

Fiche technique séance « Ligne éditoriale »

Objectifs spécifiques : comprendre la notion de ligne éditoriale et son influence sur le traitement d'une information.
proposer différents articles qui évoquent les néonicotinoïdes et identifier leur nature.

Objectifs opérationnels : extraire les informations essentielles d'un document.
identifier la thématique de la publication et la ligne éditoriale qui en découle.

Compétences info-documentaires :

Pourquoi un média décide-t-il de traiter un sujet ?
Selon quels critères un journal choisit-il de mettre en avant un fait d'actualité plutôt qu'un autre ?
Pourquoi le traitement d'un même événement peut-il être différent en fonction du média ?

Derrière ces interrogations sur la fabrique de l'info, il s'agit de comprendre la notion de ligne éditoriale.

Conditions :

Encadrement : professeure documentaliste et professeur de français
Classe : 1^{er} STAV
Nombre : 25 élèves
Durée : 1h45 / 9h-11h – Pause 15 mn
Groupe : 4 groupes de 5 élèves

Outils pédagogiques :

Documents : fiche élève + différents articles de périodiques

Visuels : revues spécialisées (professionnelles et scientifiques, vulgarisation scientifique), différents journaux d'actualité

Mots clefs : ligne éditorial, traitement de l'information, périodique, média, fabrique de l'information, analyse de l'information

Évaluation :

A la fin de l'activité l'élève est capable de :

Définir l'identité d'un média (thématique de la publication, traitement de l'information)

Réalisation

Accueil et présentation des objectifs de la séance :

Consigne : « dans le cadre de la semaine de la presse et sur les produits phytosanitaires nous allons nous intéresser aux néonicotinoïdes et plus précisément nous allons travailler sur le traitement de l'actualité sur les néonicotinoïdes par les médias d'information, plus particulièrement par la presse écrite »

Accroche : connaissez-vous les néonicotinoïdes ?

Les *néonicotinoïdes* sont des substances insecticides qui peuvent être notamment utilisées dans des produits en agriculture.

Historique :

- 2013 : Sur la base des conclusions de l'Autorité européenne de sécurité des aliments (EFSA), un moratoire de la Commission européenne impose des restrictions à l'usage de trois néonicotinoïdes jugés nocifs pour les abeilles dans les cultures prisées de ces insectes : la clothianidine, l'imidaclopride et la thiaméthoxame. Interdiction du traitement des semences, des sols et des traitements des feuilles pour les cultures attractives pour les abeilles, sauf cultures sous serre, céréales d'hiver et après floraison.
- 2016 : En France, la loi « Pour la reconquête de la biodiversité, de la nature et des paysages » prévoit l'interdiction des produits à base de néonicotinoïdes à compter du 1^{er} septembre 2018. Des dérogations pouvaient être accordées jusqu'au 1er juillet 2020 sur la base d'un bilan établi par l'Anses, qui compare les bénéfices et les risques liés aux usages de ces produits avec ceux de produits de substitution ou de méthodes alternatives.
- 2018 : L'Anses publie son premier rapport sur les alternatives chimiques et non chimiques des néonicotinoïdes.
- La Commission européenne interdit l'usage des 3 substances clothianidine, imidaclopride et thiaméthoxame au niveau européen, sauf pour les usages sous serre.
- 2019 : Suite à sa réévaluation, la substance thiaclopride est interdite dans l'Union européenne. Les demandes de renouvellement des substances clothianidine et thiaméthoxame et imidaclopride n'ont pas été soutenues. Actuellement, seule l'acétamipride est autorisée au niveau européen.
- 2021 : Arrêté autorisant provisoirement l'emploi de semences de betteraves sucrières traitées avec des produits phytopharmaceutiques à base de néonicotinoïdes.
- Janvier 2023 : Union Européenne n'accorde plus de dérogations
- Janvier 2023 : la France interdit tous les néonicotinoïdes

Déroulement :

1ère phase : présentation des différents périodiques

1) La thématique de la publication et la ligne éditoriale.

A/ Les revues spécialisées :

1. Les revues professionnelles (La France agricole, Biofil, etc.)

- Finalités:

- défendre et promouvoir des intérêts d'ordre professionnel.
- assurer une représentation professionnelle.
- partager des connaissances de terrain et des témoignages de professionnels.
- Norme d'écriture : des articles courts qui sont écrits avec un vocabulaire professionnel précis.
- Public : professionnel.

2. Les revues scientifiques (revue d'INRAE)

- Finalité : diffuser le savoir et ses contenus.
- Norme d'écriture : article long, vocabulaire spécifique, des références bibliographiques.
- Public : scientifiques.

3. Les revues de vulgarisation (Science et vie)

- Finalité : rendre accessible aux plus grands nombres des avancés scientifiques. • Public : grand public.

B/ Les médias généralistes (Le monde, Libération, L'opinion, etc.)

- Finalité : diffusion d'informations en lien avec les actualités.
- Norme d'écriture : utilisation de champs lexicaux spécifiques, des titres et sous-titres accrocheurs.
- Public : grand public – selon le ton du journal, les aspirations politiques.

2) Le corps de l'article

- Le contenu : la nature des images sélectionnées, ce qu'elles montrent, les éventuels symboles, connotations, etc.
- Le langage : le vocabulaire utilisé par les personnes interrogées. Vocabulaire mélioratif ? Péjoratif ? (présentant une idée ou un objet sous un aspect favorable ou défavorable)

Champs lexicaux ? (ensemble de noms, d'adjectifs et de verbes liés par leur sémantique, c'est-à-dire traitant d'un domaine commun)

Niveau de langage (courant, familier, soutenu).

- Analyse des titres :

Incitatif ? (piquer la curiosité du lecteur : injonction, jeux de mots et détournement).

Informatif ? (répondre aux questions essentielles que peut se poser le lecteur : qui ? quoi ? où ? quand ?, etc.

2^{ème} phase: video (15 mn)

<https://www.clemi.fr/fr/cles-medias/le-pluralisme-desmedias>.

Html

<https://youtu.be/fc5T6LspY5g>

Suite au visionnage, questionner les élèves, la ligne éditoriale c'est quoi ?

La ligne éditoriale définit l'identité d'un média et correspond à l'ensemble des choix rédactionnels effectués par les journalistes lors des conférences de rédaction. Elle fixe une ligne directrice et oriente la manière dont sera traitée l'actualité. Car il faut bien distinguer le fait d'actualité (information récente, factuelle, vérifiée, qui intéresse le plus

grand nombre) et le traitement éditorial de ce fait d'actualité (un journaliste choisit un angle, c'est-à-dire un aspect particulier d'un sujet d'actualité).

En ayant une ligne éditoriale, un média s'assure ainsi de la cohérence des sujets traités, à la fois sur le fond (les différents thèmes abordés) ou sur la forme (tonalité de la publication ou de l'émission).

Chaque média a donc sa propre ligne éditoriale : celle-ci détermine le choix des sujets, les angles choisis, la hiérarchie de l'information, c'est-à-dire la place accordée aux informations jugées les plus importantes.

DIFFÉRENTS CRITÈRES DE TRAITEMENT DE L'ACTUALITÉ

Une ligne éditoriale se définit par différents critères : **la thématique** de la publication (revue spécialisée, média généraliste), **le public cible** (les sujets et le ton du média seront différents en fonction de l'âge par exemple), **les orientations idéologiques ou les valeurs défendues** par les médias (un média selon son orientation politique ne mettra pas en avant les mêmes thématiques). En fonction de ce critère, l'actualité peut être traitée différemment.

D'autres facteurs peuvent influencer la ligne éditoriale d'un média, comme **le format** ou **la périodicité**. Par définition, une chaîne d'info en conti-

nu suivra l'actualité à chaud, en flux, quand une publication hebdomadaire ou mensuelle pourra davantage approfondir ou enquêter sur des sujets complexes. **Au sein d'un média, le support peut également influencer sur la ligne éditoriale** : Le Monde (papier/web) et l'application *Snapchat* du Monde ne mettent pas en avant les mêmes sujets (voir module Déclic' Critique du CLEMI sur ce thème).

LA LIGNE ÉDITORIALE, LE RÉSULTAT DE CHOIX QUOTIDIENS

Le modèle économique peut aussi avoir une influence puisqu'un actionnaire d'un média peut infléchir une ligne éditoriale. C'est la raison pour laquelle les journalistes, en cas de rachat de leur média, peuvent en démissionner (tout en ayant des indemnités). Ce dispositif, appelé « clause de cession », évite aux journalistes de rester dans un média dont la ligne éditoriale pourrait être changée par l'actionnaire et ne plus correspondre aux valeurs du journaliste. C'est par exemple ce qui s'est passé lors du rachat du groupe Mondadori (Grazia, Top Santé, Closer) par Reworld Media en octobre 2019 : 58 % des journalistes en CDI (soit 194 personnes) ont fait jouer leur clause de cession. En cause : la réputation de Reworld Media, qui change la nature même des titres rachetés. Dans leurs magazines, il n'y a plus de « rédacteurs en chef », mais des « directeurs de marque » ; les journalistes sont remplacés par des « rédacteurs de contenus », qui publient des articles mais aussi des publiereportages. Avec cette nouvelle ligne éditoriale assumée, le magazine devient une marque au service d'annonceurs.

La ligne éditoriale est donc une notion-clé pour comprendre la ligne directrice d'un média. Mais s'il existe des chartes éthiques ou déontologiques pour rappeler les règles journalistiques, il n'existe pas de document écrit indiquant précisément la ligne éditoriale d'un journal. Celle-ci est le résultat de choix quotidiens, effectués par les journalistes et les rédacteurs en chef. Construire et maintenir une ligne éditoriale est donc un processus dynamique, qui fait l'objet de nombreux débats internes au sein de chaque média. Des débats d'autant plus importants que la ligne éditoriale est une sorte de pacte tacite entre les journalistes et leurs lecteurs, auditeurs ou téléspectateurs. Si la ligne éditoriale ne correspond plus à son public, un média peut voir son audience diminuer.

Source CLEMI

3^{ème} phase : activité (45 mn)

- Distribuer à chaque groupe de 5 élèves un article issu d'un périodique différent.
- Analyser finement l'article (cf fiche élève) : résumé informatif.

Pause (15 mn)

4^{ème} phase : mise en commun (30 mn)

Chaque groupe présente synthétiquement son article et la ligne éditoriale du périodique dans lequel il a été publié.