

Journaliste

Rome E1106

1 Le métier

Le métier : Journaliste



La mission d'un journaliste est d'informer par le biais d'un média. Curiosité, objectivité, culture générale, ouverture d'esprit, pugnacité, tels sont les qualités essentielles d'un journaliste. Quel que soit le support, radio, presse écrite, TV, Internet, il décrypte l'information et en propose une analyse.

©JournalisteCRpaca

Dans toutes ses activités : une même déontologie.

Le journaliste recherche des informations qu'il va diffuser au public. Pour cela, il commence par choisir une méthode d'investigation qui lui permettra de récolter ces informations. Une fois sélectionnées, il les vérifie en croisant différentes sources. Il détermine alors « un angle » (une façon d'entrer dans le sujet) et entame la phase de traitement de l'information : il opte pour un style d'écriture, un format (reportage, dossier, brève, interview...) en fonction du support, du sujet ou de la rubrique.

Le métier recouvre des réalités professionnelles différentes selon l'employeur différentes selon l'employeur, le support et le statut adopté. S'il exerce traditionnellement ses fonctions dans la presse écrite, à la radio ou à la télévision, la presse « on line » (diffusée sur Internet) est devenue depuis plusieurs années un média porteur. Le terme générique de journaliste recouvre des fonctions diverses : rédacteur, grand reporter, éditorialiste, chef d'agence (presse quotidiennes régionale), journaliste reporter d'images (JRI), secrétaire de rédaction (presse écrite)...

La spécialité est un autre élément caractérisant le métier ; journaliste sportif, politique, chroniqueur judiciaire, etc. Les fonctions hiérarchiques sont remplies par les chefs de rubrique, rédacteur en chef adjoint, rédacteur en chef, secrétaire général de rédaction, directeur de la rédaction.

Le journaliste d'entreprise exerce au sein d'un service communication d'une grande entreprise, d'une collectivité territoriale ou dans la presse professionnelle. Il a en charge la réalisation d'articles de contenus web ou d'émissions, décidées par l'entreprise en accord avec la politique de communication.

Si le journaliste d'entreprise utilise les mêmes techniques, il n'a pas la même liberté dans le choix des sujets, - l'influence de la publicité est parfois marquée pour la presse professionnelle - ; il est tenu de faire passer le message choisi par son entreprise.

Enfin, le journaliste peut également occuper un poste de concepteur-rédacteur dans une agence de pressecommunication.

Salarié ou pigiste, avec ou sans carte de presse.

Le statut de journaliste est lié à l'obtention de la carte d'identité des journalistes professionnels appelée communément « carte de presse », délivrée par une commission de professionnels. Certaines conditions sont indispensables : la durée d'exercice du métier, le montant des ressources (l'activité doit représenter plus de 50 % des revenus), la qualité de l'employeur (ce doit être une entreprise de presse ou une agence de presse agréée). C'est notamment pour cette raison que les journalistes d'entreprise ne peuvent y prétendre. En revanche, la situation des journalistes en ligne ou exerçant pour une collectivité territoriale est appréciée au cas par cas.

Qu'il travaille pour un média ou une entreprise, le journaliste peut être salarié ou pigiste. Le pigiste est un journaliste indépendant qui vend ses articles à différents supports. Il ne fait pas partie de l'équipe des permanents d'une rédaction, même s'il peut y travailler régulièrement. Il est rémunéré à l'article. A noter que si ce statut peut répondre à une volonté d'indépendance, il illustre également la précarité que connaît le métier.

Diversité des savoir-faire

Certains savoir-faire sont communs à tous les journalistes : recherche, vérification et choix de l'information, hiérarchisation, traitement et écriture, méthodes d'enquêtes, d'interviews,...

D'autres plus spécifiques, sont liés aux contraintes techniques du média ; connaissance du secrétariat de rédaction ou de la mise en page pour la presse écrite, diction, technique de placement de la voix, présentation à l'image, réalisation et montage de reportage pour la radio ou la télévision.

Assurant parfois la fonction d'animateur à l'occasion d'émissions, de débats ou d'événements organisés par des organismes institutionnels ou des entreprises, le journaliste doit savoir utiliser les techniques d'animation (jeu des questions-réponses, distribuer la parole aux intervenants de table ronde...)

Quant au pigiste, « vendre » son article à un rédacteur en chef est une compétence essentielle. Pour cela, il doit connaître la ligne éditoriale des supports qu'il sollicite, proposer des sujets et des « angles » originaux, susceptibles d'intéresser les responsables de rédaction ou de rubrique. Il peut développer une spécialité (économie, sport) qui apportera une plus-value à l'équipe de journalistes permanents. Plus que le journaliste salarié dans une rédaction, il doit aller chercher l'information au bon endroit et être en alerte.

Polyvalents

Face aux évolutions des médias, le champ des compétences demandées aux journalistes s'élargit. Mise en page, réécriture, montage et corrections typographiques, ces savoir-faire techniques, autrefois confiés au secrétariat de rédaction dans la presse écrite, sont de plus en plus demandés aux journalistes rédacteurs. Les Journalistes reporters d'images (JRI) sont tout à la fois journaliste, cadreur, preneur de son et monteur. Ce phénomène de polyvalence lié à l'évolution même du métier, crée une nouvelle génération de journalistes « polyspécialisés ».

Quelque soit le média, des conditions d'exercices communes.

D'autres conditions d'exercice du métier sont communes à tous les journalistes : déplacements fréquents (même si les interviews par téléphone et internet permettent de les limiter), contraintes de planning (bouclage, programmation...), horaires irréguliers, tardifs ou décalés. Ils ne comptent souvent pas leur temps de travail.

2 Le marché du travail

Sur quels postes débiter dans le métier ?

Des débuts grâce aux « piges » et aux CDD.

Plutôt ouvert aux jeunes diplômés, ce métier est pourtant marqué par des situations professionnelles précaires pour le journaliste débutant. Devenir journaliste revient à s'engager dans un parcours long et instable (piges, remplacements, CDD, mobilité géographique).

Lorsqu'il débute, le journaliste est « stagiaire » pendant deux ans et titulaire de la carte de presse « journaliste stagiaire ». Une formation suivie dans une école de journalisme reconnue par la profession, réduit cette période à une année. Les journalistes stagiaires représentent 10 % du nombre de titulaires de la carte professionnelle.

Et demain ?

Audience, concurrence, concentration, équilibre budgétaire, les médias subissent depuis quelques années des pressions économiques. La crise qu'ils traversent a des effets sur les conditions d'exercice du métier et influent sur son évolution.

Une pression financière qui influence les conditions d'exercice du métier.

La crise économique qui touche les entreprises de presse, les contraint à porter une attention particulière aux résultats financiers. Aussi, cette approche se répercute-t-elle sur les conditions de travail du journaliste : le temps consacré à l'enquête, au croisement des données et à la vérification de l'information se réduit. Les changements de formats (nombre de pages, articles ou reportages plus courts), laissent peu de place aux commentaires pour se limiter aux faits. Pour compenser, le phénomène des « quick book », ouvrages réalisés en des temps records pour coller à l'actualité, se développe.

Presse écrite en danger ?

Crise de confiance du lectorat, apparition d'internet, rapidité dans la diffusion de l'information, développement des journaux gratuits, la presse écrite subit une concurrence nouvelle à laquelle elle ne s'était pas préparée et face à laquelle elle résiste mal. Conséquence directe : des groupes de presse concentrent plusieurs titres voire plusieurs médias.

Les ventes de la presse quotidienne d'information sont en baisse (-1,49 % en 2006, -0,72 % en 2007), les ressources publicitaires s'assèchent. Les journalistes sont moins nombreux dans les rédactions, polyvalents par obligation et contraints à travailler pour plusieurs supports.

Polyvalence exigée.

La diminution du lectorat pour la presse d'informations générales et le dynamisme de la presse magazine spécialisée, technique ou professionnelle, doit inciter les journalistes et pigistes à se spécialiser, dans un ou plusieurs domaines, pour répondre à cette segmentation du marché.

Par ailleurs, le fonctionnement en équipe réduite (une rédaction peut se résumer à un rédacteur en chef, un journaliste - secrétaire de rédaction et des pigistes), oblige les journalistes à assumer plusieurs fonctions : mettre en page leurs propres articles, assurer le secrétaire de rédaction, réaliser les corrections typographiques...

Enfin, le développement fulgurant d'internet et l'apparition d'un nouveau lectorat, fait apparaître des emplois de « journalistes spécialisés » qui font vivre des sites, des intranets, des blogs, à caractère commercial, institutionnel ou autre, portés par des groupes de presse, des entreprises, des acteurs publics. Une fois encore de nouvelles compétences viennent s'ajouter, en marketing éditorial, en gestion de l'interaction entre le texte, l'image, le son et la vidéo.

Nouvelle presse, nouveaux emplois ?

Même si les médias locaux se sont multipliés : radios associatives, chaînes de TV locales, presse gratuite, leur développement n'a eu que peu d'impacts sur le nombre de journalistes permanents. Le bilan en PACA, comme en France, est plutôt négatif.

Equipe à géométrie variable

Le recours aux pigistes est devenu une manière de gérer les aléas de la production. Face à la concurrence, les pigistes doivent savoir évaluer les marchés potentiels et vendre leur « synopsis » à un rédacteur en chef. A la polyvalence, à l'obligation de spécialisation, viennent s'ajouter de nouvelles pratiques comme le journaliste « cross-média » qui traitera, pour le même prix, un sujet sur plusieurs supports différents et pour plusieurs titres (écrit, radio, TV, web). Une méthode qui peut remettre en cause la pluralité de l'information.

3 Evoluer

Je veux évoluer dans le métier ou dans le secteur professionnel

Les changements de métiers sont minoritaires dans les mobilités professionnelles ; les journalistes étant, semble-t-il, attachés à leur métier. Selon l'étude de mobilité des cadres de l'APEC, 69 % des journalistes étaient auparavant journalistes, et 64 % se dirigent vers un autre emploi de journaliste. La reconversion concerne alors les métiers de la communication. (APEC, Base de donnée CV, 2006).

De l'écrit au web.

Ce sont principalement les journalistes de presse écrite qui changent de supports pour se tourner vers Internet.

Responsabilité éditoriale.

Les journalistes ayant de l'expérience peuvent évoluer vers une responsabilité managériale ou éditoriale. Qu'il s'agisse du chef de rubrique : un rédacteur spécialisé avec expérience qui gère l'ensemble rédactionnel d'une rubrique, ou du rédacteur en chef qui définit et garantit le respect de la ligne éditoriale.

S'ouvrir à la communication.

Des passerelles existent avec les métiers de la communication. De nombreux journalistes prennent en charge la responsabilité d'un service communication au sein d'une grande entreprise ou d'une collectivité territoriale. Ils se dirigent également vers les métiers du conseil, du secteur culturel et de l'édition.

Cette fiche a été produite par l'ORM PACA

