre européen, voire même international, où prédominent les conceptions anglo-saxonnes.

L'émergence de géants de la communication, à l'activité mondiale, représente bien l'un des signes majeurs de la profonde mutation de l'économie des médias. À tous les niveaux, on constate que les méthodes de travail, les techniques, les contenus éditoriaux s'internationalisent. Tel est le cas du magazine féminin Elle, qui publie plus d'une trentaine d'éditions de par le monde, incarnant ainsi la «French touch». Il n'empêche que - pour poursuivre dans l'examen des particularités françaises - le poids des groupes dont l'activité principale se situe hors des médias et qui vivent parfois de la commande publique (BTP, armement, service aux collectivités) est particulièrement élevé.

Les nombreuses luttes dans les rédactions, différentes dans leurs formes, pour s'opposer au nouvel ordre des choses, ont montré que, dans leur grande majorité, les journalistes aspirent à informer autrement et à libérer l'information. AFP- Août 2008

Exercice



Détermination des zones composant la une d'un journal

- Le bandeau, tout en haut de la page, attire l'attention du lecteur sur un thème particulier (qui sera éventuellement détaillé dans les pages centrales du journal).
- La manchette, comprend le nom du journal, son logo, le prix du journal, la date, l'édition, l'adresse du siège social, les numéros de téléphone et publicité.
- Les oreilles, à côté de la manchette, et parfois on trouve une seule oreille
- La tribune, sous la manchette, est l'emplacement le plus important de la "une". C'est là que se trouve l'événement et le titre du jour.
- Une sous-tribune peut se trouver sous la tribune (ou parfois sur les côtés de la page). On y met en valeur des articles qui sont détaillés à l'intérieur du journal. Elle est composée d'une photographie suivie d'un résumé de l'information et de la mention de la page où lire l'article.
- Le ventre est le centre de la page. On y trouve le texte des articles de première page.
- Le rez-de-chaussée (ou pied de page) se situe dans le bas de la page, en son centre. On y trouve une information ou de la publicité.
- Le cheval se situe dans la partie droite du rez-de-chaussée. Il contient généralement un article qui se continue dans les pages centrales du journal.

Complétez par :

- 1-Un magazine ???
- 2-Un annonceur ???
- 3-Un rédacteur ???
- 4-Un correspondant ???
- 5-Un chroniqueur ???

Complétez par :

- 6-Il s'occupe de l'impression du journal : ? ? ?
- 7-Il est employé pour envoyer des nouvelles d'un lieu éloigné : ? ? ?
- 8-Il est spécialisé dans les reportages : ? ? ?
- 9-Il décide l'orientation du journal : ? ? ?
- 10-Journaliste indépendant, il est rattaché à la ligne : ? ? ?
- 11-Il écrit une "introduction" pour chaque numéro : ? ? ?

Complétez les phrases suivantes par :

- 12-Le texte court qui suit le titre et présente l'article s'appelle un ???.
- 13-La ??? est un gros titre écrit en caractères gras très lisibles.
- 14-Il y a généralement cinq ??? par page dans les quotidiens.
- 15-Ce film n'a pas eu une ??? très favorable.
- 16-Dans la ??? sportive, j'ai lu qu'ils avaient gagné.
- 17-Le meurtre a occupé la ??? de tous les journaux pendant des jours.
- 18-Ce journal a un ??? de 321 512 exemplaires.
- 19-Sa photo était en ??? du journal.
- 20-La ??? était mauvaise, son livre n'était pas apprécié.

- 1 - [achète de la publicité] [une revue] [un journaliste] [un envoyé spécial]
- 2 - [une revue] [achète de la publicité] [un journaliste] [un envoyé spécial]
- 3 - [une revue] [achète de la publicité] [un journaliste] [un envoyé spécial]
- 4 - [une revue] [achète de la publicité] [un envoyé spécial] [un journaliste]

- 5 - [une revue] [achÃ¨te de la publicitÃ©] [un journaliste] [un envoyÃ© spÃ©cial]
- 6 - [L'envoyÃ© spÃ©cial] [Le reporter] [Le typographe] [Le rÃ©dacteur en chef] [Le pigiste] [L'Ã©ditorialiste]
- 7 - [Le typographe] [Le reporter] [L'envoyÃ© spÃ©cial] [Le rÃ©dacteur en chef] [Le pigiste] [L'Ã©ditorialiste]
- 8 - [Le typographe] [L'envoyÃ© spÃ©cial] [Le rÃ©dacteur en chef] [Le reporter] [Le pigiste] [L'Ã©ditorialiste]
- 9 - [Le typographe] [Le rÃ©dacteur en chef] [L'envoyÃ© spÃ©cial] [Le reporter] [Le pigiste] [L'Ã©ditorialiste]
- 10 - [Le typographe] [L'envoyÃ© spÃ©cial] [Le reporter] [Le rÃ©dacteur en chef] [Le pigiste] [L'Ã©ditorialiste]
- 11 - [Le typographe] [L'envoyÃ© spÃ©cial] [Le reporter] [Le rÃ©dacteur en chef] [Le pigiste] [L'Ã©ditorialiste]
- 12 - [Une] [colonnes] [critique] [chapeau] [rubrique] [manchette] [manchette] [tirage]
- 13 - [chapeau] [colonnes] [Une] [critique] [rubrique] [manchette] [manchette] [tirage]
- 14 - [chapeau] [Une] [colonnes] [critique] [rubrique] [manchette] [manchette] [tirage]
- 15 - [chapeau] [Une] [colonnes] [rubrique] [critique] [manchette] [manchette] [tirage]
- 16 - [chapeau] [Une] [colonnes] [critique] [rubrique] [manchette] [tirage]
- 17 - [chapeau] [Une] [colonnes] [critique] [rubrique] [manchette] [tirage]
- 18 - [chapeau] [Une] [colonnes] [critique] [rubrique] [manchette] [tirage]
- 19 - [chapeau] [Une] [colonnes] [critique] [rubrique] [manchette] [manchette] [tirage]
- 20 - [chapeau] [Une] [colonnes] [critique] [rubrique] [manchette] [manchette] [tirage]

Expression Écrite



Quelle est la situation en Suède ? _____

Exercice

- 1 - [une revue]
- 2 - [activité de la publicité]
- 3 - [un journaliste]
- 4 - [un envoyé spécial]
- 5 - [un journaliste]
- 6 - [Le typographe]
- 7 - [L'envoyé spécial]
- 8 - [Le reporter]
- 9 - [Le rédacteur en chef]
- 10 - [Le pigiste]
- 11 - [L'éditorialiste]
- 12 - [chapeau]
- 13 - [Une]
- 14 - [colonnes]
- 15 - [critique]
- 16 - [rubrique]
- 17 - [Une]
- 18 - [tirage]
- 19 - [Une]
- 20 - [critique]

Expression Écrite

Quelle est la situation en Suède ?