

EDITORIAL

S'informer

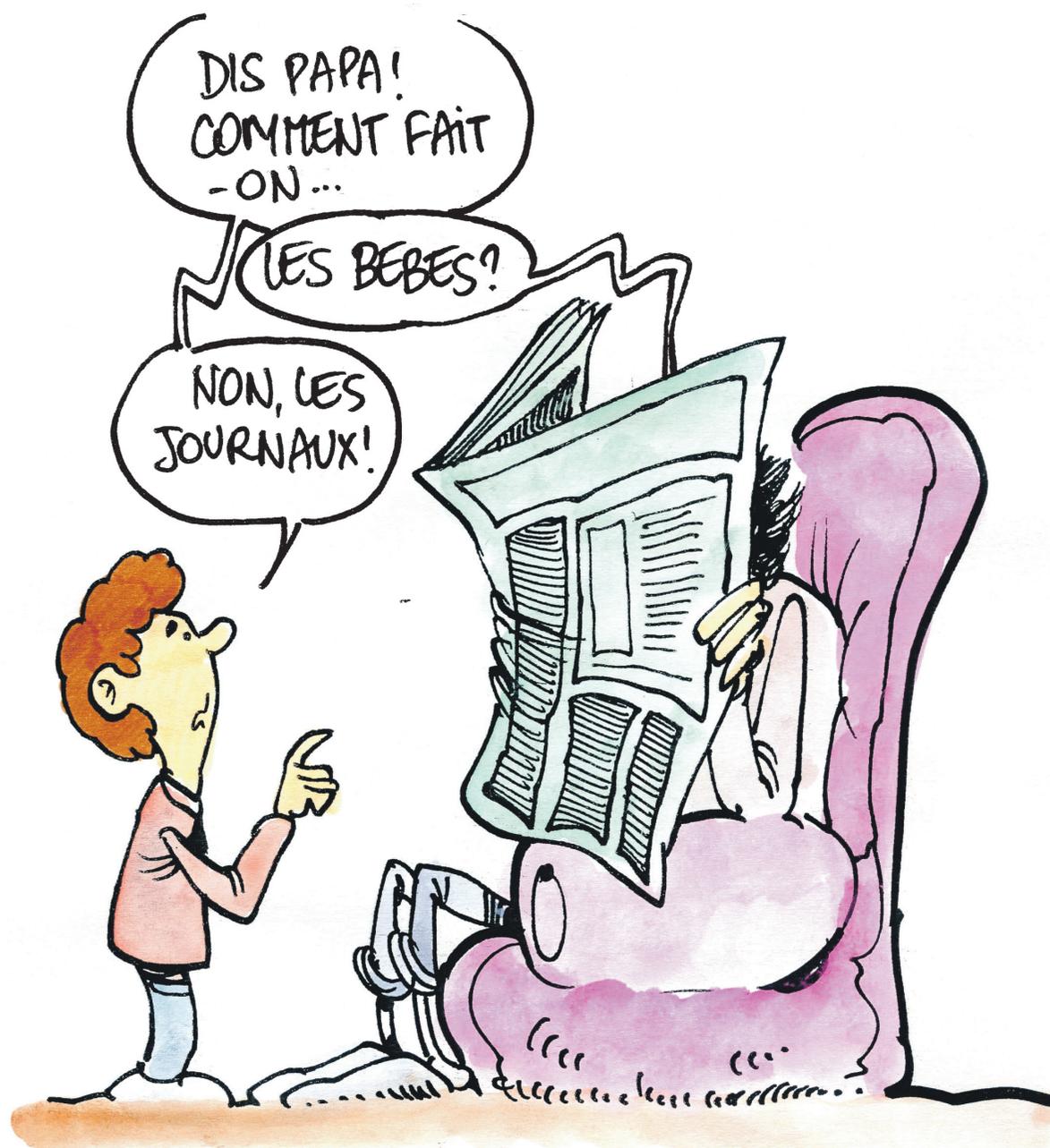
LA semaine de la presse et des médias à l'école est un temps fort de sensibilisation à l'importance de l'information. S'informer c'est avant tout se donner les moyens de développer une pensée critique ainsi qu'une citoyenneté qui s'appuie sur des droits fondamentaux: liberté d'expression, participation active dans la vie publique, consolidation du processus démocratique. S'informer c'est aussi se donner des outils pour mieux comprendre son monde. Bien entendu, nous parlons ici d'une information qui réponde aux standards journalistiques, c'est-à-dire avant tout vérifiée, ensuite analysée et transmise. Les jeunes qui viennent se renseigner sur la réalité du métier de journaliste comprennent bien ces enjeux. Ceux qui passent chaque année leurs stages à la rédaction de L'Economiste sont aux avant-postes de ces découvertes. Un peu endormis à leur arrivée, ils repartent, au bout de quelques jours, les yeux brillants. Fiers, fascinés et impressionnés à la fois d'avoir regardé sous le capot du journal et d'avoir compris «d'où vient l'info» ainsi que les efforts que sa «fabrication» demande.

Si l'éducation aux médias et à l'information reste une compétence fondamentale à acquérir et à développer, Internet n'a fait qu'en décupler l'intérêt. Au risque de se fâcher avec les dévoreurs de smartphones, avec le fan-club de Norman et Cyprien et autres youtubeurs vedettes, il convient d'en rappeler quelques indices qui inquiètent, d'année en année, enseignants, parents. Si beaucoup de jeunes sont familiers avec la technologie et l'ordinateur, peu arrivent à développer des compétences critiques, d'analyse et d'évaluation de l'information. Osons l'espérer, la semaine de la presse et des médias pourrait servir de signal de détresse... ou de déclat. □

Mohamed BENABID

Semaine de la presse et des médias

Comment est fabriqué votre journal



Une journée à L'Economiste

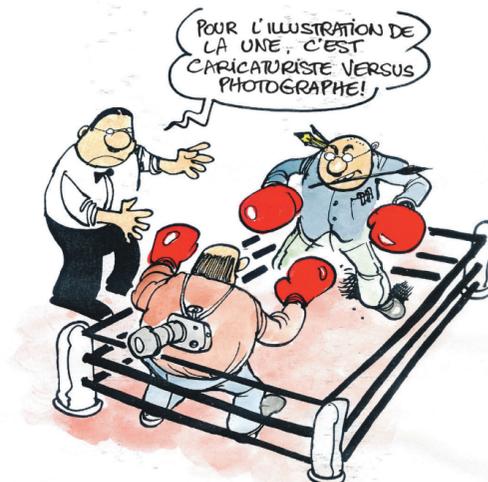
3 Rédaction

Après la conférence de rédaction, les journalistes partent à la recherche d'information et la couverture des actualités du jour. Si l'équipe du journal papier dispose de marges de traitement relativement longues, les délais sont beaucoup plus serrés pour leurs collègues du Web, tenus de diffuser rapidement l'information sur le site Internet du journal, les alertes par email ou les réseaux sociaux.



4 Illustration

Un journal peut traiter l'information sous formes de texte mais aussi à travers des éléments visuels: photos, dessins, infographies... le Web permet même d'y rajouter la composante vidéo. C'est une étape à laquelle L'Economiste accorde une importance particulière. Ce journalisme visuel a cependant des prérequis: il doit apporter un plus au traitement textuel. Gare aux illustrations prétextes!



5 Correction et relecture

Les articles des journalistes font l'objet de plusieurs relectures avant d'être soumis pour validation aux chefs de rubrique et au rédacteur en chef pour les arbitrages ultimes. Au tout début, c'est d'abord une correction grammaticale et orthographique. Toute une équipe traque ainsi les coquilles et autres erreurs de style, de syntaxe, etc, de manière à garantir des articles agréables à lire et compréhensibles. Une compilation des "perles auxquelles vous avez échappé", publiée par L'Economiste chaque année en décembre, permet de mesurer l'ampleur du travail accompli.



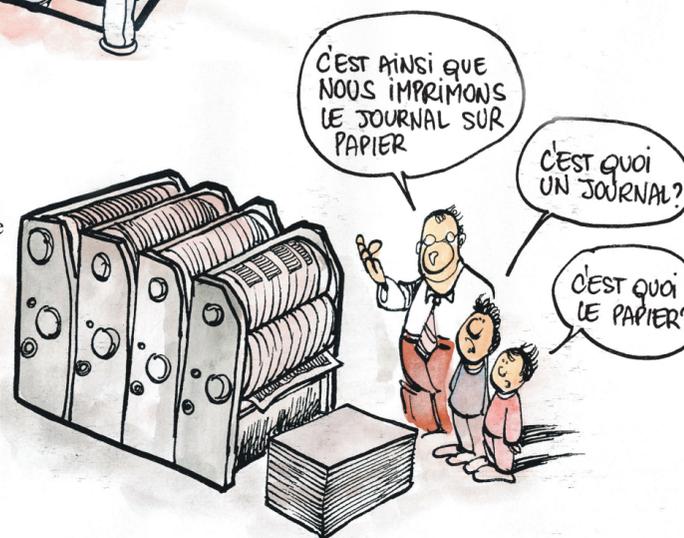
Chemin de fer 2

Oui, oui, le monde de la presse et de l'édition utilise bien un vocable empruntée à l'industrie ferroviaire. Le chemin de fer permet en réalité de concevoir une représentation visuelle du journal. C'est là où la composante publicitaire est intégrée dans le circuit de fabrication du journal à travers des arbitrages sur les espaces à réserver à la partie rédactionnelle et ceux à consacrer aux annonceurs. Le processus est évolutif. Le chemin de fer entamé le matin en conférence de rédaction est d'ailleurs très souvent différent de sa configuration définitive en fin de journée.



8 Impression

L'impression reste l'une des étapes qui expriment le mieux la composante industrielle du processus de fabrication du journal. Comme pour la phase de traitement de l'information, là aussi, la vigilance est de mise pour proposer une qualité d'impression irréprochable qui satisfait à la fois le lecteur et l'annonceur.



6 Montage

C'est la partie technique du processus. La composante digitale a élargi les profils. L'équipe est désormais composée d'infographistes, maquettistes, informaticiens et webmasters, qui travaillent en étroite collaboration à la conception du journal et à ses différentes déclinaisons: imprimé, sur PC, smartphone et tablette.



C'est là où tout commence. La réunion de rédaction permet aux journalistes de faire à la fois des propositions de sujets, mais aussi de discuter des angles de traitement. Le travail préparatoire en amont est important. On a tendance à l'oublier, mais une partie de l'actualité est prévisible (exemple: des élections, une coupe du monde...). D'où l'importance du travail de planification et de programmation.

1 Réunion de rédaction



Distribution 9

Une fois terminée l'étape d'impression, les journaux prennent le chemin des différentes régions du Maroc où ils seront distribués à travers les kiosques ou acheminés directement aux abonnés. Sur Internet, les canaux de distribution du journal en ligne permettent une diffusion instantanée et multisupport.



Bouclage 7

Cette étape correspond au dernier délai d'envoi des pages à l'imprimerie. Désormais, il n'est plus possible de changer le contenu du journal car les rotatives (machines d'impression) vont être lancées. Sur Internet en revanche, les contraintes de bouclage ne se posent plus. La diffusion de l'information y est continue.

Yo, men l'kher

orange™ Vous rapprocher de l'essentiel