

É

CITOYEN

CITOYENNE

AKE NEWS

JE

MIXLINFO

Un outil pratique contre les pièges médiatiques

OPINION

AVEZ-VOUS UN REGARD MULTIPLE ...



OUVERT AU MONDE

La personne informée confronte ses opinions à celles des autres. En sortant de ses préférences, elle se frotte à la diversité d'opinion. Elle multiplie ses sources et privilégie les médias professionnels pour obtenir une information vérifiée.



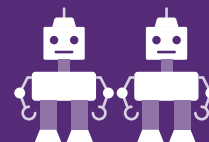
18%
des Suisses romands seulement s'appuient sur les médias imprimés pour se faire une opinion

... OU LIMITÉ?



DANS UNE BULLE

Les réseaux sociaux filtrent l'information selon vos préférences, déforment les faits et polarisent les opinions. Ils procurent alors une vision incomplète du monde, comme en monochrome.



48 mio
de comptes Twitter sont des « bots », des profils automatisés qui envoient des informations préprogrammées

MIEUX S'INFORMER

MIXLINFO est un outil pratique pour déjouer les pièges médiatiques. Alors que les fake news pullulent sur les réseaux, on ne sait plus trop différencier le vrai du faux.

L'objectif est clair: rappeler que mixer ses sources d'information permet de se forger une opinion. MIXLINFO présente la carte d'identité de quatre des principaux journaux de la région à qui nous avons posé nos questions. Ces quotidiens reconnus proposent des infos bien vérifiées.

LES JEUNES SUISSES



69%
vérifient la véracité d'une information en discutant avec leur famille



51%
utilisent chaque jour les réseaux sociaux pour s'informer



48%
se basent uniquement sur leurs propres connaissances pour reconnaître les éventuelles fake news



5h
le temps passé online au quotidien

ÉDITEUR

Nouvelle Association du Courrier (NAC), association sans but lucratif gérée par des bénévoles

LIEU

Édité à Genève
Imprimé à Satigny

ABONNÉ-E-S

8500 (papier+web)

SITE INTERNET

lecourrier.ch

LECTORAT

20 000 (journal)

LA RÉDACTION EN CHIFFRES

37 employé-e-s,
dont 21 journalistes
3,9 millions de francs
de budget annuel



LE JOURNALISME AU SERVICE DE L'HUMAIN

« Si tu ne t'occupes pas de politique, la politique s'occupera de toi. » La citation de Montalembert a deux siècles mais elle garde toute son actualité pour les animaux sociaux que nous sommes.

Comprendre le monde est notre seule chance d'agir de façon lucide plutôt que de subir les événements. C'est le cas notamment en démocratie : les choix que nous opérons détermineront le restant de nos vies. En fait, personne n'est plus légitimé à donner de la voix qu'une jeune personne !

Mais s'informer n'est pas se divertir, cela implique des sources fiables, utiles plutôt que futiles. Même si une plume de qualité ou un beau sujet peuvent nous apporter du plaisir.

Ces sources seront plurielles. Tous les journaux ont une ligne éditoriale. Les confronter permet de se faire son propre avis.

Dans ses choix éditoriaux, Le Courrier affiche une grille de lecture humaniste. Ses journalistes n'en relatent pas moins fidèlement les faits. « Seule la vérité est révolutionnaire », disait Lénine. Une autre citation pleine d'actualité.

B. P

« LES CITOYENS ONT BESOIN D'INFORMATIONS PERTINENTES, VÉRIFIÉES ET HIÉRARCHISÉES »

Benito Perez est co-rédacteur en chef du Courrier. Il répond aux questions de MIXLINFO.

Pourquoi, lorsque l'on a 20 ans, devrait-on encore lire des journaux ?

Parce que les citoyens, quel que soit leur âge, ont besoin, pour exercer et défendre leurs droits, d'informations pertinentes, vérifiées et hiérarchisées. C'est essentiel à la fabrication d'une libre opinion, un pilier fondamental de la démocratie, et d'autant plus important dans un système de démocratie semi-directe comme nous avons en Suisse.

Est-ce que l'on peut être un journal d'opinion et être objectif ?

Défendre des valeurs, des causes et des opinions n'empêche en aucun cas d'être objectif dans le traitement d'un sujet. Nous défendons la pratique d'un journalisme de fond et de qualité, qui recherche la vérité et défend l'intérêt public. Et comme le veulent les règles de la profession, Le Courrier distingue très clairement le fait du commentaire. Notre travail s'appuie toujours sur la Déclaration des devoirs et des droits du/de la journaliste.

Quels sont d'après vous les raisons du désintérêt des jeunes pour les journaux ?

Les canaux, supports et formats médiatiques se sont diversifiés et multipliés à une vitesse ahurissante au cours des 30 dernières années. De nombreux « contenus » – tenant plus souvent du divertissement ou de la promotion commerciale que de l'information – circulent désormais massivement. Les journaux « classiques » et payants ne sont ainsi pas forcément le premier choix de la majorité des jeunes à l'heure de s'informer. Mais l'étaient-ils vraiment par le passé ?



Benito Perez

Co-rédacteur en chef

DATES CLÉS

1868

Parution du 1^{er} numéro du Courrier

1980

Virage humaniste avec Pierre Dufresne à la rédaction en chef

1996

Rupture avec l'Église. Le Courrier devient totalement indépendant

2000

Le Courrier est à nouveau imprimé à Genève

2010

Début des rédactions en chef collectives

ÉDITEUR
Indépendant

LIEU
Genève

SITE INTERNET
heidi.news

LECTORAT WEB
136 000 visites en
décembre 2019
193 000 en janvier 2020

LA RÉDACTION
EN CHIFFRES
12 journalistes et
6 personnes qui font
tourner la boutique

ÂGE MOYEN DE L'ÉQUIPE
32,8 ans



HEIDI.NEWS

LISEZ-NOUS AVANT LA FIN DU MONDE

« J'ai travaillé pour six journaux dans ma vie, trois ont fermé. Je me suis dit qu'il était temps de lancer un nouveau média ! »

Quand on crée un journal ou un site (ce qui n'arrive pas tous les jours), on rêve évidemment de sortir le scoop qui va obliger Trump à quitter la Maison Blanche. Après, on se réveille et on monte une équipe pour couvrir super bien des sujets importants : la science, la santé, le climat, la tech, la culture et aussi de grands reportages. C'est ça, Heidi.news, depuis 2019. Par exemple, la révolution des toilettes : on est allé en Inde, en Chine et en Afrique où les gens cherchent comment ne pas faire caca dans l'eau potable, comme nous en Suisse. Nous avons aussi démarré un grand reportage. Et là, deux bonnes nouvelles : la première, c'est que les Suisses sont prêt-e-s (avec leurs abris atomiques et leurs potagers bio). La deuxième, c'est que pour lire cela et tout le reste, Heidi.news lance une offre à prix libre pour les jeunes. Jusqu'à 26 ans, vous pourrez payer ce que vous voulez pour l'abonnement : 2 francs, 10 francs, 100 francs – et même zéro, on ne vous en voudra pas.

S. M

« SI LE PRODUIT EST GRATUIT, LE PRODUIT C'EST VOUS »

Serge Michel est directeur éditorial d'Heidi.news. Il répond aux questions de MIXLINFO.

Est-ce que payer pour l'information est vraiment un gage de qualité ?

Comme journaliste, j'ai tenté de vivre dans les endroits les moins chers de la terre, en Iran, en Afghanistan, en Afrique, etc. J'essaie aussi de me nourrir essentiellement de spaghettis M-Budget. Mais rien à faire, j'ai quand même besoin d'un petit salaire, ne serait-ce que pour varier les sauces, et aller sur le terrain. Donc le média pour lequel je travaille a besoin de revenus.

D'où peuvent venir ces revenus ? Trois possibilités. Soit ce sont les lecteurs, avec un abonnement volontaire, soit ce sont les lecteurs, avec la redevance, une sorte d'impôt obligatoire (mais ça, c'est réservé à la RTS), soit c'est la publicité. Et là, si le produit est gratuit, comme 20minutes ou comme Facebook, c'est que le produit, c'est vous ! On espionne vos données, on influence votre consommation. Franchement, je préfère le pacte de confiance entre le lecteur et le journaliste, qui passe par l'abonnement.

Qu'est ce qui fait un bon sujet d'article ?

Il répond à des questions qu'on se pose, il nous apprend quelque chose qu'on ne sait pas, il révèle ce que certains veulent cacher.

Est-ce que la presse n'est pas en décalage avec les nouvelles manières de consommer l'info ?

Quoi ? Vous dites que les jeunes ne sont plus d'accord de passer une heure par jour dans un fauteuil, devant la cheminée, à lire les longs articles du journal tout en fumant la pipe préparée par Nestor, le domestique ? Mais alors, on va faire quoi ? On ne va quand même pas leur fournir des informations concises et utiles sur leur combiné téléphonique portatif, ou bien ?



Serge Michel
Directeur éditorial

DATES CLÉS

2016
1^{er} brainstorming
dans un café

2017
Création d'un groupe
Slack

2018
1^{er} million (de francs) réuni
pour embaucher l'équipe

2019
Le site Heidi.news est
lancé ainsi que la newsletter
« Le Point du jour »

2020
Après sciences, climat
et santé, on lance le flow
culture

INFO OU INTOX ?

Aujourd'hui, l'approche constructive des médias professionnels est bouleversée par les réseaux sociaux qui brouillent la frontière entre l'information et le mensonge.

AN 1000
BOUCHE-À-OREILLE



Sur la place du village, les informations ne peuvent pas être vérifiées. L'obscurantisme et les croyances dominent.

XX^E SIÈCLE
INFORMATIONS SOURCÉES



Les informations fiables prennent le dessus grâce aux enquêtes menées avec déontologie par les médias professionnels. Ces derniers travaillent en vérifiant leurs sources et engagent leur responsabilité.

AUJOURD'HUI
BROUHAHA



Les réseaux sociaux diffusent tout et n'importe quoi. Les informations fiables sont diluées dans toutes sortes de rumeurs et de manipulations, amplifiées par les algorithmes.

LES SOURCES D'INFORMATION DES JEUNES*

- 1 Conversation avec la famille et des amis (72%)
- 2 Articles publiés sur les réseaux sociaux (59%)
- 3 Portraits vidéo (49%)
- 4 Moteurs de recherche (35%)
- 5 Émission diffusées à la radio (31%)

*nés après 1997

LEXIQUE

Bulles de filtre

Sur les réseaux sociaux, des algorithmes trient automatiquement des contenus en fonction des préférences de l'utilisateur-trice.

Fake news

Fausse nouvelles volontairement diffusées pour manipuler l'opinion en jouant sur les émotions, la peur et le doute.

Clickbait (piège à clic)

Articles et liens provocateurs ou choquants qui incitent à cliquer pour influencer l'internaute.

ÉDITEUR

Le Temps SA (Genève)
Ringier Axel Springer
(Zurich)

LIEU

Rédaction, Lausanne

TIRAGE

33 508 exemplaires

SITE INTERNET

letemps.ch

LECTORAT WEB

1,4 millions de visites
uniques du site par mois

LA RÉDACTION
EN CHIFFRES

70 journalistes dans des
bureaux à Lausanne,
Genève, Berne, Zurich,
Sion, Paris et New York

LE TEMPS, PLUS QU'UN
JOURNAL

Le quotidien a développé une stratégie web et une politique d'événements très active ces cinq dernières années pour toujours servir un journalisme de qualité.

Il n'y a jamais eu autant d'informations à disposition. Dans un tel moment de saturation, la presse voit son utilité plus que jamais réaffirmée. Aux réseaux sociaux et à la balade sur internet doit se substituer la lecture d'au moins un titre de presse pour toute personne qui souhaite être un-e citoyen-ne décent-e, un-e consommateur-trice averti-e et une personne agile dans ses choix et ses réflexions. Les nouvelles générations n'ont pas toujours les codes des médias traditionnels. C'est à nous, journalistes, de se réinventer pour parler aux publics émergents. Relais internet efficaces, production de vidéos et d'infographies animées, nouvelle grammaire visuelle mais aussi organisation d'événements doivent permettre aux plus jeunes d'entrer dans le territoire de l'information avec les codes qui leur sont familiers. C'est ce que nous faisons au Temps, pour vous.

S. B-G

« NOUS AVONS DONNÉ UNE GRANDE
PLACE AUX JEUNES »

Stéphane Benoit-Godet est rédacteur en chef du Temps. Il répond aux questions de MIXLINFO.

Les journaux parlent d'indépendance, mais quel est leur rapport à l'argent ?

Nous sommes traditionnellement ouverts au monde de l'économie et acquis à l'économie de marché. Nous sommes persuadés que le libéralisme, dans sa composante économique comme politique, peut nous permettre de régler les problèmes actuels, comme le réchauffement climatique.

La société évolue, mais est-ce vraiment le cas des journaux ?

Un journal comme Le Temps a beaucoup évolué depuis sa création, notamment du fait de ses nouvelles expressions, web, vidéo mais aussi de la création en 2019 d'un spectacle de journalisme. Cette production a obtenu un grand succès lors d'une tournée dans toute la Suisse romande, que nous referons cette année.

N'avez-vous pas l'impression que l'on interviewe rarement des jeunes ?

Nous avons donné une grande place aux jeunes dans nos diverses opérations éditoriales, notamment lors de la création d'un numéro spécial climat en mai 2019 où ils et elles intervenaient à titre de «caisse de résonance». Nous avons une bonne proportion de jeunes blogueurs et bloggeuses et nous créons des événements qu'ils leurs sont plus spécifiquement destinés: Forum Imagine sur la créativité à la HEAD, Game Jam à la rédaction, nombreuses visites de rédactions par des classes et des écoles. Du point de vue rédactionnel, nous avons régulièrement l'occasion de leur donner la parole, en page Der du Temps (portrait) ou pour des sujets en page.



Stéphane Benoit-Godet

Rédacteur en chef

DATES
CLÉS

1998

Naissance lors de la fusion du Journal de Genève et du Nouveau Quotidien

2015

Nouvelle formule de l'édition papier, du site et lancement des événements

2016

Récompense internationale à Washington pour la stratégie numérique du titre

2018

20 ans du Temps avec une nouvelle charte éditoriale

2020

Lancement du Temps Afrique

ÉDITEUR

Tamedia Publications romandes – Tribune de Genève

LIEU

Genève

TIRAGE

31 282 exemplaires

SITE INTERNET

tdg.ch

LECTORAT

99 000 (journal)
612 000 utilisateur-trice-s
uniques/mois sur le web

LA RÉDACTION
EN CHIFFRES

80 personnes au total
(avec la rédaction),
dont 50 à la rédaction
genevoise



DATES
CLÉS

1^{er} février 1879

Premier numéro. La Tribune paraît le soir et compte 4 pages

1894

Tirée à 30 000 exemplaires, la TdG est le 2^e journal après le Tagi

1971

La TdG est le 1^{er} quotidien du pays à abandonner l'impression au plomb

1991

La Tribune est rachetée par le groupe Edipresse, après un conflit social

2011

Le groupe zurichois Tamedia rachète La Tribune de Genève

UN MÉDIA LOCAL
RÉINVENTÉ

La Tribune a entamé sa révolution digitale pour offrir, dans des formats renouvelés, les informations essentielles sur la région.

Les médias sont-ils encore capables d'intéresser les jeunes? Oui, à condition de fournir à leurs lectrices et lecteurs une information utile. Un média local comme la Tribune joue ce rôle en proposant des informations fouillées sur la société genevoise, sur les événements culturels d'ici, sur la vie économique, politique et sportive de la région.

La Tribune se réinvente totalement. En transférant son offre du papier au mobile et en questionnant sans cesse ses formats. En prenant conscience que la nouvelle génération veut s'engager, être utile, comprendre le monde. Au moment où vous accédez à une nouvelle étape de votre vie, la Tribune de Genève souhaite vous accompagner en vous proposant les informations essentielles dans un format attractif.

F. J

« LA RECONNAISSANCE CLAIRE DES ERREURS EST
INDISPENSABLE POUR CONSERVER LA CONFIANCE
DU PUBLIC »

Frédéric Julliard est rédacteur en chef de la Tribune de Genève. Il répond aux questions de MIXLINFO.

Les journalistes ne sont-ils pas trop près du pouvoir?

Les politicien-ne-s jouent souvent le jeu de la confiance, de la proximité, pour en tirer un bénéfice politique: fuites organisées, scoops « offerts » à un média, SMS... Aux journalistes et à la rédaction de fixer clairement les limites. Un bon exemple est le fait que la Tribune a révélé l'affaire Maudet, alors que celui-ci était au sommet de sa popularité et jouait avec beaucoup d'adresse de sa proximité (intéressée) avec les journalistes.

Quelle est la place de l'erreur dans vos contenus?

Lorsqu'une erreur se produit malgré nos nombreuses vérifications, elle fait l'objet d'un rectificatif. La reconnaissance claire des erreurs est indispensable pour conserver la confiance du public. Le système repose sur le fait que les journalistes détestent devoir écrire un rectificatif! Ils et elles ont intérêt à vérifier les faits pour éviter ce moment de honte. Le web et la

concurrence poussent à vouloir publier plus vite. La Tribune s'efforce de résister à cette course de vitesse, car la solidité des informations justifie que notre média soit payant.

Comment faites-vous pour prendre en compte les réalités des jeunes?

En tant que principal journal genevois, nous sommes en permanence à l'écoute des grandes tendances de la société d'ici. La réalité des jeunes en fait partie. Nous en parlons à travers des sujets de société, sur l'école, le monde de la nuit, le climat, la culture, la musique, etc. Nous avons une page chaque semaine appelée « Nouvelle Vague » qui traite des passions et interrogations de la jeune génération. Nous développons la lecture sur mobile et les réseaux sociaux afin de suivre les jeunes dans leurs modes de consommation de l'information.



Frédéric Julliard
Rédacteur en chef

UNE INFORMATION DE QUALITÉ POUR UN VOTE ÉCLAIRÉ

Information et formation de l'opinion, une combinaison essentielle au bon fonctionnement de la démocratie.

Vous faites partie de la génération Z et êtes défini-e-s comme une génération collaborative, confiante, créative et connectée... Connecté-e-s, il est certain que vous l'êtes, notamment grâce à votre smartphone, véritable extension de vous-même qui vous garantit d'accéder en tout temps à une information quasi illimitée.

Mais ce flot ininterrompu d'informations n'est pas sans risque. L'actualité récente a montré à quel point la propagation de fake news ou d'informations manipulées, notamment via les réseaux sociaux, pouvait interférer dans les processus démocratiques.

J'ai conscience que votre génération se caractérise également par sa rapidité de pensée et d'action, mais en tant que futures citoyen-ne-s ultra-connecté-e-s, je vous encourage à prendre le temps de vous renseigner afin de fonder vos opinions sur la base d'informations de qualité.

Votre engagement éclairé garantit l'avenir de nos démocraties.



Michèle Righetti
Chancelière d'État

INSUFFLER NOS RÉALITÉS

La jeunesse est souvent dépeinte comme une entité unie, qui ne s'intéresse pas à la politique, qui passe son temps sur les réseaux sociaux. Mais il est en notre pouvoir de changer cette image.

A travers les médias, chacun peut toucher directement la population et ses opinions. Convincez un journaliste de parler d'un jeune engagé ou d'une jeune sportive, et de ne pas le présenter comme une exception, mais plutôt comme un exemple parmi d'autres d'une jeunesse plurielle, pleine d'énergie, qui s'implique dans des centres d'intérêt tout aussi variés, et alors un pan entier de la population remettra en question son éternel cliché sur « les jeunes ».

Alors ne négligeons pas le rôle central qu'ont les médias dans notre société, et tâchons de faire de notre mieux pour que notre réalité, nos idées et nos envies soient mises en avant à travers ceux-ci, pour que nos rêves participent aussi à la construction du monde de demain.



Lara Atassi
Présidente du
Parlement
des jeunes
genevois

MIXER L'INFO POUR COMBATTRE L'INFOX

La démocratie est sans doute ce que nous avons de plus précieux. C'est ce qui nous permet de faire société et, surtout, de donner notre avis. C'est aussi la base de notre liberté. La démocratie et ses règles protègent les minorités, combattent l'arbitraire et la loi du plus fort.

En Suisse, il est vrai que nous avons de la chance. Notre système fonctionne plutôt bien, il est envié à travers le monde. C'est une réussite collective puisque la démocratie appartient au peuple tout entier, à chacun et à chacun de nous, en définitive.

Notre système politique recherche en permanence un équilibre. Parfois compliqué à trouver, cet équilibre repose sur des électrices et des électeurs bien informé-e-s, qui ont la capacité de se prononcer en toute connaissance de cause. Les citoyen-ne-s ont une responsabilité, celle d'être attentif à ce qui se passe; surtout d'être critique par rapport au flot d'informations disponibles. Mais pour cela, il est essentiel d'avoir accès à des analyses fiables, vérifiées et mises dans leur contexte.

Aujourd'hui, pour se forger une opinion, les sources d'informations sont multiples mais ne sont pas de qualité égale. Un tweet de quelques dizaines de signes ou une galerie de photos, n'ont pas la même valeur qu'une enquête approfondie. Le journalisme, même s'il n'est pas parfait, est basé sur des règles qui lui imposent une forme d'équilibre entre différentes sources.

MIXLINFO ne vous dit pas comment être un-e bon-ne citoyen-ne, mais il donne quelques clés pour construire sa propre opinion.

Genève, capitale des droits humains, a toujours été un espace de débats où le journalisme a pu apporter ce qu'il a de meilleur. MIXLINFO propose également de faire connaissance avec les principaux titres de presse écrite de la région. Il encourage surtout à diversifier les sources d'informations pour que votre opinion soit bien la vôtre et que personne ne vous prive de votre droit de penser en toute indépendance.

L'objectif est clair, et vous concerne vous, les jeunes, au premier chef: que vous puissiez faire de ce pays, de ce canton, de cette ville, des lieux de dialogue où vos choix et votre esprit critique seront pris en compte pour construire l'avenir.



Sami Kanaan
Conseiller administratif,
en charge du
Département de la
culture et du sport



Esther Alder
Vice-présidente, en
charge du Département
de la cohésion sociale
et de la solidarité

ACTUALIT

PRESSE

SCOOP

FA

POLITIQUE

JEUNES

RÉSEAUX

Une publication du Département de la culture
et du sport (DCS)

Direction éditoriale Guillaume Renevey, DCS
Textes Esther Alder, Lara Atassi, Stéphane
Benoit-Godet, Frédéric Julliard, Sami Kanaan,
Serge Michel, Benito Perez, Michèle Righetti.
Graphisme Large Network, Genève
Impression Ville de Genève

Tirage 1500 exemplaires
Distribué à l'occasion des Promotions citoyennes

MIXLINFO a été réalisé en collaboration avec Large Network.
Visitez sa librairie:

large /kiosk magazines indépendants
et livres d'actualité

environnement
évolutions sociales
design

large/kiosk
18, rue plantamour
1201 Genève

lu. -ve. 10h-19h
sa. 10h-18h

largenetwork.com/kiosk
#largekiosk

geneve.ch/mixlinfo