

CORRIGÉ

séance n°4

LE SCOOP À TOUT PRIX

Manuel page 219

1. a) Le directeur du journal recherche des histoires d'amour, des faits divers insolites, et a une préférence pour les histoires qui peuvent durer longtemps. En fait, les informations importantes et authentiques ne l'intéressent pas : il cherche à vendre un maximum de journaux, en faisant un « scoop », une nouvelle que les autres journaux n'auront pas.
b) Selon la rumeur, une créature étrange circulerait dans les égouts. C'est une information qui peut faire sensation, donc stimuler les ventes : il veut obtenir ce « scoop ».
2. Il faut « que le premier imbécile venu » puisse comprendre sans effort : cela montre que le directeur et ses journalistes méprisent leurs lecteurs, ce sont des gens selon eux crédules et ignorants.
3. Il offre tout ce qu'ils veulent à boire aux ouvriers, il leur donne de l'argent pour qu'ils acceptent ses demandes : avec ces méthodes, les personnes interrogées ne vont pas être objectives, elles vont être prêtes à raconter ce que le journaliste veut entendre pour qu'il continue à leur offrir à boire ou à les payer.
4. a) Il note les expressions les plus frappantes pour les reprendre dans son article.
b) Le journaliste fait ces commentaires parce que les informations recueillies sont assez croustillantes et sensationnelles pour attirer l'attention du public. Mais ils ne sont pas adaptés : normalement, il devrait vérifier ces propos à la vraisemblance douteuse, et il semble avoir l'intention de les rapporter comme si c'était vrai.

BILAN

Ce texte fait la critique d'une certaine forme de journalisme, celui de ce qu'on appelle « la **presse à sensations** », dont **l'objectif est purement commercial** (vendre le plus de journaux possible) ; l'information n'est alors plus un objectif, mais elle devient un outil pour vendre. C'est pour cela que les méthodes employées sont peu scrupuleuses, et peu importe que les informations soient vraies ou fausses.

Il faut comprendre qu'il existe implicitement dans cet extrait une comparaison avec ce qu'est ou ce que devrait être le « **vrai** » **journalisme** : la recherche d'informations authentiques qui ont une réelle importance, qui sont fiables parce qu'elles ont été vérifiées, et **qui s'adresse au public comme à des gens capables de réfléchir et soucieux de comprendre le monde qui les entoure...** un journalisme qui ne prend pas ses lecteurs pour des « imbéciles ».