

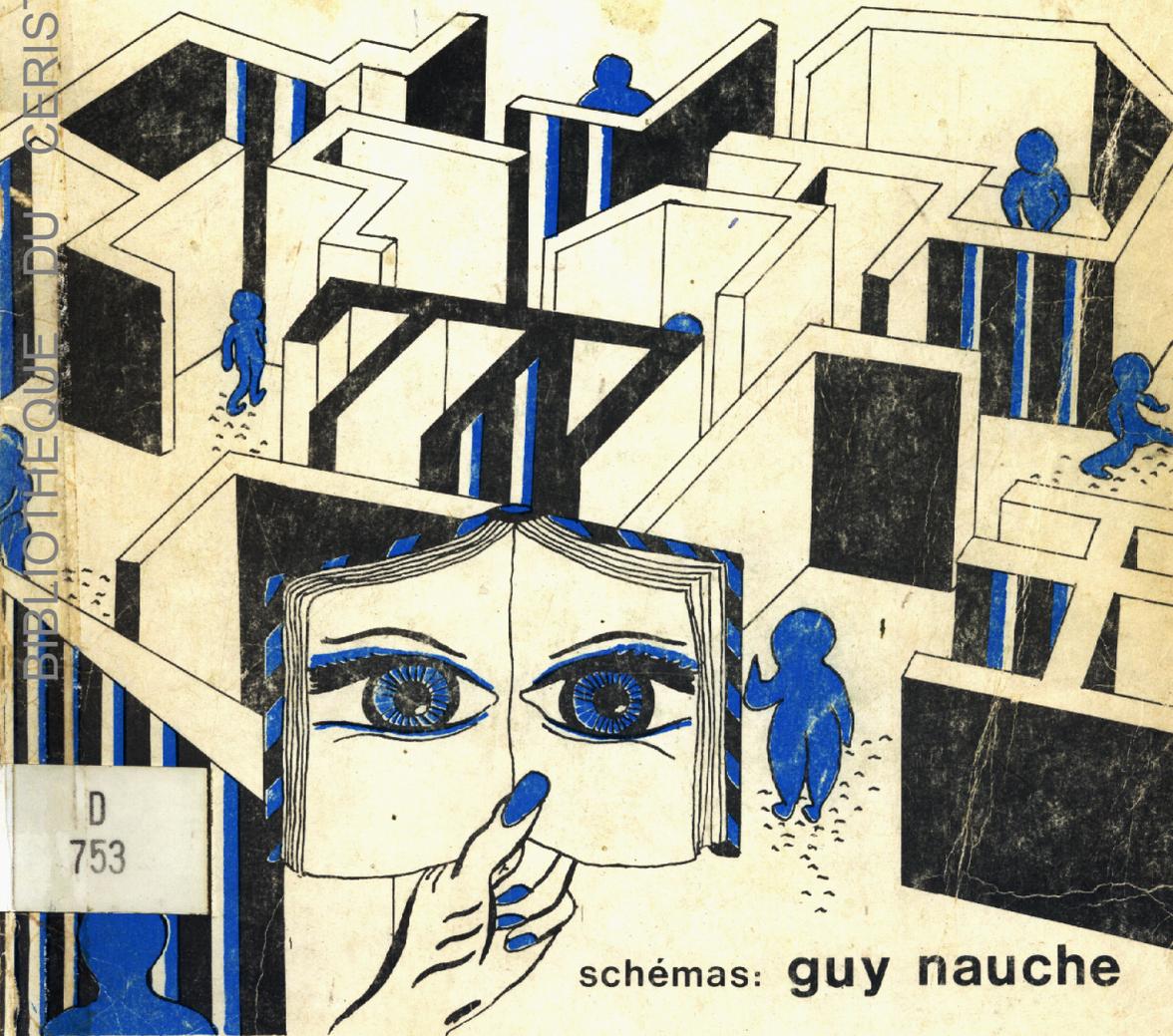
D-753

# comprendre l'information

presse – radio – télévision

texte: **albert samuel**

BIBLIOTHEQUE DU CERIST



D  
753

schémas: **guy nauche**

chronique sociale



*L'homme est fait  
pour la recherche de la vérité  
et non pour sa possession.*

*Pascal*

# comprendre l'information

presse – radio – télévision

texte: **albert samuel**

schémas: **guy nauche**

Collection : **Eveil**

**Chronique Sociale**

7, rue du Plat - 69288 LYON Cédex 1

**Co-diffusion Editions du Cerf**

29, Bld La Tour-Maubourg

75340 PARIS Cédex 07

# Comprendre l'information

## Les faits

1 – De quoi s'agit-il ? . . . . .	4
<i>Schéma</i> : Le message passe . . . . .	5
2 – L'événement : ses dimensions géographiques . . . . .	6
<i>Exercice</i> : Mesure de la place accordée aux divers événements . . . . .	7
3 – L'événement : ses dimensions sociologiques . . . . .	8
<i>Document</i> : l'événement pour tous les goûts . . . . .	9
4 – Spécialisation des rubriques . . . . .	10
<i>Exercice</i> : Classement . . . . .	11

## L'informateur

5 – L'informateur . . . . .	12
<i>Document</i> : D'où vient la nouvelle . . . . .	13

## Un message

6 – L'impossible objectivité . . . . .	14
<i>Document</i> : L'impossible objectivité . . . . .	15
7 – Ce qui est possible . . . . .	16
<i>Exercice</i> : Variation sur des titres . . . . .	17
8 – L'indépendance par rapport au pouvoir politique . . . . .	18
<i>Document</i> : L'indépendance face au pouvoir politique . . . . .	19
9 – L'indépendance par rapport au propriétaire . . . . .	20
<i>Document</i> : La presse Hersant . . . . .	21
10 – Les solutions possibles . . . . .	22
<i>Document</i> : Départ pour clause de conscience . . . . .	23
11 – L'indépendance par rapport au public . . . . .	24
<i>Document</i> : L'informateur et son public . . . . .	25

## Sa diffusion

12 – L'information : une marchandise . . . . .	26
<i>Document</i> : Ceux qui publient leurs comptes . . . . .	27
13 – La concentration de la presse : le constat . . . . .	28
<i>Schéma</i> : Nombre de quotidiens . . . . .	29
14 – Causes et conséquences de la concentration . . . . .	30
<i>Schéma</i> : Diversité de politique, diversité dans la concentration . . . . .	31
15 – La publicité : son prix . . . . .	32
<i>Schéma</i> : La part de la publicité . . . . .	33
16 – La publicité : son influence . . . . .	34
<i>Exercice</i> : Publicité . . . . .	35
17 – L'informé fait l'information . . . . .	36
<i>Schéma</i> : La presse miroir . . . . .	37

## Fabrication de l'information

18 – Le journal de A à Z . . . . .	38
<i>Schéma</i> : Le journal de A à Z . . . . .	39
19 – La propriété de l'information . . . . .	40
<i>Document</i> : La théorie et la pratique . . . . .	41
20 – Vers un droit à l'information . . . . .	42
<i>Document</i> : La propriété de l'information . . . . .	43
21 – Les agences de presse . . . . .	44
<i>Schéma</i> : Fonctionnement d'une agence de presse . . . . .	45
22 – L'agence France Presse . . . . .	46
<i>Schéma</i> : L'Agence France Presse . . . . .	47
23 – Les groupes de presse . . . . .	48
<i>Schéma</i> : le groupe Hersant . . . . .	49
24 – Un groupe tentaculaire Hachette . . . . .	50
<i>Schéma</i> : La nébuleuse Hachette . . . . .	51

25 – et les autres . . . . .	52
<i>Schéma</i> : Un groupe régional . . . . .	53
26 – Les techniques de fabrication . . . . .	54
<i>Schéma</i> : les techniques de fabrication . . . . .	55
27 – L'utilisation des procédés modernes . . . . .	56
<i>Schéma</i> : Edition électronique. . . . .	57
<b>Sa distribution</b>	
28 – La distribution de la presse . . . . .	58
<i>Schéma</i> : La distribution . . . . .	59
29 – La domination des N.M.P.P. . . . .	60
<i>Schéma</i> : La distribution des N.M.P.P. . . . .	61
30 – Les supports. . . . .	62
<i>Schéma</i> : Les supports . . . . .	63
31 – A chaque support son mode d'information . . . . .	64
<i>Schéma</i> : A chaque support son mode d'information. . . . .	65
<b>Maîtriser l'information</b>	
32 – La presse et son statut . . . . .	66
<i>Document</i> : La presse et son statut . . . . .	67
33 – La presse écrite et ses fonctions. . . . .	68
<i>Schéma</i> : La presse écrite : son poids dans l'économie nationale . . . . .	69
34 – Les nouvelles fonctions de la presse . . . . .	70
<i>Schéma</i> : Les fonctions de la presse. . . . .	71
<i>Exercices</i> : Les fonctions de la presse. . . . .	72
Etude de la "Une". . . . .	73
35 – La radio télévision : Place et fonctions. . . . .	74
<i>Schéma</i> : La radio télévision . . . . .	75
36 – La radio télévision : statuts et problèmes . . . . .	76
<i>Schéma</i> : Organisation de la radio télévision française . . . . .	77
37 – Le journal télévisé . . . . .	78
<i>Exercice</i> : Comparaison entre les Chaînes et la radio . . . . .	79
38 – Choisir son information . . . . .	80
<i>Schéma</i> : Choisir son information. . . . .	81
39 – Comment lire ? . . . . .	82
<i>Exercice</i> : Comment lire ? . . . . .	83
40 – Comment critiquer ? . . . . .	84
<i>Exercice</i> : Comment critiquer ? . . . . .	85
41 – Comment comprendre ? . . . . .	86
<i>Exercice</i> : Comment comprendre ? . . . . .	87
<b>Utiliser l'information</b>	
42 – Information et action . . . . .	88
<i>Document</i> : Information et action . . . . .	89
43 – Un exemple : agir pour la paix . . . . .	90
<i>Document</i> : L'information et la paix . . . . .	91
44 – Information et société. . . . .	92
<i>Document</i> : Information et société. . . . .	93
<i>Exercices</i> : Analyse des faits divers . . . . .	94
Analyse des faits de société. . . . .	95
Analyse de la vie politique . . . . .	96
Analyse de la vie internationale . . . . .	97
Analyse de la vie économique . . . . .	98
Analyse de la vie culturelle et des loisirs . . . . .	99
Analyse du culte de la personnalité . . . . .	100
Fabriquer une grille d'analyse . . . . .	101
45 – Information et libération . . . . .	102
<i>Document</i> : Liberté de l'information . . . . .	103
<i>Exercices</i> : Réaliser un journal. . . . .	104
La revue de presse . . . . .	105
– Bibliographie . . . . .	106
– Sigles. . . . .	107
– Liste des exercices pratiques . . . . .	108

# 1 – De quoi s'agit-il ?

## Une information, c'est d'abord un récit.

Ainsi Madame Dupin raconte-t-elle à Madame Dupont qu'hier soir, elle a vu, dans l'ombre du jardin, Monsieur Dupont tenir longuement la main de Madame Durand.

Dans cette brève histoire qui apporte à Madame Dupont une information sur les faits et gestes de Monsieur Dupont, nous trouvons **tous les éléments qui constituent une information.**

## Les éléments d'une information

- un **fait, l'événement** : Monsieur Dupont tenant la main de Madame Durand ;
- des **Acteurs** : Monsieur Dupont, Madame Durand ;
- un **Témoin** : Madame Dupin qui est en même temps ici celle qui raconte l'événement : **l'Informateur** ou **émetteur**.
- un **Récepteur** qui reçoit l'information, Mme Dupont, ici, auditrice, qui pourrait être lectrice si Mme Dupin lui avait écrit, par exemple, une lettre anonyme.
- un **Message** : le récit du geste de M. Dupont ;  
avec : sa **forme** : orale  
sa **diffusion** : restreinte à une seule personne ;
- des **Réactions** qui ne dépendent pas seulement de l'histoire racontée, mais du ton du témoin (le **style** de l'information), du **crédit** qu'on peut lui accorder (a-t-elle bien vu ? Est-elle bienveillante, médisante ? Quels sentiments nourrit-elle pour les acteurs et son auditrice?... ) et surtout de la **situation** du récepteur (Mme Dupont est-elle jalouse ou confiante en son mari?...)

## L'information a un pouvoir moteur

L'information va déclencher **une action**. Selon le style et le crédit de l'informateur, selon la situation et le caractère de l'informé, Mme Dupont va hausser les épaules, rire, surveiller, interroger son mari, voire interpeller et frapper Mme Durand... C'est que Mme Dupont, après avoir reçu la nouvelle n'est plus comme avant de la connaître. **L'information trans-forme celui qui la reçoit.** Elle a un pouvoir moteur.

Tout dépend de son degré et de son interprétation. Ici, l'information est au **premier degré** : même exacte, elle se borne à décrire une apparence. Au **second degré** : elle fournirait des éléments d'explication capables de faire comprendre le fait rapporté. Et l'interprétation sera d'autant plus fantaisiste, risquée que l'information a été plus pauvre, élémentaire au niveau du premier degré, ou travestie, enjolivée, dramatisée par un style.

## Les trois dimensions de l'information

**L'information est un phénomène habituel, global, par lequel un informateur répand, diffuse l'annonce d'un événement, une nouvelle, à des gens qui l'ignoraient. Ils deviennent informés.**

Elle met en jeu des personnes (témoins, reporters, journalistes... lecteurs, téléspectateurs.) situées dans des groupes, et des moyens de communication divers (écrits, oraux, visuels...). Elle modifie, consciemment ou non, ceux qui la reçoivent, les pousse à réfléchir, à agir. Mais la qualité de cette modification dépend de la richesse et de la valeur de l'information, mais aussi de l'informateur et de l'informé.

La valeur d'une information est toujours à trois dimensions : **l'événement – l'informateur – l'informé** ; chacun des trois réagissant sur les deux autres.

BIBLIOTHEQUE DU CERIST