



INFODOC

Vous souhaitez recevoir
INFODOC dans votre
messagerie ? Merci de
communiquer votre adresse
électronique à
b.rigotard@clemi.org ou
c.pacaud@clemi.org

Mars 2010

**Bulletin électronique réalisé
par le Centre de documentation
du CLEMI national**

AGENDA

Les Rencontres de l'Orme, ou Orme2.10 se dérouleront les 31 mars et 1^{er} avril 2010, à Marseille. Thématique développée cette année : « S'informer à l'heure du numérique : une question d'experts ? Savoirs, compétences, stratégies ».

<http://www.orme-multimedia.org/r2010/>

Le 10 mars, de 9 h à 13 h, conférences et débats organisés par le Forum Retz-*Sciences Humaines* sur « **Le numérique va-t-il bouleverser les pratiques pédagogiques ?** » (Grand Amphi de l'ENSAM, 155, bd de l'Hôpital. 75013 Paris).

http://www.editions-retz.com/docnotices/notice1_1453_RETZ%20AFFICHE_BD.pdf

Elliot Erwitt, Personal Best, jusqu'au 4 avril à la MEP (Maison européenne de la photographie. 75004).

http://www.mep-fr.org/actu_1.htm

L'édition 2010 des **Photographiques** aura lieu au Mans, du 6 au 28 mars.

<http://www.photographiques.org/>

« **La publicité au secours des grandes causes** », exposition au Musée de la publicité (75001), jusqu'au 9 mai 2010.

<http://www.lesartsdecoratifs.fr/francais/publicite/accueil-93/une-95/francais/publicite/expositions-96/actuellement-504/la-publicite-au-secours-des/>

La Fabrique des images, jusqu'au 17 juillet 2011, au Musée du Quai Branly.

www.quaibrantly.fr

Eloge du négatif : les débuts de la photographie sur papier en Italie (1846-1862), au Petit Palais (75008), jusqu'au 2 mai 2010. Détails et informations techniques sur :

http://www.paris.fr/portail/Culture/Portal.lut?page_id=6228&document_type_id=2&document_id=78047&portlet_id=14049

Versailles photographié. 1850-2010, au Château de Versailles, jusqu'au 25 avril.

<http://www.chateauversailles.fr/les-actualites-du-domaine/evenements/evenements/expositions/versailles-photographie-1850-2009->

ACTUALITE CLEMI

- **XXI^{ème} Semaine de la presse et des médias dans l'école**, du 22 au 27 mars 2010.

C OUP DE P ROJECTEUR S UR...

L'humour dans les médias et la publicité

La Croix du 3 mars 2010 titre à la Une : « L'empire de la dérision », et consacre un dossier de trois pages au sujet sous le titre : « La dérision, rire salubre ou mal ravageur ? ». Par ailleurs, *Stratégies* a publié le 25 février dernier, un numéro spécial LOL (laughing out loud ; en français, « mort de rire » ou MDR). Il est consacré à l'humour dans le marketing, la publicité et les médias. Au-delà de la ligne éditoriale de ce dossier qui affiche un optimisme résolu, cette thématique, assez peu traitée, mérite qu'on en présente ci-dessous les différentes déclinaisons. On trouve donc, entre autres, au sommaire du magazine *Stratégies* :

- **Un sondage sur les humoristes préférés des Français** et une interview d'Anne Roumanoff (arrivée en tête) qui aborde notamment l'humour politique.
A lire également un classement des humoristes selon les cibles : sexe, âge, profession, opinion politique.
Dans la rubrique « Tendances », un article illustre le succès du « stand-up », un genre où le comique s'adresse directement au public, à la première personne. On trouve également des articles sur Stéphane Guillon (*France Inter*) ou sur le dernier sketch contesté d'Action discrète diffusé le 13 février dernier sur *Canal+*.
- **Une revue en images des campagnes de publicité** qui utilisent le ressort de l'humour (p.14-15, « Marques en vue ») : humour grinçant, fausses pistes, comique de situation, humour absurde, humour potache, parodie, détournement sont ainsi illustrés.
- **L'humour dans les médias**
A découvrir en page 6, l'article de Bernard Petitjean intitulé : « L'humour, un outil sous-utilisé du marketing des médias » qui pose la problématique.

Le dossier central de ce numéro est consacré à l'audiovisuel : sous le titre « Du rire à l'antenne », François Jost, professeur à Paris III et Olivier Mongin, auteur de l'ouvrage « De quoi rions-nous, la société et ses comiques » (Plon), dressent un état des lieux des nouvelles formes de comique dans les médias.

D'autres articles s'intéressent au mélange des genres « information » et « chronique humoristique », aux différentes émissions de comiques en bande (sur le modèle historique des Grosses Têtes, émission lancée sur *RTL* en 1977), ou aux deux médias voués entièrement au comique (la radio *Rires et chansons* et la chaîne *Comédie*).

A lire aussi :

- un article sur la technique de la **caméra cachée** « globalement rentable » et une interview de Sébastien Cauet qui déclare : « la limite de l'humour, c'est l'audience ».
- un article intitulé « La presse satirique grimace » montre que cette presse hebdomadaire marque le pas à cause de la crise.

- **Humour et internet**

« Le rire viral prend du galon » : Anne-Lise Carlo analyse la spécificité de l'humour sur Internet, celui qui crée le buzz autour de certaines publicités. « Manié avec succès, le rire viral devient une communication très efficace. Mais, attention, le verdict du Web est souvent sans appel, et quasi immédiat », écrit-elle en conclusion.

- **L'humour et la politique**

« La politique entre bourde et bon mot » : « Les partis et les hommes politiques utilisent l'humour pour faire parler d'eux. Un jeu risqué », écrit Catherine Leitus dans cet article.

D'autres références sur la thématique de l'humour

- *La Croix* du 03/03/2010 propose un dossier intitulé : « **La dérision, rire salutaire ou mal ravageur ?** », et aborde notamment la question de la diffamation, de l'injure et du blasphème. Le journal publie également un panorama des différentes personnalités épinglées par les humoristes sous le titre : « **Quand l'humour s'avère plus méchant que bête** ».

- **Le rire d'hier et d'aujourd'hui.** *Le Monde*, 27/12/2009.
Macha Séry, du service Télévisions au *Monde*, dresse un bref tableau historique du rire et de son évolution depuis l'Antiquité... jusqu'à nos jours, avec son omniprésence dans les médias. Elle met en valeur la rupture dans l'ordre social que crée l'humour à travers la parodie, le calembour ou, plus récemment, la mystification.
- **Les batailles de vanes, vous connaissez ?** Article de Vincent Mongaillard, dans *Le Parisien* du 25/02/2010.
Présentation d'un phénomène venu des Etats-Unis, les batailles de vanes qui ont lieu dans les cités. « C'est comme un combat de boxe. Mais au lieu de se battre avec les poings, on se bat avec les mots », explique un des participants. En prime, un « Petit florilège » de vanes...
- **« Le physique, ça fait toujours rire ! ».** Interview d'Issa Doumba, dans *Le Parisien* du 25/02/2010.
Issa Dumba, humoriste, explique l'art de la vanne et de la contre-vanne, ainsi que les risques de dérapage.
- **Bousculade sur le créneau des hebdomadaires satiriques.** Augustin Scalbert, *Rue89*, 23/09/2009.
<http://www.rue89.com/2009/09/23/grosse-bousculade-sur-le-creneau-des-hebdomadaires-satiriques>
- **Pub décalée?** Chronique de la médiatrice du journal *Le Monde*, Véronique Maurus, le 06/06/2009.
- **Vive le rire contre les dogmatismes !** Article de Michel Erman, dans *Le Monde* du 07/02/2007.
Dans le prolongement de l'affaire des caricatures de Mahomet et du procès de Charlie-Hebdo, le linguiste Michel Erman s'efforce de définir la caricature et ses effets de sens, en rapport avec la liberté d'expression.
- **Le caneton Bakchich se déchaîne.** Article de Frédérique Roussel dans *Libération* du 11/12/2007.
<http://www.ecrans.fr/Le-caneton-Bakchich-se-dechaine,2776.html>
- Site de l'EIRIS (Equipe interdisciplinaire de recherche sur l'image satirique) :
<http://www.eiris.eu/>
- **Quand la pub se rit de la crise :** sur LeJournalduNet, présentation de 7 publicités (spots et affiches) qui utilisent le ressort de l'humour pour faire passer le message.
<http://www.journaldunet.com/management/communication//selection/quand-la-publicite-se-rie-de-la-crise/quand-la-pub-se-rie-de-la-crise.shtml>

(Dossier conçu par Bruno Rigotard)

DANS LA BASE DOCUMENTAIRE, CE MOIS-CI...

Trois thématiques, parmi d'autres, présentes dans la base documentaire :

- **Manipulation, dérapages, truquage de l'information et décodage**

Le vidéaste amateur, truqueur ou reporter ? (*Stratégies*, 11/02/2010)

Régionales et internet : la tentation trash (*Libération*, 13/02/2010)

Denis Bertrand : décodeur malin du langage (*Le Monde*, 14/02/2010)

L'Assemblée nationale bondée alors qu'elle est presque vide : TF1 récidive (*L'Actu*, 18/02/2010)

Les JT très amateurs d'images amateurs (*Télérama.fr*, 21/02/2010)

Comment la télé nous manipule (*L'Express*, 25/02/2010)

- **Les réseaux sociaux...**

- Comme outils journalistiques ?

Les stars du journalisme en bref (*Bakchich*, 17/02/2010)

Pour l'AFP tweeter n'est plus jouer (*Bakchich*, 23/02/2010)

Cinq journalistes seuls face au net (*Le Parisien*, 06/02/2010)

« Huis clos sur le net » enfermé dans ses clichés (*Libération*, 08/02/2010)

- Intégrés à la panoplie de la communication personnelle

Le courrier électronique (*Libération*, 08/02/2010)

Les ados privilégient Facebook et délaissent les blogs (*Le Figaro*, 08/02/2010)

Le réseau se diffuse partout tel un spray (*Libération*, 09/02/2010)

Blogs : le tweet au top, le post peste (*Libération*, 17/02/2010)

- **Portraits :**

Yann Barthès, grand discret du petit écran (*Paris-Match*, 11/02/2010)

Ouest-France : Hutin, maître après Dieu (*L'Express*, 04/02/2010)

Retrouvez ces thématiques, et l'ensemble des articles saisis, en consultant la base en ligne dans la rubrique « Centre de documentation » sur www.clemi.org.

Dans la presse et les revues

Technikart publie dans son numéro de février un dossier intitulé « La dictature du **Buzz** ».

Sous le titre *Le Mensuel*, le journal *Le Monde* a lancé début février un... mensuel reprenant les **articles les meilleurs** du quotidien et de ses suppléments.

Le numéro 1 de *Mégapolis*, bimestriel de l'Ile-de-France, est sorti en kiosque et en librairie. Prix : 3€. Son objectif est de traiter l'actualité du **Grand Paris**, sur le support papier et sur son site :

<http://www.megalopolismag.com/>

Parution le 19 mars d'un nouvel hebdomadaire du groupe Lagardère, *Be*, **magazine féminin** haut de gamme.

« Les aventures de Toutoureporter » sur le quotidien d'un **anti-héros journaliste** par Morvandiau sont accessibles, en ligne, sur le site de *Bakchich* :

<http://www.bakchich.info/Les-aventures-de-Toutou-Reporter,09418.html>

L'Est Républicain vient d'adopter une **nouvelle formule** : format plus petit et projet éditorial valorisant l'information de proximité. Public visé : les 35-45 ans.

Dans la presse jeunesse

L'Actu du 4 février nous propose un article sur le concours de plaidoiries de lycéens pour les droits de l'homme qui a lieu, comme chaque année, au **Mémorial de Caen**.

Mon Quotidien et *l'Actu* du 15 février consacrent la totalité de leur journal à un **Spécial Photos**.

A l'occasion de la **Journée internationale des enfants soldats**, le *JDE (Journal des Enfants)* du 11 février présente un dossier intitulé : « Son arme n'est pas un jouet ».

D'après la dernière **étude de Médiamétrie (Kids TV Report)** menée en Europe, les jeunes Italiens (4-14 ans) sont les premiers à regarder la télévision, avec 2h36 par jour. Les jeunes Français la regardent 2h10, et les Allemands... 1h28.

Le professeur Gamberge, petit personnage animé qui explique la **politique** aux enfants, reprend du service à 8h30 sur *France 3*, au moment des élections régionales, du 13 au 19 mars. En 2010, une collection de petits livres expliquant l'actualité aux enfants devrait aussi voir le jour chez Gallimard (*Le Parisien*, 01/03/2010).

Télévision

« The Bubble » (ou « La Bulle ») est une nouvelle émission humoristique de la *BBC*. Le principe est d'isoler trois célébrités pendant quatre jours, sans **source d'information**, et de leur présenter ensuite des faits d'actualité mêlés à d'autres informations inventées. A eux de déterminer leur véracité.

Deux étudiantes (journalisme, histoire) sont restées enfermées dans les Cévennes pendant quatre jours avec, comme seule **source d'information**, les journaux télévisés de 13h et 20h de *TF1*, *France 2*, *France 3* et *M6*. Le bilan de cette expérience est en ligne sur le site d'information LeCourant.info :

<http://www.lecourant.info/spip.php?article2675>

« La télévision peut-elle encore éduquer ? », telle est la question autour de laquelle ont débattu Patrick Bloche et Simone Harari le 26 février, dans le cadre des Controverses du progrès. A lire sur le site de *Libération* et / ou à écouter sur celui de *France culture* :

<http://www.liberation.fr/medias/0101621496-la-televison-peut-elle-encore-eduquer>

<http://sites.radiofrance.fr/chaines/france-culture2/emissions/controverses/>

Documentaire

Diffusion sur *Arte*, le 09/02/2010, du documentaire de Ted Anspach, « Les effroyables imposteurs », portant sur les dérives et **rumeurs** circulant sur internet, puis reprises par les médias traditionnels.

« A Short film about war » est un documentaire bâti uniquement à partir d'images et de témoignages glanés sur le web (« desktop documentary »). A gauche de l'écran, les images ; à droite, les sources (adresses url, blogs, dates de téléchargement, pays...) pour chacune

d'entre elles. Les artistes anglais Thompson & Craighead en sont les auteurs.

<http://ecrans.fr/La-guerre-en-eclats-tout-net,9308.html>

Diffusion le 17 mars 2010 sur *France 2* du documentaire « Le jeu de la mort », de Christophe Nick filmant des participants à un **jeu télévisé** fictif basé sur l'expérience menée par Milgram dans les années 60 (soumission aveugle de l'individu à une autorité).

Une plateforme met en ligne des documentaires (**politiques** et **polémiques**) qu'il est possible de visionner gratuitement et légalement : Freedocumentaries.org.

www.freedocumentaries.org

Lancement d'une plate-forme de **webdocumentaires** par la chaîne franco-allemande, depuis le 22 février : Arte Webdocs.

<http://webdocs.arte.tv>

Son

A signaler dans *La Croix* du 20/02/2010 un article intitulé : « La télévision s'écoute aussi », sur **l'identité et les ambiances sonores** développées, parallèlement à l'image, par les chaînes de télévision.

Sites

Un site de **photojournalistes** :

www.mediastorm.org

Images

Pour ses 20 ans, **Photoshop** lance un concours ouvert aux designers, graphistes, photographes. Renseignements sur :

<http://www.20ansphotoshop.com/#/home>

Michael Dell, fondateur de la société informatique Dell, vient d'acquérir 185 000 tirages (de 1930 à 2003) mis en vente par l'**agence Magnum**. Ce fonds sera consultable à Austin (Texas).

Le World Press Photo 2009 a été attribué le 12 février 2010 à Pietro Masturzo pour une photographie prise à Téhéran le 24 juin 2009.

http://www.worldpressphoto.org/index.php?option=com_content&task=view&id=1789&Itemid=50&bandwidth=high

Vu dans la presse...

Une photographie du **Che** par René Burri de l'agence Magnum (*Le Monde*, 06/02/2010, p. 22).

Une campagne de **publicité** en noir et blanc pour *Le Monde* : le journal y est représenté sous forme de brique, de tube de lait condensé...

Des photographies inédites du **11 Septembre**, prises d'un hélicoptère, dans *Le Parisien* du 11/02/2010, p.14.

La photographie d'**Anita Ekberg** un arc à la main, venant de tirer une flèche sur le photographe italien Felice Quinto, en octobre 1960. Ce dernier, modèle de Fellini pour le personnage de « Paparazzo » dans *La Dolce Vita*, vient de mourir (*Le Monde*, 14/02/2010).

Photographies de papous par **Salgado** dans *Paris-Match* du 11/02/2010.

Des visuels issus du dossier de presse de la campagne lancée par **Droit des non-fumeurs** assimilant visuellement la cigarette à une fellation (en Une du *Parisien* du 23/02/2010).

Publicité

Une étude menée par l'ARPP (Autorité de régulation professionnelle de la publicité) et la DGLFF (Délégation générale à la langue française et aux langues de France) sur la **publicité et la langue française** met en évidence une catégorie de publicités (12% des messages) qui, sans être en infraction, ont néanmoins une coloration non francophone (du fait du nom du produit, de la musique...).

http://www.arpp-pub.org/IMG/pdf/bilan_2009_new_logo-3.pdf

Christine Kelly du CSA se félicite, au terme d'un an, du bilan de la **charte alimentaire** signée pour 5 ans, avec les professionnels de santé et les chaînes de télévision pour lutter, entre autres, contre l'obésité chez les jeunes :

http://www.dgmic.culture.gouv.fr/article.php3?id_article=1508

Cinéma

Le 3 mars, au Forum des images, à 19h30, master class des frères **Dardenne** :

<http://www.forumdesimages.fr/fdi/L-Academie/La-Master-class>

Allociné, le site de bandes-annonces, projette de lancer courant 2010 un **chaîne de télévision** sur des supports non hertziens, consacrée au cinéma.

Livres, édition

Le dossier de mars-avril de la revue Books : « Internet contre la démocratie ? ». 5, 90 €.

« Le blasphème en procès 1984-2009 : l’Eglise et la Mosquée contre les libertés », de Jean Boulègue. Editions Nova, 222 p., 18 €.

Les reportages de **Joseph Kessel** vont reparaître en poche chez Taillandier (collection « Texto »). Deux tomes, sur les cinq au total sortiront en 2010.

L’Onisep a publié, dans la collection « Parcours », un numéro sur « Les métiers du journalisme, de la communication et de la documentation ». (Janvier 2010, 12€).

http://www.onisep.fr/onisep-portail/portal/media-type/html/group/gp/page/interieur.espace.librairie.rechercheProduitDetail/js_peid/LibrairieDetailProduit?id=730

DVD

Morceaux de conversations avec **Jean-Luc Godard**, par Alain Fleischer. Editions Montparnasse, coffret de 4 DVD, 40 €.

<http://www.editionsmontparnasse.fr/jlg/>

Rapports, études

Une étude de l’université du Kent, menée par David Zeitlyn, indique que les 15-24 ans préfèrent nettement au mail, des échanges en ligne plus rapides, comme le chat, et communiquer avec des groupes sur Facebook ou à l’aide de Twitter.

Le rapport commandé par Pierre Louette à Frédéric Filloux, « Pérenniser l’Agence France-Presse », est en ligne sur le site de l’Acrimed.

Extrait : « [...] la dépêche est plate, aride, unidimensionnelle. Alors qu’elle pourrait rediriger le lecteur vers le formidable corpus documentaire de l’Agence, la dépêche est un document inerte dont l’interface a l’attractivité du Télétex des années 1970. La dépêche d’Agence tire sa légitimité de sa fiabilité. Un attribut précieux, certes, mais qui est devenu insuffisant. » (P. 22)

Parmi les 14 propositions rendues publiques par François Fillon le 8 février, dans le cadre du débat autour de la question de l'identité nationale, mention d'un « carnet du jeune citoyen » retraçant les « actions civiques » des élèves et leurs réflexions « nourries de lectures de la presse, de réactions à l'actualité ». Voir l'article de *Libération* du 9 février 2010.

<http://www.liberation.fr/societe/0101618208-des-mesures-tres-scolaires>

B.O. et J.O.

Une circulaire intitulée « Favoriser l'accès de tous les lycéens à la culture » publiée dans le B.O. spécial n°1 du 4 février 2010, comporte un paragraphe consacré à **l'éducation aux médias** :

<http://education.gouv.fr/cid50473/mene1002846c.html>

Les programmes des classes préparatoires au **CAP** sont parus au B.O. du 25/02/2010.

*L*angage(s) et *M*OTS A SUIVRE

Interrobang (ou **point exclamatoire**) : signe de ponctuation hybride mélangeant le signe interrogatif et le signe exclamatif ; créé en 1962 par un publicitaire américain, il traduit le « ah oui ?! », le « hein ?! », et reviendrait sur les rangs. (Voir *Rue89*, « L'interobang ?! Mais c'est quoi d'abord ce truc ? », 02/02/2010)

Le **Sarcmark** : inventé à partir de l'anglais « sarcasm », ce signe de ponctuation serait l'équivalent d'un « **point d'ironie** ». Il est constitué d'une spirale contenant un point et peut être téléchargé moyennant finances. (Voir *Libération* du 30/01/2010, « Indispensable signe du sarcasme »)

Freemium : contraction de « free » (gratuit) et « premium » (haut de gamme). Il s'agit d'un modèle mélangeant des accès gratuits en ligne et une offre payante. (Cf. *AFP* du 11/02/2010 : « Les sites des quotidiens tablent sur le Freemium, mélange gratuit/payant »)

Revue de mots

« De la télé-réalité à la **télé-ritualité** » : titre d'un article d'Yves Collard, dans « La réalité si je mens : analyse critique de la télé-réalité ». (Média animations, 2009)

« Construisez une communauté autour de votre nom, votre marque, faites du **personal branding** ». (Propos d'un professeur de l'université de Columbia à des étudiants en journalisme, rapportés dans *Télérama* du 10/02/2010, p. 39)

Avec les difficultés de Toyota, le mot **toyautisme** a fait surface dans la presse, pour désigner un modèle désormais reconsidéré...

La circulaire du 25/02/2010 du Ministre de l'éducation nationale sur l'organisation de l'année de stage des enseignants recrutés en 2010 parle de « **formation continuée** »...

A lire : « **Comment Internet forge son langage** », article de Jeanne Bordeau, dans *Stratégies* du 04/02/2010.

Dans la série « Bons titres », on relève celui du *Parisien* du 26/02/2010 : « **Faim de lecture ? Lisez bio !** ». « Bio » comme « biographies » dont une liste de titres est fournie dans l'article...

O N (VOUS) EN PARLE

Orléans TV sera une **chaîne d'information sans journaliste** : l'idée du nouveau propriétaire, pour réduire les coûts est d'exploiter Internet et la syndication. De plus, les journalistes seront remplacés par des particuliers souhaitant passer à la télévision. (*Libération*, 23/02/2010, p. 27)

Le groupe **Renault** vient de lancer sa propre chaîne de télévision en France (sur *CanalSat*) et en Grande-Bretagne (sur *Sky Guide*), pour assurer la promotion de la marque : *Renault TV*.

Le fondateur de l'agence **Capa**, Hervé Chabalier, cède la majorité de ses parts à l'homme d'affaire Fabrice Larue qui détient 60% du capital. Hervé Chabalier restera directeur exécutif pendant deux années encore.

La société Endemol France vient de se doter d'une « **Charte déontologique** ». Parmi les huit membres ayant élaboré ce document, Etienne Mougeotte, Christine Albanel, Michèle Cotta, Elisabeth Badinter, Louis Schweitzer.

http://www.endemol.fr/charte_deontologique_endemol.pdf

Le **groupe M6** annonce la création d'une fondation d'entreprise centrée sur le mécénat en milieu carcéral.

Assus, fabricant de mini-PC lance à son tour une **tablette**. Viewsonic et PC MSI devraient suivre. Sony annonce qu'il a les moyens d'en produire une et Google fait circuler sur Internet un prototype. (Voir *Les Echos*, 15/02/2010 : « Le pionnier du mini-PC Assus lance sa tablette »)

Les Editions Gallimard proposent, dans un logiciel intégré à la console Nitendo DS, une sélection de 100 classiques numérisés de la **littérature française**, avec appareil critique, portrait de l'auteur et introduction pour chaque titre.

Le gratuit *Metro* a lancé depuis le 10 février *Metroreporter*, qui permet de publier, contre rémunération, les **photos d'amateurs** avec des tarifs s'échelonnant de 70 € (une du quotidien) à 10 € (photo sur le site web) !

<http://metroreporter.metrofrance.com/fr/comment-vendre-photos-videos/5-raisons.html>

Petite revue de presse sur l'Ipad :

Le Monde, 14/02/2010 : « L'Ipad une nouvelle chance pour les acteurs du livre ? » ;

Stratégies du 04/02/2010 : « Accueil critique pour l'Ipad d'Apple » ;

Le Parisien du 02/02/2010 : « L'Ipad suscite aussi des critiques » ;

Les Echos du 03/02/2010 : « Un sondage prédit le succès de l'IPad » ;

Le Monde du 28/01/2010 : « Enthousiasme mitigé pour la tablette Apple » ;

Le Monde du 29/01/2010 : « « La tablette » suscite de grands espoirs pour la presse » ;

Les Echos du 29/01/2010 : « La tablette d'Apple va devoir créer son marché ».

O N (VOUS) EN REPARLERA

Depuis le 11 février 2010, les chaînes de télévision doivent se doter d'un sous-titrage complet pour les **sourds et malentendants** (voir *Le Parisien* du 12/02/2010, « La télé s'ouvre aux sourds »).

La CNIL lance un site intitulé « Je publie, je réfléchis » à destination des jeunes, pour les sensibiliser à la gestion de leurs **données personnelles** :

<http://www.jepublicjereflechis.net/>

Depuis le 8 février, *RTL* a ouvert un site qui permet aux internautes de diffuser **vidéos et photographies**, avec éventuellement vente aux autres médias et utilisation des témoignages à l'antenne.

<http://temoins.rtl.fr/>

A partir de mars, le réalisateur Vincent Garenq va adapter au cinéma le livre d'Alain Marécaux, « Chronique de mon erreur judiciaire », autour de **l'affaire d'Outreau**. Dans ce film, « Présumé coupable », Philippe Torreton interprétera le rôle de l'huissier.

Le réalisateur Declan Donnellan entend adapter « Bel ami », de Guy de Maupassant qui met en scène le **journaliste** Georges Duroy.

Ari Folman tourne la suite de « Valse avec Bachir ».

E CHOS O O O O O O O O O...!

Arte a diffusé le 9 février « Huit journalistes en colère », un **documentaire** de Denis Jeanbar. Durée : 40 min.

<http://www.arte.tv/fr/semaine/244,broadcastingNum=1117003,day=4,week=6,year=2010.html>

Suite au Coup de projecteur sur la **BD reportage** (cf. *Infodoc*, février 2010), à lire : le livre de Joseph Ghosn « Roman graphique : 101 propositions de lectures des années soixante à deux mille » (éditions Le Mot et le Reste). A écouter, le diaporama sonore de Médiapart où Joseph Ghosn commente une sélection de dix titres.

P OUR LE PLAISIR

Parution d'un coffret de 21 DVD réunissant 22 films d'**Eric Rohmer** chez Opening. Autour de 75 €.

La BDIC (Bibliothèque de documentation internationale contemporaine) a constitué un dossier pédagogique sur la Première guerre mondiale ; on peut y consulter des **journaux de tranchées**, publiés dès 1914.

http://www.bdic.fr/index.php?option=com_content&view=article&id=199:accueil&catid=173:1ere-guerre-mondiale&Itemid=249

Q UELQUES PHRASES ... AU HASARD DE LA PRESSE

« Prenez un Macbook Air et un Ipod, laissez-les faire un enfant...vous obtiendrez l'Ipad qui, comme tout enfant, a ses qualités et ses défauts (...) ».

(Propos d'un internaute cité par *Le Parisien* du 02/02/2010 dans un article intitulé « L'Ipad suscite aussi des critiques »)

« Salinger a dit que, quand les gens le reconnaissent, ils agissent de façon étrange dans l'espoir qu'il écrive sur eux ».

(Propos du photographe Antony di Gesu, cité par *Le Monde* du 07/02/2010)

« Chaque article deviendra une véritable page d'accueil ».

(Remarque de Philippe Jannet à propos de l'évolution du site *Lemonde.fr*. citée dans *Les Echos* du 10/02/2010)

« Je dis souvent que je suis un photographe avec un hobby, qui est la photographie ».

(Propos d'Elliot Erwitt, interviewé dans *Le Monde* du 11/02/2010, p. 19)

« Votre œil est subjugué, surexcité et il jouit d'autant plus intensément que votre tête est mise au dodo ».

(Analyse du film « Avatar » par le psychanalyste Jacques-Alain Miller, dans *Le Point* du 18/02/2010, p. 64)

« La fonction de leur téléphone que les jeunes utilisent le moins est la conversation ».

(*Le Monde magazine* du 20/02/2010, « Internet non stop, drogue dure des teens », p. 8)

« Actuellement, faire un quotidien, c'est faire de la haute couture. Six cents personnes travaillent pendant vingt-quatre heures pour sortir un produit extrêmement fini dont la durée de vie est limitée ».

(Propos de Marie-Odile Amaury interviewée dans *Le Point* du 25/02/2010, p. 84)

« Je suis préoccupé par la question de la lecture approfondie. Alors que tout le monde regarde ces appareils instantanés, on passe moins de temps à lire d'autres formes de littérature, des magazines, etc. »

(Déclaration d'Eric Schmidt, patron de Google dans *La Croix* du 02/02/2010)

« L'ère de méfiance qu'ont connue les médias dans les années 1990 n'est pas l'expression d'une première crise que ces professionnels traversent. Il suffit par exemple de lire Balzac pour constater que les reproches adressés aux journalistes ne datent pas d'aujourd'hui. »

(Barbara Fontar dans le dossier « Critiquer les médias ? » de la revue *Mouvements*, janvier-mars 2010)

INFODOC est réalisé par l'équipe de la documentation du Clemi national, Bruno Rigotard, Christophe Pacaud et Faouzia Cherifi. Il est téléchargeable sur le site du Clemi, <http://www.clemi.org/fr/centre-de-documentation/infodoc/>