



Journaliste



Les journalistes recueillent les informations, les trient, les vérifient et les décryptent avant de les mettre en forme et de les diffuser. Travaillant pour des médias variés dans le respect de la déontologie du métier, ces spécialistes de l'actualité cumulent des compétences techniques et narratives. Ils font preuve de créativité pour s'adresser à leurs différents publics.

Qualités requises

Je fais preuve de curiosité intellectuelle et de créativité

Attentifs à l'actualité, les journalistes creusent les sujets et vérifient les informations, toujours à l'affût d'un scoop. Ils cherchent des façons originales d'atteindre leur public en proposant de nouveaux formats ou en adoptant des angles inédits.

J'ai un talent pour la communication et une bonne capacité relationnelle

Les journalistes maîtrisent les techniques d'entretien et de narration que sont l'interview, l'enquête, le reportage ou le compte rendu. Ils savent mettre leurs interlocuteurs en confiance.

Je témoigne d'une excellente capacité de synthèse

Dans les médias classiques, le nombre de signes ou le temps d'antenne sont comptés. L'avènement des médias sociaux a changé la donne; rédiger des textes clairs et concis reste toutefois l'objectif des journalistes.

Je suis une personne résistante au stress

L'actualité ne s'arrête jamais et dicte le rythme de travail des journalistes qui sont confrontés aux délais rédactionnels, parfois très courts, et aux exigences de la production.

J'apprécie le travail d'équipe

En rédaction, les journalistes collaborent avec leurs collègues de l'information et de la communication. Au montage, le choix des images est l'objet d'un dialogue entre journalistes et techniciens image.

✓ Les journalistes réfléchissent aux titres et à leurs variantes selon le support.

Formation

En Suisse romande, la formation de journaliste s'effectue en emploi ou à l'université.

Formation en emploi

Lieu

Lausanne, Centre de formation au journalisme et aux médias (CFJM)

Durée

2 ans de stage en rédaction comprenant 10 semaines de cours-blocs

Conditions d'admission

- Emploi/stage à 80-100% dans un média ou statut de stagiaire journaliste libre avec au minimum deux médias reconnus comme clients réguliers.
- Pas de titre spécifique exigé. Les employeurs appliquent leurs propres critères d'engagement (test de culture générale et de rédaction; concours pour la RTS).

La plupart des stagiaires ont suivi une formation universitaire.

Contenu

- Formation à la pratique du métier et acquisition des bases de la démarche journalistique
- Connaissances méthodologiques, historiques, juridiques, déontologiques et pratiques
- Formation aux principaux supports de diffusion et de narration (texte, son, vidéo, réseaux sociaux, outils Web), etc.

Titre délivré

Diplôme de journaliste permettant l'inscription au Registre suisse des professionnels des médias (RP)

Formation universitaire

Lieu

Université de Neuchâtel, Académie du journalisme et des médias (AJM)

Durée

2 ans incluant 2 stages indemnisés de 8 semaines

Conditions d'admission

- Bachelor universitaire ou équivalent
- Dossier d'admission, dont la réalisation d'un article sur un sujet imposé
- Entretien éventuel

Contenu

- Théorie: méthodologie, droit, déontologie, sociologie, histoire, médiatisation de la science, etc.
- Pratique: écritures, techniques et genres journalistiques pour les supports écrits, audio, vidéo et numériques, reportage
- Nouvelles pratiques: datajournalisme, narrations interactives, etc.

Titre délivré

Master of Arts en journalisme et communication, orientations Journalisme ou Journalisme innovant (co-diplomation avec l'Université de Louvain/Belgique)

Remarque: après une année de stage dans un média (au lieu de deux), les personnes titulaires du Master en journalisme de l'AJM peuvent s'inscrire au RP.

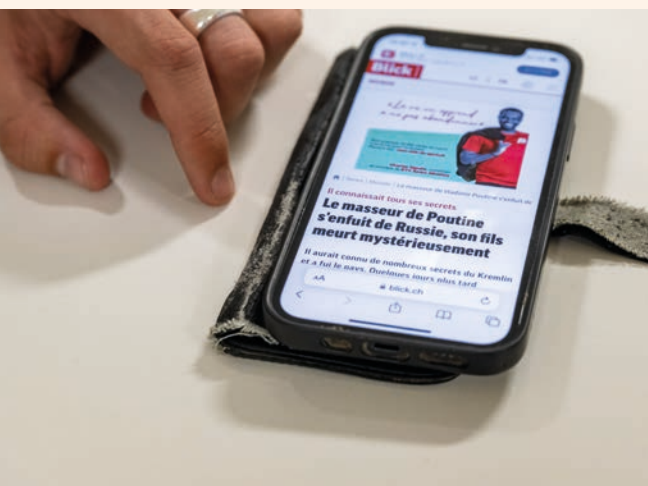
Formation continue

Quelques possibilités:

Cours: offres de perfectionnement proposées par les écoles et les instituts de formation, par exemple en motion design, podcast, éthique, datajournalisme, etc.

Postgrades HES ou universitaires: Certificate of Advanced Studies (CAS) en création et gestion de contenus numériques, en Brand Journalism & Corporate Storytelling (en allemand), en innovation dans le journalisme (en allemand)

Doctorat: thèse en sciences du journalisme, de la communication et des médias





◀ Boris Busslinger rédige en tout lieu, entre deux rendez-vous ou en route pour un reportage.

«Nous sentons ce qui est dans l'air du temps»

Établi à Zurich, Boris Busslinger travaille pour la rubrique Suisse du quotidien Le Temps. Sa mission? Raconter la Suisse alémanique aux Romands.

Gare de Lausanne, une fin d'après-midi de novembre. Entre deux trains, Boris Busslinger finalise un article sur les plaintes environnementales contre la FIFA à propos de la Coupe du monde de football au Qatar. Le délai d'envoi à la production est court. Installé avec son ordinateur portable dans un restaurant proche de la gare, l'un de ses «bureaux préférés», le journaliste passe un coup de fil au rédacteur en chef de la rubrique Suisse du quotidien pour discuter de points sensibles.

Curieux du monde

Grand lecteur de journaux et abonné aux réseaux sociaux, Boris Busslinger s'est lancé dans des études internationales et de droit international. «La diplomatie m'intéressait», précise-t-il.

▼ En interview, le journaliste sait mettre ses interlocuteurs à l'aise.



Lors d'un emploi temporaire à Oslo, en Norvège, il réalise cependant que cela ne lui correspond pas et envisage alors le journalisme. «En 2017, j'ai obtenu un stage d'été au Temps. Je me suis accroché et j'y suis encore. Depuis, je me suis rendu dans tous les cantons alémaniques pour raconter cette Suisse-là aux Romands. Les votations, les élections, le WEF, le portrait politique des cantons alémaniques, tout m'intéresse.»

Lors des séances de rédaction quotidiennes organisées en ligne, Boris Busslinger et ses collègues préparent l'édition du lendemain: «Les thèmes proposés sont variés: politique, société, sport, culture, etc.» Parfois, un sujet est développé sous plusieurs angles dans des rubriques différentes: «L'effet de la guerre sur les gens (International) et sur les arts (Culture), le Conseil fédéral et les sanctions économiques (Suisse). Nous sentons ce qui est dans l'air du temps», explique le journaliste.

Composer avec l'imprévu

Mais l'actualité n'est pas toujours prévisible et le métier fait avec: des événements bousculent souvent le quotidien des médias, par exemple l'attaque du Capitole à Washington, la chute de Kaboul en Afghanistan ou la pandémie de Covid. Les journalistes s'organisent au jour le jour, mais cette relative liberté s'incline devant les délais de production.

Boris Busslinger
31 ans, bachelor en relations internationales, master en droit international, stage RP et diplôme de journaliste CFJM, correspondant du Temps en Suisse alémanique



«Quand il faut terminer un article pour l'édition du lendemain et qu'il est déjà 19 heures, on ne lâche pas tout pour aller au fitness!», sourit Boris Busslinger, qui travaille sur plusieurs sujets en parallèle: «L'investissement n'est pas le même pour un compte rendu de conférence ou pour un reportage. Cela varie aussi quand les collègues sont en vacances.»

Pour une enquête, la recherche d'informations prend du temps: «Il faut compter avec les déplacements et les interviews, épilucher les documents, vérifier les sources et le contenu.» Boris Busslinger a à cœur de rédiger des articles intelligibles pour tous les lecteurs, tout en assurant la qualité rédactionnelle: «Personnellement, le style m'importe beaucoup.»

Organisation et anticipation

Entre gestion d'équipe, reportages sur le terrain et présentation mensuelle du 19:30, Hannah Schlaepfer cumule les responsabilités.

Chaque matin, les séances de rédaction s'enchaînent pour Hannah Schlaepfer. Les sujets sont passés en revue avec les journalistes du bureau de Fribourg d'abord, puis avec ceux des rédactions régionales, et enfin avec les chefs de rubriques et des bureaux régionaux. «Ensuite, on se lance dans des recherches, on passe des coups de fil», explique la journaliste. Fascinée par la télévision, Hannah Schlaepfer y travaille depuis la fin de son stage RP. «C'est une belle mission de service public. Les sujets sont variés, même si certains reviennent régulièrement», apprécie la journaliste polyvalente qui gère le bureau de la RTS à Fribourg et réalise des reportages. «Quelques semaines par année, je remplace les présentateurs titulaires au 19:30», ajoute-t-elle.

Présentatrice du TJ

C'est à la suite d'une émission spéciale invitant les jeunes journalistes à réaliser le TJ (téléjournal) de A à Z qu'Hannah Schlaepfer a été engagée comme remplaçante, d'abord pour le 12:45 l'été. «De fil en aiguille, j'ai présenté le 19:30. J'ai évidemment toujours le trac avant le TJ. C'est un sentiment assez effrayant, mais l'adrénaline finit par prendre le dessus

quand la caméra s'allume, et le trac passe au second plan.» Au siège de la RTS à Genève, où elle se rend dix à douze fois par année, la journaliste rédige, synthétise les infos et prépare les interviews. «La construction d'un journal télévisé n'est pas l'œuvre du présentateur vedette comme on peut le fantasmer parfois. Les choix éditoriaux sont discutés collectivement.» À l'antenne, Hannah Schlaepfer lit son texte sur un prompteur. «Certains sujets demandent beaucoup de temps de préparation et font l'objet de trois minutes à l'antenne. C'est parfois frustrant», constate la journaliste.

Répondre aux besoins du public

Avec sa double casquette de responsable d'un bureau régional et de



▲ En reportage, Hannah Schlaepfer n'est pas toujours accompagnée par un cameraman: pour faire de la télévision, il faut savoir filmer.

journaliste, Hannah Schlaepfer est à la fois dans l'action et dans la réflexion. «La télévision a un côté vintage, mais je crois que l'on peut être moderne à l'écran. Il faut à la fois se projeter dans le futur et répondre aux besoins du public. Par exemple, la RTS a lancé une émission sur Instagram qui reprend les infos majeures du TJ pour toucher les utilisateurs des réseaux sociaux. La force de la télévision, c'est l'image. L'originalité dépend beaucoup de nous», lance-t-elle avant de partir en



▲ Le montage du reportage et le choix des images sont le fruit d'un travail d'équipe.



Hannah Schlaepfer

29 ans, bachelor en sciences politiques, master en journalisme, stage RP, journaliste-reporter d'images à la RTS, responsable du bureau de Fribourg, présentatrice du téléjournal

tournage à l'occasion du Black Friday. En reportage, Hannah Schlaepfer est soit accompagnée d'un cameraman, soit en solo en tant que journaliste-reporter d'images, le cœur de son métier. «Certains sujets sont sensibles, difficiles à traiter à la télévision», relève la journaliste. «Il faut trouver des personnes prêtes à témoigner devant la caméra. On passe beaucoup de temps à prendre des contacts.»



Pure Player

Écrire pour le Web

Antoine Hürlimann

27 ans, stage RP et diplôme de journaliste CFJM, certificat de spécialiste en réseaux sociaux et communautés CFJM, journaliste à blick.ch, Investigative Lab

«J'aime bien la provocation, la polémique, la politique et l'investigation», sourit Antoine Hürlimann. Pigiste pour plusieurs médias après l'interruption de ses études en sciences politiques, il est entré «par la fenêtre» dans le métier. «J'ai été repéré par le quotidien 24 heures, où j'ai pu faire mon stage RP.» Puis son intérêt pour le Pure Player l'a conduit à participer au lancement de blick.ch.

Deux rendez-vous rythment son quotidien au siège lausannois du média en ligne: la séance de rédaction du matin et la réunion de lancement de la newsletter qui reprend cinq articles-clés parus dans la journée et dont le commentaire est assumé à tour de rôle par l'équipe rédactionnelle.

Trouver le bon angle

L'objectif de blick.ch est de publier ce qui ne l'a pas encore été dans d'autres médias. «Le rythme de l'actualité est stimulant, mais nous devons être sûrs de ce que nous publions et prendre le temps d'entretenir notre réseau et nos sources. Nous sommes aussi tributaires de nos interlocuteurs.»

Le journaliste rédige ses articles en respectant la ligne éditoriale de Blick: «Par exemple, l'usage des points d'exclamation. Nous assumons d'être populaire.» Ses textes sont relus et commentés par un collègue. Pour la hiérarchisation des articles et les publications sur les réseaux sociaux, il collabore avec un spécialiste du numérique et une Community Manager.

Attentif à l'air du temps, Antoine Hürlimann vit l'évolution du journalisme narratif incarné par Blick et les médias jeunes: «La question est: comment se mettre en scène tout en servant le sujet? Nous personifions nos contenus, écrivons à la première personne. Cela s'apprend.»



Radio régionale **Face au micro**

Marceline Michon
27 ans, bachelor en sciences politiques, master en journalisme, stage RP, journaliste à Radio Fréquence Jura (RFJ), présentatrice de La Matinale

«Nous vivons un moment excitant», se réjouit Marceline Michon. Les élections au Conseil fédéral sont suivies de près, en particulier dans le canton du Jura dont est originaire la candidate socialiste qui deviendra de fait la première conseillère fédérale de ce jeune canton. Chargée de La Matinale un mois sur deux en alternance avec son collègue, Marceline Michon est à l'antenne de RFJ ce matin dès 6 heures.

Suivant le conducteur préparé dès la veille et finalisé à l'aube, la journaliste cède la parole à des invités venus commenter les chances de l'équipe suisse de football au Mondial. Après le flash info assumé par son collègue, Marceline Michon reprend le micro. «Notre force, c'est l'information régionale. Pour le national et l'international, notre source est notamment l'agence de presse ATS, dont nous reprenons souvent les dépêches telles quelles.»

Une part d'improvisation

«Comme média généraliste, nous abordons tous les sujets: sport, politique, événements régionaux, etc. Mais, en dehors des grosses actualités que nous devons traiter, le choix est laissé à notre sensibilité. Il y a une part d'improvisation pendant La Matinale.» À la rédaction depuis 3h30 du matin pour pouvoir lancer l'émission à 6 heures, Marceline Michon est loin d'avoir terminé sa journée.

«Après la séance de rédaction de 9 heures, je vais préparer des textes pour le site Internet et pour les réseaux sociaux, puis les mettre en ligne. Je termine habituellement ma journée de travail à 12h30, mais demain est une journée spéciale: je vais me rendre à Berne dès ce soir pour suivre les élections fédérales.»



✓ **Dématérialisation** Travailler n'importe où? C'est possible avec les nouveaux moyens de communication. Les journalistes en tirent profit à l'avantage de l'information.



^ **Multimédia**

Les frontières entre les médias s'estompent: l'écriture est au cœur du métier de journaliste, mais travailler pour les médias exige aussi des compétences techniques.

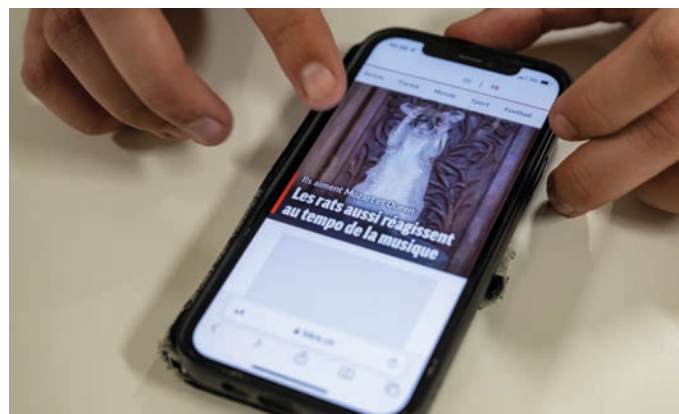


> **Développer de nouveaux formats** Les journalistes imaginent de nouveaux formats pour atteindre leur public, par exemple en privilégiant les informations locales.



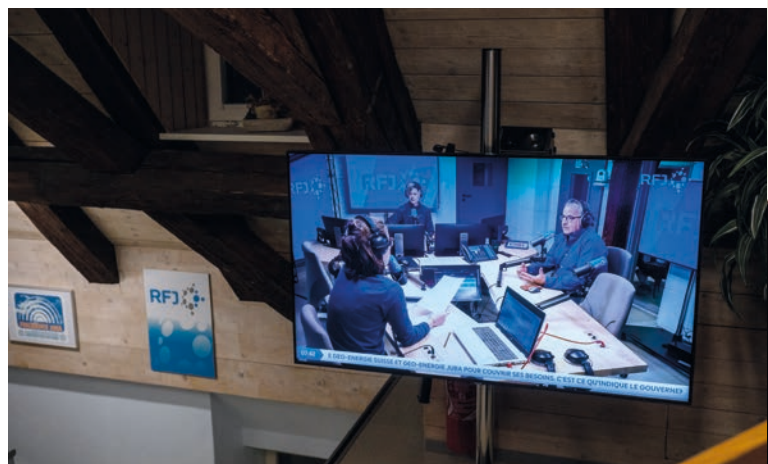
^ **Trouver les bons interlocuteurs** Les témoignages assoient l'information. Les journalistes passent beaucoup de temps à rechercher des interlocuteurs et des personnes prêtes à témoigner.

✓ **Stratégie** Plus encore que dans la presse écrite, le titre des articles en ligne est soigneusement réfléchi: comment écrire un titre qui se distingue dans les moteurs de recherche?



◀ **Séance de rédaction** En ligne ou au cœur de la rédaction d'un média, la séance de rédaction permet de faire le tour de l'actualité et de préparer les prochaines éditions.

✓ **En direct** À la radio et à la télévision, les journalistes travaillent en équipe et en direct. La technique de studio doit être parfaitement maîtrisée pour assurer une émission de qualité.



^ **Son et image** Les émissions d'information à la radio sont filmées, les images récupérées pour les réseaux sociaux et le site Internet de la radio. Les journalistes savent combiner les médias pour toucher tous les publics.



Marché du travail

Aujourd'hui, les journalistes sont en concurrence avec n'importe qui. Tout le monde peut publier n'importe quoi sur le Web ou par le biais des réseaux sociaux. Aussi la force des journalistes est-elle plus que jamais la capacité de trier, de vérifier, de faire la part du vrai et du faux, de décrypter, d'analyser, de commenter, de séparer le fait de l'opinion.

Les médias sous pression

L'Office fédéral de la statistique recense près de 12 000 journalistes en Suisse. Ce chiffre est en diminution depuis plusieurs années, en particulier dans la presse écrite. La chute des revenus publicitaires et le changement des habitudes de consommation des médias affectent les rédactions de médias, qui en sont tributaires.

Dans ce contexte économique défavorable, l'intérêt pour le métier de journaliste ne faiblit pourtant pas: chaque année, une soixantaine de nouveaux titulaires d'une carte de presse entrent sur le marché du travail en Suisse romande, formés à parts égales au Centre de formation au journalisme et aux médias (CFJM) et à l'Académie du journalisme et des médias (AJM) de l'Université de Neuchâtel.

Polyvalence et créativité

Les journalistes vivent le basculement vers la diffusion en ligne sur les sites et les réseaux sociaux. L'essor du numérique

les oblige à redéfinir leur rôle dans un monde où tout un chacun peut publier du contenu sur Internet. La frontière entre les médias s'estompe: les contenus de la presse écrite sont également et parfois prioritairement diffusés en ligne, les émissions d'information radio sont filmées et diffusées sur les réseaux sociaux. La formation s'est adaptée à l'ère du journalisme narratif: les futurs journalistes se perfectionnent dans les différentes narrations et acquièrent des compétences techniques qui se développeront ensuite dans le média employeur. Alors que les médias classiques organisent l'information par rubriques (Suisse, International, Culture, Sport, etc.), la tendance est à une approche globale de l'actualité avec des variations d'angle, dans le respect de la ligne éditoriale du média.

Toutes sortes d'employeurs

La gamme des médias s'élargit, offrant autant de possibilités d'emploi aux journalistes RP: presse généraliste et spécialisée (quotidiens gratuits ou payants, hebdomadaires, mensuels et autres périodiques), agences de presse, radios et télévisions publiques ou privées, sites d'information en ligne (Pure Player, ou déclinaisons sur les supports numériques et réseaux sociaux des médias), nouveaux médias et nouveaux formats (podcasts, datajournalisme, capsules spécifiques selon le réseau social et le public).

✓ Le journalisme est tributaire des sources de financement des médias.



Adresses utiles

www.orientation.ch, pour toutes les questions concernant les places d'apprentissage, les professions et les formations

www.cfjm.ch, Centre de formation au journalisme et aux médias (CFJM), Lausanne

www.unine/ajm, Académie du journalisme et des médias (AJM), Université de Neuchâtel

www.impresum.ch, Association professionnelle des journalistes suisses Impresum

www.ssm-site.ch/fr, Syndicat suisse des mass médias (SSM)

www.orientation.ch/salaire, informations sur les salaires

✓ Les journalistes observent le monde: tout sujet peut servir à alimenter une publication.



Impresum

1^{re} édition 2023
© 2023 CSFO, Berne. Tous droits réservés.

Édition:

Centre suisse de services Formation professionnelle | orientation professionnelle, universitaire et de carrière CSFO
CSFO Éditions, www.csfo.ch, editions@csfo.ch
Le CSFO est une institution de la CDIP.

Enquête et rédaction: Corinne Giroud, Lausanne **Relecture:** Marc-Henri Jobin, CFJM; Nathalie Pignard-Cheyne, AJM; Marianne Gattiker, Saint-Aubin-Sauges **Photos:** Thierry Porchet, Yvonand **Graphisme:** Eclipse Studios, Schaffhouse **Mise en page et impression:** Haller + Jenzer, Berthoud

Diffusion, service client:

CSFO Distribution, Industriestrasse 1, 3052 Zollikofen
Tél. 0848 999 002, distribution@csfo.ch, www.shop.csfo.ch

N° d'article: FE2-3142 (1 exemplaire), FB2-3142 (paquet de 50 exemplaires).

Nous remercions toutes les personnes et les entreprises qui ont participé à l'élaboration de ce document. Produit avec le soutien du SEFRI.