



MON KIT DE SURVIE MÉDIATIQUE

PAR arrêt
sur **images**



TABLE DES MATIÈRES

Une ressource en 3 grands volets pour apprendre à m'informer correctement

P.1-5

Les 7 réflexes à adopter face à une info

P.6

Le paysage médiatique français

P.7-10

Le lexique du journaliste

POUR ALLER PLUS LOIN

Des cas concrets à travers des articles et émissions d'Arrêt sur images pour mieux comprendre le rôle des médias et du traitement de l'info.

👉 **Je découvre**

Qu'en pense les collégiens ? Une classe réagit à des séquences médiatiques dans l'émission Classe Télé d'Arrêt sur images.

👉 **Je regarde les épisodes**

7 RÉFLEXES FACE À UNE INFO

1

JE VÉRIFIE LES SOURCES

- De qui vient l'information ?
- Ce média est-il un site d'information fiable ? Ou bien est-ce un blog, un site inconnu ?
- Ce compte sur les réseaux sociaux est-il officiel ?
- La date est aussi importante : ce contenu vient-il d'être publié ou date-t-il de plusieurs années ?

👉 Pour aller plus loin

Rumeurs : publier d'abord, vérifier ensuite

Désintox, fact-checking : les détecteurs de mensonge

2

JE M'INTERROGE SUR LE FORMAT

- Le ton ne sera pas le même dans une tribune ou un éditorial (formats dans lesquels on donne un avis), que dans un article, une enquête ou un reportage (dans lesquels on énonce des faits)
- À la télévision, il faut identifier si la personne qui parle est journaliste (faits) ou chroniqueuse (opinion) ?

👉 Pour aller plus loin

Témoins douteux

3 JE REPÈRE LES **PUBLI-REPORTAGES**

- Certains médias publient des contenus, sous forme d'article ou de vidéo, en partenariat avec des marques pour en faire la publicité contre de l'argent. Parfois, ce sont les marques elles-mêmes qui rédigent ces contenus.
- Ils doivent obligatoirement porter la mention "publi-reportage" ou "partenariat". Cela peut être écrit en tout petit en haut ou en bas de l'article ou de la vidéo.
- Je ne suis donc pas face à une info mais à une publicité.

👉 **Pour aller plus loin**

Pub : les mille ruses

4 J'IDENTIFIE **LES INTERVENANTS...**

Identifier la personne qui parle est important pour se questionner sur sa légitimité et ses possibles conflits d'intérêts :

- Est-elle présentatrice ? Interviewée ? Experte ? Directement concernée par le sujet ?
- Où travaille-t-elle ?
- A-t-elle un engagement politique ?

👉 **Pour aller plus loin**

Conflit d'intérêts : le dessous des liens

5

...ET LES AUTRES SOURCES

- Une **source primaire** est une source directe, venant d'un organe sérieux et formel (Ministère, recherche scientifique vérifiée, ONG, institution comme l'ONU, enquête d'investigation...)
- Une **source secondaire** est une source indirecte (propos rapportés, autres journaux, institut de sondage, témoignage...)

👉 Pour aller plus loin

Sondages, l'arme fatale

6

JE ME DEMANDE SI LES IMAGES SONT RÉELLES

Parfois les images qui circulent sur les réseaux sociaux ou dans des articles ne sont pas réelles mais générées par IA. Pour le déterminer, je peux me poser plusieurs questions :

- Est-ce que l'image est réaliste ? Par exemple, il est peu probable que le Pape se promène vraiment en doudoune Balenciaga.
- Les détails sont-ils cohérents ? Est-ce que certains éléments sont déformés ? Est-ce que les couleurs sont uniformes ou une zone détonne ? Est-ce que les tenues des personnes sont cohérentes avec la météo, l'époque et entre elles ?
- Je peux aussi retrouver l'image d'origine grâce à une recherche inversée.

👉 Pour aller plus loin

IA, bientôt tous remplacés ?

7 JE CONNAIS LE MONDE DES MÉDIAS

- À qui appartient le média ? S'agit-il d'un média indépendant ou d'un grand groupe ?
- Qui en est à la tête ? De grands groupes, comme Vivendi détenu par Vincent Bolloré, sont propriétaires de plusieurs médias (Canal +, Paris Match, CNews, C8...) et peuvent influencer la ligne éditoriale
- Exemple : Si Pascal Praud (CNews) est invité dans "Touche pas à mon poste" (C8), ce n'est pas un invité comme les autres : il travaille pour le même groupe.

👉 Pour aller plus loin

Par exemple, si Pascal Praud (CNews) était invité sur Europe 1, ce ne serait pas un invité comme les autres : il travaille pour le même groupe.

Bolloré, le patron aux grands ciseaux

"Bernard Arnault, soit il possède les médias, soit il les finance par la pub"

POUR SAVOIR SI UNE INFO EST VRAIE

Plusieurs médias sérieux ont des organes de fact-checking, dont la mission est de vérifier si certaines rumeurs, images ou déclarations qui circulent sont vraies.

Parmi eux : Checknews (*Libération*), les Décodeurs (*le Monde*), le Vrai du Faux (France info), le Dessous des images (Arte)... et *Arrêt sur images* !

POUR SAVOIR QUI POSSÈDE QUOI

Il existe plusieurs cartes du paysage médiatique français comme celle de l'association Acrimed et du journal *Le Monde diplomatique*.

Le journal *Le Un* a aussi imaginé une carte "très subjective" du paysage médiatique.

LE LEXIQUE DES MÉDIAS

ANGLE

Question à laquelle tente de répondre un article ou un sujet de radio, de vidéo ou de télé. Par exemple, il serait impossible de traiter de manière exhaustive le sujet de l'Élysée, mais l'angle "Comment l'Élysée gère ses relations avec la presse ?" est bien moins vaste.

ARCOM

Autorité de régulation de la communication audiovisuelle et numérique. Elle est chargée de faire respecter les lois dans le domaine audiovisuel pour garantir une certaine déontologie journalistique. En cas de non-respect de ces lois, c'est à elle de sanctionner.

BOUCLAGE

Date à partir de laquelle un article est considéré comme terminé et ne pouvant plus être modifié car il est sur le point d'être publié (média en ligne) ou envoyé à l'impression (presse papier).

CHAPÔ

Petite introduction en haut d'un article et qui résume son sujet en quelques lignes.

CHRONIQUE

Format signé par un journaliste ou une personnalité, qui consiste à partager son regard personnel sur l'actu.

CONTRADICTOIRE

Partie dans lequel d'autres points de vue sont donnés pour garantir la neutralité. Par exemple, si un article ou un reportage critique une entreprise, le journaliste doit aussi la laisser répondre.



CONFLIT D'INTÉRÊTS

Situation dans laquelle une personne ne peut pas être 100% objective car son jugement risque d'être influencé par d'autres facteurs (son travail, des liens familiaux ou sentimentaux avec une personne impliquée, une religion...).

CONTENUS CHAUDS/FROIDS

Les contenus chauds sont en lien avec l'actualité du jour ou de la semaine et ont une courte durée de vie (ils doivent être publiés rapidement avant de « périmer »). Au contraire, les contenus froids ont un lien avec l'actualité du mois ou de l'année, ils peuvent être réalisés sur un temps plus long et être publiés quand l'actualité sera plus calme.

CORRESPONDANT

Journaliste implanté sur le terrain pour rendre compte de la situation. Contrairement aux envoyés spéciaux, les correspondant-es vivent sur place et ne s'y rendent pas juste ponctuellement.

DROIT DE RÉPONSE

Si une personne ou organisation citée dans un média estime que les informations sont fausses ou lui portent préjudice, elle peut demander au média de publier sa réponse.

DROITS D'AUTEUR

Droits dont dispose un auteur sur son œuvre pour être le seul à pouvoir l'exploiter (avec ses héritiers) et se protéger du plagiat.

ÉDITO

Coup de gueule ou analyse personnelle d'un journaliste.

ENQUÊTE D'INVESTIGATION

Format de journalisme sur le long terme, qui consiste à creuser une question dérangeante avec le plus de sources possible, dans le but de faire des révélations.



FACT-CHECKING

Pratique consistant à vérifier la véracité d'une information communiquée dans un média ou reprise dans l'espace public (citation d'une personnalité, rumeur...)

FEUILLET

Unité qui permet de mesurer la longueur d'un texte pour pouvoir, entre autres, rémunérer son auteur. Il correspond à 1500 caractères (appelés signes en journalisme), soit une demi-page de magazine environ.

MARRONNIER

Sujet classiques et souvent léger qui revient dans les médias chaque année (rentrée scolaire, embouteillages sur l'autoroute des vacances, neige à Paris...).

MÉDIAS PUBLICS/PRIVÉS

Les médias publics (comme France télévisions ou Radio France) sont financés par la population française via l'impôt, anciennement la redevance audiovisuelle, alors que les médias privés (comme BFMTV ou Le Point) appartiennent à des groupes ou des milliardaires. Ils sont alors financés par les abonnements, la publicité, le mécénat ou encore des subventions accordées par l'État.

PAPIER

Expression de journaliste pour désigner un article.

PARLER EN ON/OFF

Quand une personne parle "en off" à un journaliste, ses propos pourront être cités de manière anonyme uniquement. Dans le cas du "triple off", l'information communiquée ne pourra pas du tout apparaître dans le contenu publié. À l'inverse, en parlant "en on", les informations communiquées pourront être utilisées et le source citée.



PIGE

Contenu rédigé ou réalisé par un pigiste, c'est-à-dire un journaliste indépendant qui peut travailler pour plusieurs médias. Sa rémunération n'est pas fixe mais dépend du nombre de contenus produits et de leur longueur.

PLAGIAT

Appropriation du travail d'une autre personne pour le faire passer pour le sien. Par exemple, recopier un extrait d'un livre ou d'un article sans citer son auteur.

PROCÉDURE BAILLON

Procédure judiciaire initiée par une entreprise ou une institution à l'encontre d'un média qui aurait parlé d'elle, dans l'espoir de le faire taire ou de l'affaiblir financièrement.

REPORTAGE

Enquête sur le terrain, sous forme d'un récit avec des témoignages de personnes directement concernées.

TROU NOIR DE L'INFO

Situation où une information n'est pas du tout reprise par les médias, comme si elle n'existait pas.

VERBATIM

Transcription des propos tenus par une personne interviewée dans le cadre d'une enquête et ajoutée au contenu final sous forme de longue citation, entre guillemets.





À bientôt pour plus de
critique média sur
arrêtsurimages.net !

arrêt
sur **images**