

**PROJET**

## Préparation au *Passeport professionnel* – Formation destinée à tous les nouveaux journalistes –

### 1/ Préambule

*La qualité de la démocratie dépend de la qualité de l'information. Conscients de leur responsabilité sociale, journalistes et médias ont décidé la mise en œuvre d'un "Passeport professionnel".*

Ce "Passeport professionnel" s'adresse aux salariés accédant à la profession, récemment détenteurs de la carte d'identité des journalistes et qui ne sont pas diplômés d'un cursus de formation reconnu. Il n'a pas vocation à se substituer à une école, quelques dizaines d'heures ne sauraient remplacer les années d'apprentissage du métier dans une structure d'enseignement.

L'obtention d'un diplôme dans un établissement reconnu par la profession inclut et valide ce passeport.

Dès lors, la vocation du "Passeport professionnel" est d'attirer l'attention des professionnels récemment entrés dans le métier sur les enjeux moraux et les risques éthiques qu'ils vont rencontrer durant leur carrière. Depuis plus d'un siècle, l'exercice du journalisme a établi progressivement un ensemble de règles partagées, un code de bon usage, que l'on appelle généralement la déontologie, et que l'on trouve dans les codes, chartes et textes divers, adoptés aux plans international, national ou local ou encore à l'échelle de l'entreprise.

La connaissance des principes communs à ces textes doit être faite au regard du droit, pour établir la différence de nature entre une démarche juridique et une intention morale. Cette déontologie devra être rapportée aux cadres économiques dans lesquels sont insérés les médias, car il n'est pas de règle morale sans connaissance des contraintes de son application. Enfin, les nouveaux professionnels devront percevoir la place de ces règles dans la construction identitaire du journalisme en tant que métiers et profession.

La déontologie n'est pas affaire de principes abstraits, elle est au contraire une prescription pragmatique qui se rapporte à des gestes professionnels précis. Ceux-ci sont de cinq ordres :

1. **la relation aux publics** que le journaliste et son média informent : savoir comment ces publics sont identifiés et mesurés, quels sont les espaces de rencontre, de débat et de collaboration, et les objectifs poursuivis par le média ;
2. **la relation aux sources d'information** : les règles à respecter, les gestes pertinents pour rassembler la documentation, la citer et l'exploiter de manière critique ;
3. **le recueil et l'exploitation des informations auprès des interlocuteurs** : ces situations d'interaction doivent répondre à des savoir-faire relationnels respectueux et maîtrisés ;

**PROJET**

4. ***l'exploitation des données chiffrées, statistiques, sondages*** : informer nécessite de la mesure, de la rigueur et l'obligation de restituer ces données dans leur contexte en tenant compte des stratégies des organismes émetteurs ;
5. ***la production journalistique est une œuvre collective*** : être journaliste, c'est faire équipe, respecter des principes communs et produire en interaction avec ses pairs et les autres métiers de l'entreprise médiatique. Il faut donc connaître le cadre économique, les textes, ainsi que les institutions et organisations qui structurent la profession.

## **2/ Contenu et déroulé de la formation « Passeport professionnel » :**

**2 - 1 Durée** : 15 journées/ 3 semaines

**2 - 2 Contenu** : les thèmes traités seront validés selon les mêmes dispositions qui valident les diplômes reconnus par la CPNEJ. Ces mêmes diplômes reconnus doivent intégrer ces enseignements dans leurs cursus de formation puisqu'ils exonèrent du suivi du passeport les titulaires de ces diplômes.

**2 - 3 Mise en place** : le suivi de ce cursus pourra être fractionné en modules selon l'organisation décidée par chaque centre de formation reconnu. Le délai de suivi complet ne devra pas dépasser deux ans. Les entreprises de presse devront « déclencher » le dispositif avant la fin des trois premiers mois d'embauche du salarié.

**2 - 4 Pédagogie** : la formation s'effectuera pour partie en binôme et elle s'accompagnera d'un programme de lecture et de documentation tout au long du cursus. Les acquis de cette formation seront évalués par les centres de formation avant la remise du passeport.

## **3/ Grille indicative**

<b>1 La relation aux publics : 2 jours</b>				
<b>Enseignements</b>	<b>Nombre d'heures (indicatif)</b>	<b>Savoirs</b>	<b>Savoir-faire</b>	<b>Capacités</b>
• <i>Pour qui produit-on des informations ?</i>	<b>7</b> <i>(1 jr)</i>	. Sociologie des lecteurs des auditeurs et des téléspectateurs.	. Adapter le traitement de l'information à son public tout en respectant les règles élémentaires d'objectivité professionnelle.	. Être en mesure de réajuster sa production selon les évolutions de son public.
• <i>Comment être en interaction avec son public ?</i>	<b>7</b> <i>(1 jr)</i>	. Connaître les médiateurs, leur travail. . Les réseaux sociaux et les liens qu'ils permettent d'établir avec le public.	. Être au plus près des préoccupations de son public.	. Maîtriser l'interaction avec le public.

## 2 La relation aux sources d'information : 3 jours

Enseignements	Nombre d'heures (indicatif)	Savoirs	Savoir-faire	Capacités
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Les rapports des journalistes aux sources</i></li> </ul>	<b>14</b>  <i>(2 jrs)</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>. Les sources documentaires classiques.</li> <li>. Le fonctionnement des outils internet, des réseaux sociaux, leur valeur et leurs limites.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>. Utiliser efficacement les sources « papier et numérique ».</li> <li>. Constituer sa propre documentation.</li> <li>. Utiliser les TIC dans son environnement professionnel.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>. Préparer une enquête.</li> <li>. Prendre contact et communiquer dans l'univers numérique.</li> <li>. Analyser la pertinence des informations délivrées sur l'internet.</li> <li>. Commander avec précision une recherche à un documentaliste.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Analyse du traitement de l'information</i></li> </ul>	<b>7</b>  <i>(1 jr)</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>. Histoire des « dérapages » du journalisme et des médias</li> <li>. Manipulation et désinformation : études de cas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>. Analyse des enjeux et des modes de traitement de l'information, des techniques d'enquête et des choix rédactionnels et visuels.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>. Conduire une revue de presse.</li> <li>. Choisir les modes de traitement de l'information en mesurant les conséquences sur l'environnement.</li> </ul>

## 3 La relation aux interlocuteurs : 4 jours

Enseignements	Nombre d'heures (indicatif)	Savoirs	Savoir-faire	Capacités
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Droits de la presse et des médias</i></li> <li>• <i>Lois et pratiques et nouvelles technologies.</i></li> <li>• <i>Les bases juridiques, les pratiques et l'évolution de la jurisprudence.</i></li> </ul>	<b>14</b>  <i>(2 jrs)</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>. La loi de 1881.</li> <li>. Le respect des personnes et le droit à l'image.</li> <li>. La jurisprudence du droit de la presse.</li> <li>. Le droit de propriété intellectuelle.</li> <li>. La protection des sources.</li> <li>. L'usage d'Internet, sources et droit d'auteurs.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>. Agir dans le respect de la loi ou en maîtrisant le risque encouru.</li> <li>. Réagir aux droits de réponse ou aux menaces d'action en justice.</li> <li>. Maîtriser la relation avec les informateurs.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>. Identifier sur le terrain les situations à risque juridique.</li> <li>. Veiller au respect des règles concernant la présomption d'innocence, la diffamation, le droit à l'image et le droit d'auteur.</li> <li>. Alerter sa hiérarchie sur une infraction potentielle en cas de diffusion ou de non diffusion.</li> <li>. Interviewer l'interlocuteur compétent en matière sociale et/ou économique.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Éthique et déontologie, chartes d'entreprise</i></li> </ul>	<b>14</b>  <i>(2 jrs)</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>. Les codes et les pratiques déontologiques dans différents pays d'Europe.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>. Savoir confronter sa pratique professionnelle aux règles de l'éthique professionnelle.</li> <li>. Répondre aux questions du public sur l'éthique professionnelle et animer un débat sur le sujet.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>. Proposer des réponses structurées et argumentées aux questions éthiques et déontologiques qui se posent à une rédaction.</li> </ul>

#### 4 L'exploitation des données chiffrées et statistiques et des sondages : 2 jours

Enseignements	Nombre d'heures (indicatif)	Savoirs	Savoir-faire	Capacités
• <i>Stratégies de communication</i>	7 (1 jr)	. Les techniques et méthodes des services et institutions spécialisés dans la communication auprès de la presse.	. Être capable de décoder les messages reçus et de les décrypter selon la nature des sources.	. Eviter d'être le relais des agendas et de médias-planneurs.
• <i>Le journaliste traducteur de la complexité du monde</i>	7 (1 jr)	. Les techniques de base de la vulgarisation.	. Pouvoir expliquer de manière claire des notions complexes.	. Transmettre une information fiable et claire même quand il s'agit de messages complexes.

#### 5 Le métier dans sa dimension collective : 4 jours

Enseignements	Nombre d'heures (indicatif)	Savoirs	Savoir-faire	Capacités
• <i>Économie des entreprises de presse/ organisation des métiers de la presse</i>	14 (2 jrs)	. Les principes de l'économie des médias et les spécificités du modèle économique. . Les données juridiques et fiscales, les instances de régulation et de contrôle. . Les aides publiques. . La gestion de la production et la logistique. . Le marketing éditorial. . Les méthodes et les outils du contrôle de gestion.	. Comprendre le fonctionnement de l'entreprise de presse. . Évaluer la gestion des compétences et des moyens à tous les stades de la réalisation d'un produit journalistique. . Lire les tableaux et les indicateurs du contrôle de gestion et du contrôle budgétaire.	. Évaluer le coût et les implications économiques d'un projet ou d'une action professionnelle.

• <i>Le statut professionnel</i>	14 (2 jrs)	. Journaliste professionnel et Code du travail. . Histoire et analyse de la loi Cressard. . La carte de presse et la CCIPJ. . La composition de la profession. La convention collective, ses avenants et les bases communes du droit du travail. . La clause de conscience. . Sensibilisation au rôle de la formation tout au long de la vie dans l'évolution professionnelle.	. Répondre aux questions du public, animer ou participer à un débat sur le métier de journaliste, ses limites et ses frontières.	. Connaître et comprendre son environnement professionnel.
----------------------------------	---------------	---	--	--

### **3/ Bibliographie indicative et sélective pour le « passeport professionnel »**

3 – 1 Sur le métier de journaliste :

***Le journalisme ou le professionnalisme du flou***

Denis Ruellan P.U. de Grenoble

***Les journalistes: histoire, pratiques et enjeux***

Michel Mathien Ellipses

***L'élite journalistique et son pouvoir***

Maria Santos-Sainz Editions Apogée

***Sociologie du journalisme***

Erik Neveu La Découverte

3 – 2 Sur le public :

***Les journalistes et leur public: le grand malentendu***

Jean-Marie Charon Vuibert

***La mal-info: enquête sur les consommateurs de médias***

Denis Muzet Editions de l'Aube

***Les publics des journalistes***

Jean-Baptiste Legavre et Pascal Dauvin La Dispute

3 – 3 Sur la pratique professionnelle :

***Manuel de journalisme: écrire pour le journal***

Yves Agnès La Découverte

***Organiser sa documentation***

Christian Batifoulier et Olivia Le Sidaner Victoires Editions

***L'interview***

Edith Remond Victoires Editions

3 – 4 Sur le journalisme et internet:

***Data journalism***

Alain Joannes Editions CFPJ

***Une presse sans Gutenberg***

Jean-François Fogel et Bruno Patino Grasset

***Le journalisme après Internet***

Yannick Estienne et Erik Neveu L'Harmattan

3 – 5 Sur la critique du journalisme :

***Mauvaise presse: une sociologie compréhensive du travail journalistique et de ses critiques***

Cyril Lemieux Editions Métailié

***Pour une analyse critique des médias: le débat public en danger***

Evelyne Pintot (dir.) Editions du Croquant

3 – 6 Sur la déontologie :

***Vous dire la vérité: initiative pour un journalisme éthique***

- Aidan White  
**Médias mode d'emploi: le journaliste face à son public**  
Daniel Cornu  
**Droits et devoirs du journaliste**
- Victoires Editions  
Labor et Fides  
Edition commune ESJ/CFJ
- 3 – 7** Sur le journalisme, la justice et les faits divers :  
**Un secret si bien violé: la loi, le juge et le citoyen**  
Jean-Marie Charon et Furet Claude  
**Le journaliste, l'avocat et le juge: les coulisses d'une relation ambiguë**  
Alexandrine Civard-Racinais et Remy Rieffel
- Seuil  
L'Harmattan
- 3 – 7** Sur le journalisme et la communication :  
**La fabrication de l'information : les journalistes et l'idéologie de la communication**  
Florence Aubenas et Miguel Benasayag  
**Les médias sont-ils sous influence ?**  
Patrick Eveno  
**Storytelling : la machine à fabriquer des histoires et à formater les esprits**  
Christian Salmon
- La Découverte  
Larousse  
La Découverte
- 3 – 8** Sur le journalisme et la guerre :  
**Armes de communication massive : information de guerre en Irak 1991-2003**  
Jean-Marie Charon et Arnaud Mercier (dir.)  
**Les Nouvelles censures : dans les coulisses de la manipulation de l'information**  
Paul Moreira  
**L'information dans les conflits armés: du Golfe au Kosovo**  
Michel Mathien
- CNRS Editions  
Robert Laffont  
L'Harmattan
- 3 – 9** Sur l'éthique :  
**Journalisme et vérité: l'éthique de l'information au défi du changement médiatique**  
Daniel Cornu  
**La subjectivité journalistique**  
Cyrille Lemieux (dir.)  
**Ethique et déontologie du journalisme**  
Marc-François Bernier  
**L'arsenal de la démocratie: médias, déontologie et M\*A\*R\*S\***  
Claude-Jean Bertrand
- Labor et Fides  
Editions EHESS  
P.U. Laval  
Economica