

FONDAMENTAUX DU JOURNALISME ET INFORMATION DE PROXIMITÉ



Table des matières

■ Avertissement	3	2 - Accès aux intervenants	15
■ Sigles et acronymes	4	3 - Rôles et missions du journaliste correspondant	17
■ Les auteurs	5	4 - Rapports du journaliste correspondant avec les rédactions centrales (siège)	20
■ Introduction	7	■ Chapitre 3 : Le rôle du journaliste dans la communauté locale.....	24
■ Chapitre 1 : les fondamentaux du journalisme..	8	1 - Profil du journaliste correspondant	25
1 - La précision	12	2 - Qu'est-ce que l'actualité ?	26
2 - La neutralité	12	3 - Comment obtenir les informations ?	27
3 - L'honnêteté	12	4 - Points clés lors de l'écriture des articles	37
4 - L'intégrité	12	5 - Les sources	38
■ Chapitre 2 : L'information de proximité	13	6 - Comment traiter avec les chiffres	39
1 - Principes de la proximité : proximité géo- graphique et proximité affective	13	7 - Questions d'éthique	42
		Charte mondiale d'éthique des journalistes(FIJ)..	42
		■ Annexe	46
		Focus groups du PAMT en régions	46
		Webographie	50

AVERTISSEMENT

Ce guide a été élaboré dans le cadre du Programme d'appui aux médias tunisiens (PAMT-MediaUp) de l'Union européenne, géré et mis en œuvre par le Centre africain de perfectionnement de journalistes et communicateurs (CAPJC), bénéficiant de l'assistance technique du consortium mené par Particip et comprenant France Médias Monde, Deutsche Welle, Ansa et Article 19 Tunisie.

Son contenu relève de la seule responsabilité de ses auteurs et n'engage ainsi en rien l'Union européenne, ses Etats membres, le CAPJC ou les différents membres du consortium.

Les auteurs tiennent ici à remercier sincèrement l'ensemble des interlocuteurs rencontrés pour leur disponibilité et la qualité de leurs contributions.

Ils s'excusent par avance de toute erreur qui, malgré leur vigilance, pourrait encore s'être glissée dans ce guide.

Il faut préciser enfin que le masculin est utilisé dans ce document de manière générique, sans discrimination de genre et dans le seul but d'alléger le texte.

- ▶ Mise en page : Smartic: www.smartictunisie.com / Tél (+216) 50 620 849
- ▶ Traductions en arabe : MM. Mohamed Ali Habachi, Lotfi Arfaoui, Ali Jelliti.

SIGLES ET ACRONYMES

CAPJC	:	Centre africain de perfectionnement des journalistes et communicateurs
CTLP	:	Centre de Tunis pour la liberté de la presse
ETAP	:	Entreprise tunisienne d'activités pétrolière
FIJ	:	Fédération internationale des journalistes
HAICA	:	Haute autorité indépendante de la communication audiovisuelle
PAMT	:	Programme d'appui aux médias en Tunisie (également libellé MediaUp)
ONG	:	Organisation non gouvernementale
ONU	:	Organisation des Nations unies
SNJT	:	Syndicat national des journalistes tunisiens
STEG	:	Société tunisienne de l'électricité et du gaz
UE	:	Union européenne

Docteur en sciences politiques et en information et communication, diplômé de la faculté de droit et des sciences politiques et de l'Institut de presse et des sciences de l'information de Tunis.

Il est journaliste et consultant dans le domaine de la communication et de l'information avec plus de 15 ans d'expérience auprès de plusieurs organisations internationales tels que le Conseil de l'Europe, le Programme des Nations unies pour le développement, le Bureau international du travail, la Fédération internationale des journalistes, la Coopération suisse en Tunisie, etc.

Walid Hayouni s'est spécialisé dans les nouveaux médias et a soutenu sa thèse intitulée « La déontologie des nouveaux médias : représentations, contextes et pratiques ».

Formateur professionnel senior, il a assuré plusieurs sessions de formation en journalisme et en communication, notamment sur le journalisme de proximité et citoyen, la communication associative et institutionnelle, le web journalisme, le data journalisme, les nouvelles narrations journalistiques, le « mobile journalisme » et la déontologie journalistique.

Spécialiste de la communication, il a participé à l'élaboration de la stratégie nationale de bonne gouvernance et de lutte contre la corruption et la stratégie nationale de lutte contre le travail des enfants en Tunisie.

Depuis 2016, il est membre du comité de communication de la stratégie nationale de bonne gouvernance et de lutte contre la corruption.

Il est également enseignant chercheur à l'Institut de presse et des sciences de l'information de Tunis et à l'Université européenne de Tunis, et a publié plusieurs articles scientifiques sur les médias.

Walid Hayouni a reçu de nombreux certificats des Nations unies, d'Al Jazeera, de la Friedrich Naumann Academy et de l'Institut pratique de journalisme de formateur des formateurs de la presse électronique à Paris 1.

Rédacteur en chef première classe à La Presse de Tunisie, est titulaire d'une maîtrise en journalisme et sciences de l'information et d'un diplôme supérieur spécialisé en NTIC (Nouvelles technologies de l'information et de la communication).

Journaliste professionnel, il a dans débuté sa carrière au journal Le Monde Diplomatique (mensuel en arabe publié à Tunis), pour devenir le premier rédacteur en chef du journal tunisien en anglais, Tunisia News.

Il a été fondateur-rédacteur en chef du magazine spécialisé en économie La Presse Business et a été rédacteur en chef de la revue hebdomadaire L'Expression.

Chokri Ben Nessir est titulaire de l'Ordre du Mérite Culturel et a reçu plusieurs prix et distinctions internationales, dont le Mare Nostrum Award (2016).

Il est également formateur de journalistes en changement climatiques, migration, et du traitement médiatique des questions relatives aux personnes à besoins spécifiques. Il est auteur d'une étude sur l'avenir de la presse écrite en Tunisie, réalisée dans le cadre du PAMT.

Il a aussi été enseignant à l'université de Jendouba. Il a été en 2019 directeur de la rédaction de Dar Assabah avant de retrouver les rédactions du groupe SNIPE en décembre de la même année.

INTRODUCTION

Conçu par le CAPJC dans le cadre du PAMT, ce guide sur les fondamentaux du journalisme et l'information de proximité est destiné prioritairement aux journalistes locaux et correspondants dans les régions tunisiennes. Il vise à soutenir leurs efforts pour justifier et renforcer leurs capacités en matière de traitement médiatique des informations locales.

Il se veut un outil de référence efficace offrant à plusieurs niveaux le bon traitement des sujets et des pistes de bonnes pratiques, cela dans le respect des normes professionnelles et de l'éthique.

De ce fait, il s'est attaché à formuler des conseils faciles à comprendre et à mettre en œuvre, prenant en compte les conditions particulières, à savoir les exigences mais aussi les contraintes qui prévalent dans les régions. Il s'est nourri pour cela de focus groups menés dans le cadre de formations organisées dans les régions tunisiennes (voir annexes).

Enfin, ce guide a l'ambition d'en mettre en lumière quelques bonnes pratiques. Pour cela, il s'appuie sur un benchmarking des pratiques journalistiques existantes en Tunisie et à l'étranger.

Il s'agit de valoriser les correspondants dans les régions en les outillant pour une meilleure production et un bon apport médiatique grâce à la maîtrise des techniques du journalisme de proximité.

CHAPITRE 1 : LES FONDAMENTAUX DU JOURNALISME

Le journalisme est un métier qui consiste à recueillir et analyser les informations, vérifier leur crédibilité pour les présenter au public. Les informations qui sont produites sont des nouvelles souvent liées à des événements politiques, locaux, culturels, sportifs, sociaux et autres. Par ce service, le journalisme constitue l'un des moyens les plus efficaces d'influencer l'opinion publique à travers les lecteurs ou les auditeurs quels que soient leur classe sociale et leurs niveaux intellectuels, culturels et sociaux.

Le journalisme peut être défini comme une communication factuelle, qui se déroule de manière opportune et fournit au public un contenu édité de manière fiable et indépendante. Les préoccupations de la presse peuvent changer, mais les principes de base restent les mêmes.

Les canaux de diffusion de l'information comportent de nombreux supports tels que les journaux, les magazines, la radio, la télévision, les sites web et les réseaux sociaux.

Il est à noter que les domaines journalistiques sont multiples mais les genres les plus courus en Tunisie portent sur la presse politique, économique, culturelle, récréative et sportive.

De ce fait, le transfert d'informations est l'une des fonctions les plus importantes du journalisme et constitue un élément important du système décisionnel démocratique. Il est essentiel que les citoyens soient informés des mesures ou initiatives en cours afin de garantir que la pression et la défense des droits civiques soient respectées.

La presse et les médias en général sont appelés « chiens de garde », ou « quatrième pouvoir », ce qui signifie que les journalistes doivent observer de près et surveiller les décideurs politiques.

Les tâches les plus importantes des médias :

- ▶ Produire l'information.
- ▶ Fournir des éclaircissements sur des questions d'intérêt public.
- ▶ Exercer un rôle de contrôle auprès des décideurs au nom du citoyen.
- ▶ Apporter un service communautaire et assistance.
- ▶ Fournir du divertissement.
- ▶ Apporter de la motivation du public.
- ▶ Créer des sentiments de solidarité dans la société.

La presse joue également un double rôle auprès du public et des décideurs. D'une part, la presse transmet des informations aux citoyens sur ce qui se passe dans la société, d'autre part, elle permet aux décideurs politiques de connaître les effets de leurs décisions antérieures et de savoir ce que le public attend d'eux.

En plus de communiquer des informations, un bon journalisme fournit également une explication au monde, soulignant et communiquant facilement des choses et des phénomènes au public, expliquant les relations de cause à effet des événements et fournissant un fond d'informations sur les problèmes et les décisions prises.

Les fonctions du journalisme impliquent également la création de sentiments de solidarité dans la société, fonction qui peut être remplie lors d'événements majeurs présentant un intérêt pour l'actualité. À travers cette solidarité, la presse contribue à maintenir la paix dans la société.

Étant donné que la consommation d'informations par les médias a lieu par des canaux multiples et que les individus collectent des informations provenant de sources différentes, les expériences publiques sont influencées par les grandes nouvelles, les assassinats, les guerres et les actes terroristes apparaissant comme des tournants historiques en raison de leur couverture médiatique. Les médias sont capables d'obtenir des résultats inattendus en les amplifiant. Ils peuvent également à l'inverse cacher ou diminuer leur importance.

Ne jamais oublier

- ▶ Vous êtes un journaliste et non une star.
- ▶ Vous êtes au service du public, pas son patron.
- ▶ Vous enquêtez sur des cas mais vous ne détenez jamais l'entière vérité.
- ▶ Vous connaissez des gens mais ils ne sont forcément pas vos amis.
- ▶ Même si vous êtes là, essayez de vous faire invisible.
- ▶ Vous êtes toujours le témoin qui agit dans l'ombre.
- ▶ Vous n'êtes ni le protagoniste, ni le sujet du reportage, et l'article n'est pas produit pour vous.
- ▶ Vous exercez un métier dont vous êtes un professionnel et par lequel l'opinion publique construit sa vision du monde en fonction de vos informations.

Les médias tentent également de susciter l'appétit du public pour lui apprendre de nouvelles choses, jouer un rôle dans le divertissement, provoquer des émotions, évoquer des expériences passées et présenter de nouveaux horizons et des informations que les gens peuvent trouver pertinentes.

Ainsi, la profession de journaliste est une profession publique et sociale où les professionnels des médias ont pour tâche d'appuyer les systèmes décisionnels dans l'exercice de leurs fonctions et de maintenir leur crédibilité.

Le rôle du journaliste et sa position sur l'utilisation du pouvoir social sont plus complexes. L'intégrité, l'indépendance vis-à-vis des intérêts commerciaux et politiques et la responsabilité font partie des valeurs les plus importantes pour un journaliste.

Bien que le journaliste puisse donner des opinions spécifiques, il doit le faire séparément du travail d'information afin de ne pas porter atteinte à sa crédibilité en tant que vecteur d'information indépendant. Un journaliste ne doit donc pas chercher à influencer politiquement, même lorsqu'il traite de questions sociales.

Bien que le journalisme soit essentiel dans le fonctionnement des sociétés démocratiques, il n'est pas suffisamment pris au sérieux, notamment les préjugés et la pratique de buzz de la « presse jaune » (terme anglo-saxon désignant les médias basés sur les rumeurs et la traque des célébrités).

Les accusations de partialité et de flatterie des décideurs ont un impact sur les attitudes du public à l'égard des journalistes.

De plus, les gens critiquent souvent facilement le travail d'un journaliste si ses opinions divergent de son point de vue ou si la couverture médiatique ne les attire pas pour des raisons personnelles ou idéologiques.

Il n'y a pas de règles uniformes pour le fonctionnement d'un journaliste, ni la façon dont il est autorisé à faire son travail, car les méthodes qu'il est censé adopter varient selon les spécificités géographiques, historiques et culturelles de chaque pays, voire de chaque région.

Mais les journalistes s'accordent sur les éléments-clés de ce qu'ils considèrent comme des nouvelles basées sur la recherche de la vérité autant que possible, selon les circonstances, le contexte du pays où ils exercent mais d'une façon responsable.

Les grandes lignes directrices pour un travail journalistique sont la précision, la neutralité, l'indépendance et la responsabilité.

Les valeurs qui guident le journaliste :

▶ Précision ▶ Honnêteté ▶ Neutralité ▶ Indépendance ▶ Responsabilité

1 - LA PRÉCISION :

La précision est une valeur capitale dans la pratique journalistique. Nous entendons par précision l'exactitude des éléments à la base de l'information. Pour un journaliste, plus les noms, les titres et fonctions, les sigles et les chiffres sont correctement présentés, plus l'information est crédible.

2 - LA NEUTRALITÉ :

C'est un palier plus complexe du travail journalistique. En effet, beaucoup de journalistes soutiennent l'idée que la neutralité totale est un objectif impossible à réaliser parce que nous sommes tous influencés par la façon dont nous avons été éduqués, et nous présentons les faits avec un regard subjectif. A cela s'ajoute aussi la ligne éditoriale du média que les journalistes sont appelés à respecter et que les éditeurs peuvent mettre au service d'une sensibilité politique ou pour servir des objectifs lucratifs. Il n'empêche : un journaliste professionnel peut pratiquer son métier avec un haut degré d'objectivité

3 - L'HONNÊTETÉ :

Il est de la plus haute importance pour un journaliste sérieux d'être honnête dans le traitement d'une information. Il est facile de citer des sources factices, de rapporter des citations des personnes imaginaires ou de plagier des articles produits par d'autres confrères. Mais s'il adopte cette approche, il n'y a guère pour lui d'autre voie que de tomber dans le cercle vicieux du mensonge, qui sera un jour dénoncé. Selon la Charte mondiale d'éthique des journalistes de la Fédération internationale des journalistes (FIJ), adoptée à Tunis le 12 juin 2019 ([lire p. 42](#)), «le/la journaliste n'utilisera pas de méthodes déloyales pour obtenir des informations, des images, des documents et des données»¹.

4 - L'INTÉGRITÉ :

L'intégrité professionnelle est indispensable pour la crédibilité d'un journaliste. Afin d'éviter les pratiques qui compromettent son intégrité, le journaliste doit refuser les cadeaux, les faveurs, les voyages gratuits...

¹
Charte mondiale d'éthique des journalistes (FIJ), article 4 : <https://www.ifj.org/fr/qui/regles-et-politique/charte-mondiale-dethique-des-journalistes.html>

CHAPITRE 2 : L'INFORMATION DE PROXIMITÉ

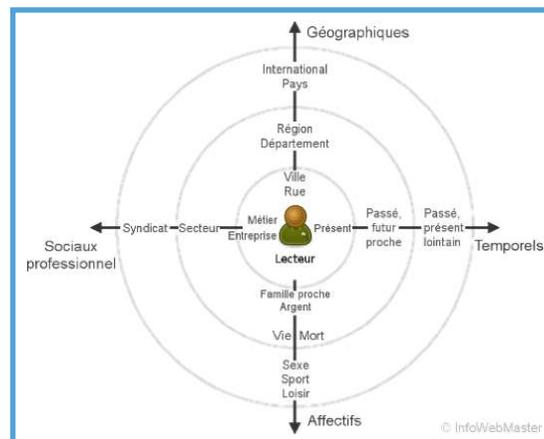
La proximité avec le lecteur et l'auditeur est considérée comme l'une des caractéristiques les plus importantes d'un média efficace, et encore davantage avec les médias qui ont une implantation locale. En Tunisie, ce domaine des médias a commencé à prendre forme après la « révolution de la dignité » quand des médias, intéressés par la mise en relief des affaires locales, ont commencé à s'y investir.

1 - PRINCIPES DE LA PROXIMITÉ : PROXIMITÉ GÉOGRAPHIQUE ET PROXIMITÉ AFFECTIVE

La loi de proximité est « un principe journalistique qui précise qu'une information est plus ou moins importante selon sa proximité par rapport au lecteur. Utilisé à bon escient cela permet de rédiger du contenu qui sera utile et satisfaisant au lectorat»².

Formes de proximité :

Il existe plusieurs lois de proximité réparties selon quatre grands axes principaux, comme on peut le voir sur le schéma ci-dessous :



(Loi de la proximité en journalisme, source : <http://glossaire.infowebmaster.fr/loi-de-proximite/>)

|| Proximité géographique : elle signifie que si un accident a lieu dans un quartier, les habitants de ce quartier vont tout vouloir savoir sur l'accident : comment il a eu lieu ? Combien de blessés ? Qui en est la cause ? etc. Ce qui veut dire qu'on s'intéresse beaucoup plus à un évènement qui a eu lieu dans une zone géographique proche des lecteurs et auditeurs (par exemple Tunis) qu'à un autre accident ou évènement, même plus important, qui a eu lieu à Kasserine par exemple ou au Brésil. De ce fait, plus l'information est géographiquement proche, plus elle suscite l'intérêt du public.

|| Proximité temporelle : l'information est un produit qui se périme rapidement. C'est pourquoi un événement récent est toujours privilégié à un autre plus ancien. Avec Internet, la vitesse de l'information s'est encore accélérée. L'information va plus vite. Mais cette forme d'urgence se fait souvent au détriment de la vérification. Il faut donc faire très attention.

|| Proximité affective : quand l'information est relative à tout ce qui concerne de près le lecteur : la mort, la santé, la famille, les voisins ou l'argent, elle a un impact plus significatif sur l'état émotionnel des lecteurs qu'une simple activité culturelle, économique, scientifique ou autre.

|| Proximité sociale/professionnelle : les informations varient en fonction des centres d'intérêt des lecteurs. Ils s'intéressent aux informations qui apportent quelque chose de nouveau ou un éclairage sur leurs métiers, leur régime de retraite ou la scolarité de leurs enfants. Pour cela il faut dresser le portrait chinois des lecteurs (Il est qui (homme/femme) ? Il vit où (centre ville/banlieue/zone rurale ?) Il fait quoi le soir ? Le week-end ? Il a des enfants ? De la famille proche ? Il fait du sport ? Il gagne combien ? Il regarde quelle chaîne TV ? Il écoute quelle radio ? Il vote pour qui ? Il lit des livres ou pas ? Il est connecté ? Il a un mobile ? Un écran géant ? Une voiture ? etc.)

|| Proximité par notoriété : l'actualité des personnes connues est plus intéressante que celle des inconnus.

|| Proximité par rareté : plus un contenu est rare et inhabituel et plus il peut susciter l'intérêt. Ce type d'actualité peut obtenir une bonne publicité grâce à l'effet viral.

|| Proximité spécifique : chacun peut être intéressé par diverses informations du moment qu'elles soient étonnantes, spectaculaires, amusantes, révoltantes.

2 - ACCÈS AUX INTERVENANTS :

Préparer la descente sur le terrain :

- Cerner le sujet.
- Avoir une idée sur le thème à traiter c'est bien mais avant de partir sur le terrain, mieux vaut cerner le sujet le plus précisément possible. Si on peut avoir déjà une idée de l'angle, même s'il doit être modifié suite aux informations recueillies, c'est encore mieux. Cela vous permet de ne pas vous éparpiller et de savoir ce que vous cherchez avec précision.
- S'informer au préalable.
- Partir sur le terrain sans avoir une idée préalable sur ce qu'on va y chercher, c'est courir le risque de rentrer bredouille et de perdre son temps.
- Un minimum de connaissance sur le sujet à traiter et son contexte est donc nécessaire. On trouve plus d'informations lorsqu'on pose les bonnes questions. Pour s'informer, vous pouvez lire ce que les journaux ont déjà écrit, rencontrer un spécialiste, consulter un ouvrage et évidemment naviguer sur Internet.
- Une fois documenté, le sujet vous apparaît généralement plus clairement et vous savez ce que vous cherchez. Reste maintenant à savoir où et auprès de qui vous allez trouver ces informations.
- Il s'agit alors de déterminer qui ou quelle catégorie de gens va vous renseigner sur tel aspect et de lister à l'avance les grands points que vous voulez aborder avec eux afin d'être sûr de rentrer avec les informations nécessaires.

- La base du journalisme réside dans la recherche d'information. La documentation constitue une des sources, pas la principale, certes, puisque le reportage, l'interview et l'enquête priment, mais c'est une source complémentaire indispensable.
- La documentation donne accès à des chiffres, elle permet de comprendre des mécanismes qui expliquent des situations locales, elle aide à recouper des informations et à établir des liens entre des cas particuliers. Elle permet aussi de compléter les informations de terrain, de trouver des dates, de donner le contexte des faits relatés, de préciser certains points.

L'usage des citations

- ▶ Une citation concrétise la promesse de l'introduction. Cela signifie qu'après avoir lu la première phrase, le lecteur/auditeur demande : « *Comment savez-vous cela ?* » La réponse est : « *Parce que ce témoin qui était sur place le dit* ».
- ▶ Les citations sont également essentielles pour apporter caractère et opinion à un article d'actualité.
- ▶ Le journaliste ne doit pas émettre d'avis personnel dans ses articles.
- ▶ Les opinions qui y sont exprimées proviennent des personnes interrogées et doivent être attribuées à quelqu'un (anonyme ou célèbre), soit sous forme d'une citation soit d'un discours rapporté.
- ▶ Si vous voulez présenter un événement comme étant « *incroyable* », il faut que quelqu'un dise qu'il est incroyable. Si vous voulez décrire quelque chose comme étant « *choquant* », trouvez une citation pour l'étayer.

3 - RÔLES ET MISSIONS DU JOURNALISTE CORRESPONDANT :

Le rôle des correspondants est primordial, car ils alimentent en informations les pages locales des journaux et les rubriques des radios et télévisions. Mieux, ils sont les relais des médias en région et sont censés couvrir toutes les actualités qui s'y déroulent. Ils alertent les rédactions sur des événements en région qui ont une portée nationale.

De quoi parler ?

Un bon correspondant doit avant tout être intégré dans la vie de son village, de sa région, de sa ville.

Les règles d'une bonne chronique locale :

- Être clair et rigoureux : écrivez court et simplement, en ne retenant que l'essentiel et en répondant à la règle des cinq « W ».
- Être proche des préoccupations des lecteurs : pour cela une seule méthode au moment de rédiger : mettez-vous dans « la peau » des « gens d'ici », ceux que l'on côtoie tous les jours.
- Être positif : les habitants sont fiers de leur village ou de leur quartier, aussi, même s'ils sont friands de faits divers, ils aiment aussi les belles histoires, les réalisations exemplaires, les gens formidables.
- Privilégier les centres d'intérêts fédérateurs : rendez service au lecteur/auditeur en l'informant des moindres faits qui peuvent avoir un impact sur sa vie quotidienne (transport, santé, emploi, éducation, commerce, loisirs...)
- Anticiper : ce qui va arriver est aussi important sinon plus que ce qui s'est passé. L'agenda et les papiers destinés à annoncer un événement sont des pistes à travailler impérativement.
- Savoir faire des choix : la hiérarchisation de l'information passe par une sélection des sujets à traiter en fonction de leur importance. Discutez-en au préalable avec votre journaliste référent (il peut être le chef de service régions ou le rédacteur en chef ou le chef du bureau qui couvre le gouvernement).

- Exploiter les « marronniers » : les sujets qui reviennent chaque année (rentrées scolaires, festivals, vacances...) ne sont pas à bâcler, au contraire, ils doivent être traités avec imagination, parfois avec humour, toujours avec un angle local.
- Prendre du recul avec l'institutionnel : donner plus de place aux anonymes, ces « gens d'ici » dont on ne parle pas souvent, et ne pas se focaliser uniquement sur les « notables ».
- Parler des gens : présentez une personnalité locale, sous un angle inhabituel : le capitaine de l'équipe de football collectionne les papillons... Faites-les parler de leur passe-temps ou de leur passion.
- Présenter une association locale : ses animateurs, ses membres, ses activités, ses hauts faits, son histoire, ses projets.
- Présenter une famille qui marque ou a marqué l'histoire du village : sa maison, ses souvenirs, ses traditions, ses ancêtres...
- Réfléchir au moment le plus adapté pour écrire cet article : votre sujet sur les difficultés de l'hôpital local peut-il coïncider avec la visite d'un ministre de la santé ou l'annonce d'une nouvelle politique sur le financement des services de santé ? Évidemment ! Comment le rendre vraiment intéressant sur le plan médiatique et augmenter les chances que votre récit soit repris par les médias traditionnels ?
- Si votre histoire est une étape-clé vers l'objectif global qu'apportera-t-elle alors ? Est-ce un appel à l'action ? Voulez-vous que les gens réalisent une tâche spécifique, par exemple écrire à un représentant du gouvernement ou participer à une manifestation ? Ou tentez-vous de sensibiliser à une question spécifique afin de modifier le comportement des gens ?
- Par exemple, votre récit dévoile-t-il l'injustice de la discrimination à l'encontre des personnes vulnérables, fait-il appel aux émotions et peut-il aider à changer les mentalités et à lutter contre la stigmatisation ?

Identifiez votre public :

- L'une des questions les plus importantes à vous poser sur l'article que vous vous apprêtez à écrire est la suivante : par qui voulez-vous qu'il soit lu ? Une écriture efficace permettra de créer un lien avec le public et l'obligera à réagir, à faire quelque chose. Comment votre article va-t-il influencer le lecteur et l'auditeur ?
- Dans votre écriture, votre public doit être considéré comme partie prenante du changement que vous tentez d'instaurer. Intéressez-vous à ceux qui sont impliqués ou concernés par le problème, et demandez-vous qui a l'influence ou le pouvoir nécessaire pour concrétiser ce changement. Vous devez comprendre la position des principaux intervenants.
- Des histoires personnelles sont souvent un excellent moyen d'amener les gens à comprendre une question et à y prendre part. Mais vous devrez également les inciter à consulter des données et preuves afin qu'ils puissent obtenir plus d'éléments factuels et ainsi voir la situation dans son ensemble après la lecture d'une histoire personnelle.
- Sont-ils des alliés ? Si tel est le cas, vous n'avez alors pas besoin de les convaincre, mais devez les encourager à agir. Indiquez-leur ce qu'ils devraient faire et éventuellement apportez-leur une information sur cette question dont ils n'ont pas connaissance afin de les motiver. Si vous souhaitez qu'ils fassent participer des parties neutres ou des opposants, procurez-leur des points de discussion et des éléments de preuve. Présentez des moyens spécifiques pour qu'ils puissent agir.

Pour être efficace, un article doit-être :

- ▶ Honnête et en aucune façon trompeur.
- ▶ Audacieux, voire choquant.
- ▶ Rattaché aux valeurs fondamentales du public.
- ▶ Insistant sur l'importance de la cause.
- ▶ Simple et concis, facile à comprendre et à mémoriser.
- ▶ En rapport avec l'actualité.
- ▶ Apporter quelque chose de nouveau.
- ▶ Éclairer sur une question.

4 - RAPPORTS DU JOURNALISTE CORRESPONDANT AVEC LES RÉDACTIONS CENTRALES (SIÈGE) :

Depuis sa localité/région, le correspondant ne doit pas hésiter à « parler à la rédaction », c'est-à-dire les responsables éditoriaux au siège du média. Ce dialogue est nécessaire pour faire comprendre les réalités du terrain aux journalistes du siège.

Comment intéresser les salles de rédaction ?

Lorsque vous préparez votre présentation par téléphone, il est essentiel de penser aux informations suivantes :

- **Objet** : un résumé en deux phrases de votre idée d'article.
- **Angle** : pourquoi est-il digne d'intérêt ? Pourquoi écrire cet article maintenant ? Quelle nouveauté ou originalité dans son traitement ? Pourquoi êtes-vous le bon professionnel pour le faire ?
- **Exécution** : quel sera le format de votre article ? Actualité, article de fond, histoire en images, etc.
- **Coordonnées et précisions sur vos antécédents** : incluez des liens pertinents, par exemple vers le sujet.

Il est conseillé de :

- Soulever auprès de la rédaction centrale (rédacteur en chef/journalistes responsables) les problèmes dont on parle dans la population.
- Avoir le réflexe d'alerter la rédaction dès que vous êtes détenteur ou témoin d'une information importante (gros fait divers, démission d'un maire, mouvement social...)
- Ne pas oublier de faire part de vos idées aux journalistes du siège avant de vous mettre au travail (notamment pour les papiers d'initiative). La rédaction vous conseillera, étudiera avec vous la meilleure manière de traiter votre article, vous aiguillera et donnera des conseils ou informations complémentaires, et finalement vous donnera le feu vert.
- Vous situer comme le représentant du média (journal, radio, télévision ou site Web) dans votre commune, gouvernement et région.

- Certains sujets délicats ou importants nécessitent un appui de la rédaction. Au cas où le sujet que vous voulez traiter peut vous causer des ennuis (ex: harcèlement des autorités locales, pressions de la police ...), n'hésitez pas à donner des « pistes » aux journalistes de la rédaction centrale, qui pourront les exploiter eux-mêmes sans vous mettre en difficulté vis-à-vis de vos interlocuteurs.
- Demander conseil : ne jamais hésiter à demander son avis à la rédaction sur la façon de traiter telle ou telle information. Discuter régulièrement avec les journalistes de leurs choix et de leurs attentes.
- Ne pas être susceptible : acceptez que vos textes soient corrigés voire réécrits par la rédaction (c'est d'ailleurs la loi et l'usage) ; mais si des corrections ne vous semblent pas appropriées, demandez des explications et profitez-en pour améliorer vos prochaines contributions.

Conseils pratiques

- ▶ Assurez-vous que vous avez fait toutes les recherches avant de contacter les rédacteurs en chef.
- ▶ Soyez concis, clair et allez droit au but dans votre présentation.
- ▶ Si, après deux ou trois jours, vous n'avez pas eu de réponse à votre sollicitation par e-mail, téléphonez.
- ▶ Venez-en vite au fait : vous aurez probablement trente secondes ou moins.
- ▶ Soyez honnête : si vous ne connaissez pas la réponse à une question, dites à votre interlocuteur que vous allez vous renseigner et revenir vers lui.

Conseils pratiques

- ▶ N'oubliez pas qu'un journaliste peut citer vos propos, donc réfléchissez bien à ce que vous dites.
- ▶ Non, c'est non : respectez une réponse négative, mais n'oubliez pas que cela ne veut pas dire que vous ne pouvez pas recontacter la rédaction centrale à l'avenir.
- ▶ Si votre présentation n'intéresse pas les rédacteurs en chef dans un premier temps, cherchez ce qui leur conviendra, afin d'adapter davantage votre prochaine présentation.
- ▶ Une fois mandaté, soyez prêt à livrer rapidement votre article, avec le bon nombre de mots ou de signes, et respectez toujours le délai convenu.
- ▶ Si vous voulez vous assurer que les rédacteurs en chef feront de nouveau appel à vous à l'avenir, livrez avant le délai convenu !

CHAPITRE 3 : LE RÔLE DU JOURNALISTE DANS LA COMMUNAUTÉ LOCALE

Dans un pays en transition démocratique comme la Tunisie, le journaliste correspondant (qui représente un média national en régions) et le journaliste localier (travaillant dans un média implanté localement) ont un rôle important. Ils représentent le lien entre les autorités et les citoyens. C'est un fonctionnement à double sens : un journaliste peut interpréter les décisions et les actions des autorités pour les communiquer au grand public selon ses propres vision et lecture et transmettre en retour les opinions des citoyens et leur ressenti aux autorités.

De ce fait, le correspondant examine le travail des autorités locales, des administrations, des tribunaux et des entreprises pour souligner les points de succès et d'échec. Il détecte aussi les cas de corruption à tous les niveaux. Il attire l'attention sur la négligence ou les défaillances des organismes et des fonctionnaires, mais tout autant des entreprises et des employés du privé. Il aide également les populations à mieux appréhender l'action des organisations non-gouvernementales, à décortiquer les programmes des partis et à aviser l'opinion publique. Il explique, analyse les choix socio-économiques et vulgarise les indicateurs.

Enfin, il donne – ou devrait donner - la parole aux franges marginalisées, tels que les personnes vulnérables (voir manuel du CAPJC « *Traitement médiatique des groupes vulnérables* »).

Profil des correspondants et localiers :

- ▶ Curiosité et humilité
- ▶ Flair
- ▶ Persévérance
- ▶ Objectivité
- ▶ Doute
- ▶ Sociabilité

1 - PROFIL DU JOURNALISTE CORRESPONDANT :

- **Curiosité et humilité** : il est recommandé à un journaliste de poser les bonnes questions s'il sent un réel besoin personnel de trouver les réponses.
- **Flair** : saisir l'opportunité d'une information et comment dénicher une nouvelle s'acquiert par l'expérience, mais certains journalistes possèdent un flair inné.
- **Persévérance** : il s'agit de ne pas baisser les bras face à la rigidité bureaucratique et des divers prétextes ou face au rejet pur et simple dans la quête d'une information.
- **Objectivité** : un bon journaliste laisse ses opinions personnelles et ses orientations devant la porte de son bureau. Le devoir du journaliste envers la communauté est de rédiger un bon article, pas de convaincre son public. Présentez les faits sous tous les aspects autant que possible et laissez les lecteurs/auditeurs/télespectateurs se faire leur opinion, voire prendre une décision.
- **Doute** : un journaliste reste toujours sceptique lorsqu'il s'agit d'informations collectées auprès de fonctionnaires, d'organismes institutionnels ou d'entreprises privées ou publiques. Il doit recouper ses informations auprès d'autres sources. Les sources (entreprises, administrations, personnes publiques, etc.) fournissent des informations qui rendent leur image la plus positive possible. Cependant, le « *doute journalistique* » ne doit pas s'amplifier au point de devenir une obsession qui empêcherait le journaliste de faire son travail correctement.
- **Sociabilité** : un bon journaliste est celui qui traite facilement avec les gens. La plupart des nouvelles proviennent des individus plus que de institutions. Il y a de la place dans le journalisme pour les gens calmes et autonomes, mais un journaliste qui peut facilement se mélanger avec des gens issus de toutes les classes sociales et professionnelles a de meilleures chances d'obtenir de la bonne matière.

2 - QU'EST-CE QUE L'ACTUALITÉ ?

Pour faire simple, traiter l'actualité c'est relater un fait nouveau. Il existe de nombreuses façons de le faire :

- L'actualité est toujours un fait nouveau qui survient. C'est un bon point de départ, mais nous avons besoin de préciser un peu les choses. Certaines actualités sont anciennes, elles ont eu lieu il y a quelque temps mais ne sont révélées qu'aujourd'hui.
- Pour être considéré comme actualité, il faut qu'il s'agisse de quelque chose que nous venons seulement d'apprendre. Cela signifie que ces informations sont nouvelles pour nous. Et si elles le sont également pour nos lecteurs/auditeurs/télespectateurs, alors ce sont bien des actualités.
- Fondée sur des éléments de preuve : les articles d'actualité sont basés sur des faits, et non sur des spéculations. Les informations reçues doivent être vérifiées.
- Hors de l'ordinaire : l'actualité la plus extraordinaire provient d'événements surprenants, inattendus, incroyables et parfois choquants.
- Principalement à propos de personnes : un journaliste qui ignore la dimension humaine (les possibles effets induits sur les individus) néglige la partie la plus importante de son récit.

Trois règles :

- ▶ Un chien qui mord un homme, c'est banal. Mais un homme qui mord un chien est une nouvelle.
- ▶ Les trains qui arrivent à l'heure n'intéressent personne.
- ▶ La règle du «*mort au kilomètre*» : un accident qui survient dans ma rue intéresse davantage mes lecteurs/auditeurs/télespectateurs qu'un accident qui a lieu dans une autre ville.

Les décisions courantes du gouvernement et les données des entreprises peuvent aussi constituer de la matière pour des nouvelles. L'importance d'une nouvelle par rapport à une autre dans un média dépend de plusieurs facteurs, y compris la proximité avec le temps ou l'espace environnants.

Un autre facteur est son importance pour les gens. Une nouvelle découverte scientifique internationale pourrait affecter la vie des agriculteurs de la plaine de Jendouba ou la santé des habitants du Sahel. Elle peut même figurer sur la première page du journal ou dans les titres des éditions du matin.

3 - COMMENT OBTENIR LES INFORMATIONS ?

Une grande partie des nouvelles quotidiennes provient d'événements bien identifiés et prévisibles : visites de dirigeants étrangers, conférences de presse gouvernementales, annonces d'entreprises sur leurs résultats annuels ou de poursuites judiciaires, communiqués d'ONG...

Ces événements connus au préalable doivent figurer, à la rédaction, sur un tableau de prévisions. À ces événements déjà répertoriés s'ajoutent certaines nouvelles intervenant de façon inattendue et sans avertissement préalable : les accidents de train ou d'avion, inondations ou manifestations d'usagers contre les coupures d'eau ou de la STEG. Il y a des nouvelles qui peuvent être connues en nouant un contact permanent avec les services pertinents tels que la police, la protection civile, les hôpitaux, etc. Ce contact doit être entretenu presque quotidiennement par le journaliste localier.

Les journalistes les appellent faits divers ou informations de routine.

Autres sources d'information :

- **Lobbies** : dans chaque pays, les organisations cherchent à faire pression pour un plaidoyer sur des questions telles que l'environnement, la protection des animaux, les droits de l'Homme, etc. Certaines peuvent avoir leurs avis à donner ou révéler leur planification d'une campagne spécifique.

- **Périodiques spécialisés** : ces revues couvrent des domaines spécifiques tels que la santé, la science, l'environnement ou l'industrie. Leurs articles se focalisent sur un secteur précis et peuvent suggérer des pistes d'enquête ou de reportage.
- **Marronniers** : ce sont les fêtes, célébrations annuelles, rentrées scolaire ou parlementaire, prix du mouton pour l'Aid. Il s'agit d'un événement important du passé qui peut être traité sous l'angle : « *Comment les choses ont changé depuis* ».
- **Suivi** : assurer le suivi d'un événement important qui s'est produit il y a des semaines, des mois ou des années et découvrir ce qui est arrivé aux personnes impliquées. Exemples : les manifestations contre la vie chère à Kasserine, la sécheresse de 2015-2016 ou les inondations de 2018 à Nabeul.

Trouver la source :

Comment doit procéder le correspondant pour bien jouer son rôle d'informateur ? Tout d'abord, il doit se faire connaître de tous les relais habituels : élus, pompiers, magistrats, agents de la garde nationale ou policiers, personnels des services municipaux, responsables associatifs... C'est par eux qu'il sera convié aux assemblées générales, aux réunions, aux célébrations riches en sujets de travail. Les séances de conseil municipal ou, maintenant, de conseil communautaire sont des mines d'informations et offrent souvent un éventail de sujets à traiter.

Le correspondant ne doit pas négliger d'autres sources aussi efficaces comme les buralistes et autres cafetiers, les commerçants et les marchands de journaux. Le diffuseur de presse est un rouage important de la chaîne d'information : il sait ce que ses lecteurs recherchent, il entend leurs commentaires et peut donc signaler les récriminations, les ratages, les sujets sensibles.

Les lecteurs et auditeurs rencontrés dans la rue, sur le marché ou au café peuvent être également des relais d'informations importants, à condition de bien valider les renseignements glanés ici ou là.

Les sources nationales :

Des études et rapports préparés par des fonctionnaires ou des organisations locales existent mais ils sont souvent difficiles d'accès, et plus irréguliers que les rapports internationaux. Ceux-ci contiennent d'ailleurs des informations nationales et des données chiffrées par pays et sont, de manière générale, beaucoup plus accessibles.

Internet :

Depuis dix ans environ, les recherches de documentation se font via Internet. Les informations qu'on y trouve sont de nature diverse : des bulletins d'information en ligne, des sites spécialisés dont les données n'existent pas sur papier, des sites personnels, etc. La recherche sur Internet est incontournable aujourd'hui, mais vu l'immensité des sources, elle doit être menée avec une rigueur et une méthode au moins égales à celles requises dans la réalité (hors du monde virtuel).

Comment présenter une information ?

Technique de la pyramide inversée :

C'est une façon traditionnelle de construire une histoire. À l'écrit comme à l'oral, un bon journaliste peut présenter l'histoire de base en quatre ou cinq paragraphes, en écrivant les éléments fondamentaux dans un premier temps, en ajoutant des éléments, respectivement en fonction de leur importance. Dans cette construction, l'article ou la dépêche peuvent être raccourcis en supprimant les derniers paragraphes de la fin si l'éditeur a besoin de plus d'espace pour d'autres informations.

Le premier paragraphe d'un papier est très important, et doit répondre à ces questions: « *Qui a fait quoi, où, quand et comment ?* » *Et éventuellement « pourquoi ?* »

Il s'agit d'y présenter clairement ce qui s'est passé? Qui est impliqué ? Quand c'est arrivé ? Où est-ce arrivé ? Comment l'a-t-on su ? Quelle est la source de la nouvelle ?

Si le journaliste ne répond pas à « *qui, quoi, quand, où, pourquoi et comment ?* » dans les deux premiers paragraphes, il souffrira pour écrire le reste d'une information. Il convient de laisser les détails à une autre place dans le papier (y compris, en presse écrite, par un encadré). Mentionner le nom de la source dès le début s'il s'agit d'une personne connue, éviter de mentionner le nom dans le paragraphe suivant.

Le deuxième paragraphe doit répondre aux questions restées sans réponse dans le premier paragraphe : pourquoi et comment cela s'est-il produit, et, éventuellement, pourquoi ?

Les cinq W

« Qui » a fait « quoi, où, quand et comment ? » Et éventuellement « pourquoi ? Et comment ? »



Source : les règles de l'écriture journalistique, technique de la pyramide inversée : <https://slideplayer.fr/slide/9722569/>

Toujours se poser cette question importante :

En quoi cette information va-t-elle m'interpeller ? Qu'est-ce qu'elle apporte de nouveau ?

En effet, quel que soit le sujet, il faut définir son contexte. Il expliquera aux lecteurs, auditeurs et téléspectateurs pourquoi ces nouvelles valent la peine d'être lues, pour cela, le chapeau (chapô : court texte qui précède le corps de l'article) en presse écrite ou le lancement du présentateur en audiovisuel peuvent être des canaux pratiques.

Les nouvelles peuvent sembler intéressantes pour vous, mais si elles n'intéressent pas les autres personnes, vous perdez alors votre temps. Expliquez donc bien, si besoin, votre démarche et approche.

Après avoir rédigé les fondamentaux de la nouvelle, vous avez besoin d'une citation qui soutient ce qui est indiqué dans le premier paragraphe, donne de la crédibilité à votre histoire et indique clairement que ce que vous avez écrit est basé sur des faits et déclarations.

Exemple :

5,8 millions de touristes ont visité la Tunisie, jusqu'au 20 août 2019

5,8 millions de touristes ont visité la Tunisie, jusqu'au 20 août 2019, marquant une progression de 13,9 %, par rapport à la même période en 2018, selon des données publiées, jeudi, par le ministère du Tourisme et de l'Artisanat.

Le nombre de nuitées a atteint 15,5 millions, à la même date, ce qui représente une hausse de 13,3 %.

Pour ce qui est du nombre de touristes, le département a révélé que presque la moitié des entrées a été enregistrée parmi les ressortissants maghrébins (2,8 millions), notamment les Algériens (1,6 million) et les Libyens (1,1 million). Quant au nombre des touristes européens, il s'est élevé à 1,8 million personnes, soit une hausse de 18,3 %, par rapport à la même période en 2018.

En ce qui concerne les nuitées, le ministère a dressé une liste des régions les plus attractives pour les touristes. La zone de Yasmine-Hammamet vient en tête avec une progression de 20,5 %, suivie de Monastir-Skanes (+19,6 %) et de Sousse (+16,2 %).

Par ailleurs, le département du Tourisme a rappelé que les recettes touristiques ont atteint, à la date du 20 août 2019, environ 3,5 milliards de dinars, ce qui représente une hausse de 46 %. En devises étrangères, l'évolution est moins importante, en raison de la dépréciation du dinar, elle se situe au niveau de 31,7 % en euros et de 23,5 % en dollars.

Le ministre du Tourisme et de l'Artisanat, René Trabelsi, avait affirmé, mardi, à Bizerte, que la Tunisie parviendra, d'ici la fin de l'année, à réaliser son objectif d'attirer 9 millions de touristes.

« Nous projetons, dans les années à venir, de renforcer le nombre de visiteurs, mais surtout d'améliorer la qualité des services et de l'accueil et de booster le tourisme alternatif », a-t-il assuré.



(source : <https://lapresse.tn/21631/58-millions-de-touristes-ont-visite-la-tunisie-jusquau-20-aout-2019/>)

Notez qu'après les citations, les backgrounds, les chiffres sont nécessaires et sont généralement ajoutés dans un ou deux paragraphes pour expliquer pourquoi ces nouvelles sont présentées.

Identifier le premier paragraphe :

Décider de la meilleure attaque d'un article est essentiel à la rédaction d'une bonne histoire ; cela vaut la peine d'y consacrer du temps. Dans les « *papiers* » complexes, les éléments de base à mentionner dans le premier paragraphe ne sont parfois pas assez clairs, alors suivez ces méthodes pour les identifier et trouver la meilleure façon d'écrire vos articles, à l'écrit comme à l'oral.

Mise en situation :

- Le premier paragraphe récapitulatif : il est utilisé lorsqu'il y a plusieurs événements qui concordent, là où il n'y a pas d'événement unique mais un ensemble d'événements qui impliquent des changements importants, ou lorsque le journaliste n'a pas suffisamment de temps pour étudier toutes leurs implications.
- Le premier paragraphe multi-éléments : il est utilisé lorsque deux événements se sont produits ensemble et que ni l'un ni l'autre ne peut être négligé pour le bénéfice de l'autre.
- Le premier paragraphe récapitulatif : Exemple : « *Après deux ans d'absence, la compagnie pétrolière Serinus Energy Inc. est de retour en Tunisie. En mai 2017, Serinus Energy Inc. avait décidé de mettre temporairement fin à ses activités de production de pétrole en Tunisie en raison de la persistance des mouvements sociaux. Aujourd'hui, Serinus Energy Inc. compte reprendre ses activités notamment dans le désert de Tataouine.* »

The screenshot shows a news article on the Tunis Webdo website. The header includes the site name 'Tunis webdo' and navigation links for 'NATIONAL', 'SPORT', 'CULTURE', 'CHRONIQUES', and 'MAGAZINE'. The article title is 'La compagnie pétrolière Serinus Energy Inc va reprendre la production à Tataouine'. The author is 'Par Maher Chaabane' and the date is '3 avril 2019 - 13:57'. There are social media sharing icons for Facebook, Twitter, and LinkedIn. The main image shows an oil rig. Below the image, there is a caption: 'Après deux ans d'absence, la compagnie pétrolière, Serinus Energy Inc. est de retour en Tunisie.' and a sub-caption: 'Fin mai 2017, Serinus Energy Inc. avait déclaré la mettre temporairement fin à ses activités de'. To the right of the article is a cartoon titled 'Bonjour!' with a date of '28 octobre 2019 - 08:43'. The cartoon features a character and text in Arabic: 'OULA EMM... POURQUOI TU ENVOIES ENVOI MESSAGEM... ELLE... ELLE VEUT FAIRE... PARQUE D'ELLE... ET TU... IL... VEUT SE FAIRE OUBLIER!'.

Source: <http://www.webdo.tn/2019/04/03/la-compagnie-petroliere-serinus-energy-inc-va-reprendre-la-production-a-tataouine/>

Alternativement, si ces informations sont trop nombreuses pour être incluses dans le premier paragraphe, vous pouvez commencer par l'élément de base et compléter dans le deuxième paragraphe.

Exemple :

« À la surprise générale, le Chef du Gouvernement Youssef Chahed a décidé, ce vendredi, de limoger le ministre de l'Energie, des Mines et des Energies renouvelables, Khaled Ben Kaddour et son secrétaire d'Etat Hachem Hmidi, ainsi que le P-dg de l'Entreprise tunisienne d'activités pétrolières (ETAP), le Dg de l'énergie et le Dg des affaires juridiques au sein du même ministère.

Selon des sources citées par Mosaïque FM, un soupçon de corruption est derrière ce limogeage collectif. Un dossier portant sur un pot-de-vin reçu par un responsable du ministère de la part d'un investisseur arabe qui allait lancer un projet dans le secteur de l'énergie en Tunisie en serait la raison principale. »

Exemple :

« Il existe également des soupçons autour de l'attribution de licences d'exploration et d'exploitation de gisements de pétrole et de gaz en 2011.

Notons que Youssef Chahed a reçu, ce matin, Chawki Tabib, président de l'Instance nationale de lutte contre la corruption (INLUCC). »

Exemple :



Source : <http://www.webdo.tn/2018/08/31/des-soupçons-de-corruption-derriere-le-limogeage-collectif-au-ministere-de-lenergie/>

Le premier paragraphe explicatif : il utilise des sources pour décrire les conséquences d'une action.

Exemple :

« *L'armée canadienne envisage d'envoyer cinq soldats en Tunisie afin de fournir une formation antiterroriste à l'armée nationale, rapporte le site d'information canadien Ottawa Citizen* ».

The screenshot shows a news article on the Tunisian website 'webdo'. The article title is 'Vers l'envoi de soldats canadiens en Tunisie pour former l'armée tunisienne au contre-terroriste'. Below the title is a photo of a Canadian soldier in camouflage with a Canadian flag patch on the sleeve. To the right of the article is an advertisement for 'SMART ADSL' and a cartoon titled 'BONJOUR!' with a signature 'Dessin de Lotfi Ben Sassi'.

Source : <http://www.webdo.tn/2017/09/30/vers-lenvoi-de-soldats-canadiens-tunisie-former-larmee-tunisienne-contre-terroriste/>

Assurez-vous d'en mentionner la preuve dans le troisième ou quatrième paragraphe, de préférence à partir d'une source identifiée.

Suite exemple : « *Dans le cadre du Programme canadien de renforcement des capacités en matière de lutte contre le terrorisme, le personnel des Forces armées canadiennes envisage de se déployer dans le cadre d'un effort international visant à former les forces de sécurité d'autres pays afin d'accroître leur capacité à maintenir la sécurité à l'intérieur de leurs frontières* », a déclaré le porte-parole de la Défense nationale, Daniel Le Bouthillier, en s'exprimant sur celle éventuelle action militaire.

Citation des sources dans un premier paragraphe : la citation de la source dans le premier paragraphe vient généralement à la fin de ce paragraphe. S'il y a doute sur la crédibilité de l'information, la source doit être citée entre guillemets en premier lieu.

Exemple :

« *Le journal américain Newsweek, qui se base sur un rapport du cabinet de renseignement de sécurité basé à Washington, "Groupe Soufan", a révélé que le nombre de combattants tunisiens en Syrie et en Irak est en baisse, passant de 6 000 à en 2015 à 2 920 aujourd'hui.* »

les rangs de l'État islamique en baisse, 800 sont retournés en Tunisie

Rihab Boukhayatia
HuffPost Tunisie



ANDIA/UTG VIA GETTY IMAGES

North-East of Syria, Rojava: The Kobani canton, in the Federation of Northern Syria - Rojava, more commonly known as Syrian Kurdistan or Western Kurdistan, struggles against Daesh. Here, two armed soldiers of the People's Protection Units (YPG) near the front line. (Photo by Andia/UTG via Getty Images)

S'INSCRIRE ET NOUS SUIVRE TUNISIE

Avec la newsletter quotidienne du HuffPost, recevez par email les titres les plus importants et les meilleurs articles du jour. [En savoir plus](#)

✉ Newsletter

adresse@email.com

S'inscrire →

f Facebook

Twitter

ON EN PARLE

Source : https://www.huffpostmaghreb.com/entry/combattants-tunisiens-eta_mg_18367690

Exemple :

« *Quelque 5 000 Tunisiens ont rallié l'Etat islamique en Syrie et en Libye, selon l'ONU en 2015. C'est l'un des plus gros contingents.* »

4 - POINTS CLÉS LORS DE L'ÉCRITURE DES ARTICLES :

- **Précision** : si vous ne pouvez pas énoncer correctement les faits, personne ne croira ce que vous avez rédigé. Ne supposez jamais que votre public a déjà une idée de ce qui s'est passé. Vous devez toujours indiquer des informations générales et des explications chaque fois que vous rédigez un article, même si c'est à propos d'un événement qui est en cours depuis un certain temps.

Imaginez que vous écrivez à un lecteur ou un auditeur qui a été à l'étranger pendant des mois et qui vient de rentrer au pays.

- **Soyez neutre** : n'indiquez jamais si une personne ou l'autre a raison. Laissez votre public en juger.
- **Clarté** : évitez de sombrer dans la complexité des détails et les chiffres. Utilisez un style simple et direct.
- **Révision et réécriture** : relisez les articles au moins deux fois, vérifiez et corrigez les chiffres, voire la grammaire, contrôlez tout, en particulier les noms des personnes et des lieux. N'attendez pas que quelqu'un d'autre découvre vos erreurs, même si le secrétaire de rédaction ou le chef d'édition sont là pour cela.
- **Les citations** : cherchez toujours à trouver de bonnes citations attrayantes. Elles donnent une âme à vos papiers et les empreignent de crédibilité. Mais il ne faut pas non plus sur-utiliser les citations, dont beaucoup seraient difficiles à comprendre, surtout à l'oral ou l'auditeur/téléspectateur peut perdre rapidement le fil.

Dans le cas où les citations composent le gros du corps de l'information, citez l'essentiel en style direct et utilisez le reste en style indirect.

Reliez les différents points dans les articles à travers un cheminement logique pour aider le lecteur à passer en douceur d'un point à l'autre. Gardez le flux d'informations fluide dans les nouvelles.

- **Équilibre** : assurez-vous que ce que vous écrivez ne suggère pas que vous êtes partial envers n'importe quelle partie et que vous ne faites pas revêtir votre opinion à l'information. Assurez-vous de présenter le point de vue des différentes parties au sujet d'une question. Donnez à toute personne accusée d'une infraction la possibilité de répondre. Lorsqu'elle refuse de s'exprimer, mentionner ce refus.
- **Contexte** : les arrière-plans sont essentiels pour toutes les nouvelles. Il faut les tisser au fil de la rédaction de l'actualité plutôt que de les mettre au milieu de l'histoire ou à la conclusion. Notez les principaux points sur une feuille et radiez chaque point traité que vous entrez à un endroit approprié de l'article.
- **Points attractifs** : Les détails et la description donnent du relief à l'information et prouvent au lecteur que vous étiez sur les lieux de l'évènement.

5 - LES SOURCES :

En règle générale, plus il y a de sources d'information, plus les nouvelles se confirment. Établir une relation avec de nouvelles sources n'est pas une perte de temps du tout.

La plupart des rédacteurs en chef exigent que l'article contienne au moins deux sources indépendantes pour approuver un article fiable. Dans certains cas, une seule source peut satisfaire, à condition qu'elle soit digne de foi. Évitez les sources non définies et ne les utilisez pas du tout lorsque vous mentionnez des allégations ou des questions controversées. Attaquer d'autres personnes sous couvert de l'anonymat est inacceptable.

- **Être honnête** : soyez honnête avec vos sources pour votre propre bien et le leur. Si la source demande que son nom ne soit pas publié, négociez avec elle le format autant que possible. La citation de la source donne évidemment davantage de crédibilité à une information qu'une citation sous couvert d'anonymat.

- **Contexte** : quand une source dit qu'elle donne des informations « *comme une base de fond* » (pour le « *background* » ou « *pour la bonne compréhension* »), cela signifie qu'elle veut que vous les utilisiez. Dans ce cas, n'utilisez pas ces informations dans votre récit à moins que vous ne les obteniez auprès d'une autre source indépendante.
- « **Puis-je voir votre article ?** » : résistez à la demande des sources de relire votre article avant que vous ne le publiiez ou diffusiez. Si vous devez le faire, précisez que c'est que pour des raisons d'exactitude et que vous ne changerez pas le sens des citations.

6 - COMMENT TRAITER AVEC LES CHIFFRES :

Tout journaliste est en présence d'une abondance de chiffres qu'il doit expliquer à son public. D'où l'importance de se familiariser avec les pourcentages, les moyennes, les écarts-types et les valeurs statistiques.

Un journaliste doit être capable de comprendre ce qu'on lui dit par les chiffres pour pouvoir leur donner un sens afin que le public en saisisse facilement la portée.

Exemple :

Si vous voulez que votre public puisse imaginer un terrain de 0,735 hectare, comparez-le à une grandeur familière au public, comme un terrain de sport, etc. Plutôt que de parler d'un jardin de 0,500 hectare, écrivez que ce jardin a « *environ la taille d'un terrain de foot* ».

Vérifier toujours les chiffres

Avant de publier les chiffres, certains responsables d'entreprises ou d'administrations ont tendance à gonfler les chiffres pour vanter leurs résultats.

Exemple :

Le ministre du Tourisme a annoncé que la Tunisie dépassera le cap de sept millions de touristes en 2019. Un chiffre jamais atteint auparavant. Alors qu'on lisait les chiffres du ministère de l'Intérieur sur les entrées des non-résidents, on se rend compte que plus de cinq millions des entrées sont de nationalités libyennes et algériennes. Or, les ressortissants de ces deux pays ne séjournent que rarement dans les hôtels ce qui veut dire que les nuitées aux hôtels n'ont pas augmenté et que les touristes qui ont séjourné dans les hôtels et qui sont de nationalités européennes ne forment pas plus de 20% des totaux des entrées. Résultat : l'activité touristique n'est pas aussi reluisante qu'on le prétend.

Exemple :

Lors d'une manifestation les organisateurs avancent toujours des chiffres gonflés pour souligner la réussite et l'ampleur de l'évènement alors que la police peut annoncer des chiffres bien en deçà de ceux des organisateurs. Astuce : le comptage par rang consiste à se mettre dans un point fixe et à y rester pendant que le cortège des manifestants défile. Il suffit de compter le nombre de manifestants par rang puis de le multiplier par le nombre de rangs.

Autre astuce : Le comptage par hauteur. Il s'agit de trouver un endroit qui offre une vue aérienne de la rue où défilent les manifestants et de placer trois personnes dans trois points différents qui auront la charge de compter le nombre de rangs. Il faudra ensuite comparer les résultats des trois comptages pour avoir un résultat plus ou moins optimal.

Recourir aux applications de comptage : Vous pouvez également vous faire aider par des applications de comptages qui sont en ligne pour évaluer la foule et sa densité.



Comparaison : Un nombre en soi ne nous dit pas grand-chose. Mais il pourrait devenir significatif si vous le comparez à celui de la dernière année, le mois dernier ou à celui d'une autre société.

Exemple :

Le taux de croissance de 5,6% en 2010 a chuté à 2,1% en 2019.

Utilisez des fractions et des pourcentages au lieu de chiffres - un demi-million de dollars est mieux que 500 000 \$.

Recherchez un angle humain : les gens aiment lire sur les gens. Comment la hausse des taux d'intérêt affecte-t-elle les acheteurs de maisons ? Est-ce que des gens vont perdre leur emploi ?

Exemple :

L'augmentation du taux moyen du marché monétaire (TMM) de 5,75% à 7,75% a entraîné une désaffection pour les crédits logements. Cette augmentation ne pénalise pas uniquement les consommateurs mais également le secteur de la promotion immobilière qui passe déjà par une crise et risque de licencier de nombreux employés.

7 - QUESTIONS D'ÉTHIQUE :

Les institutions de presse de chaque pays ont leur propre charte déontologique qui varie dans certains détails en fonction des circonstances locales et des coutumes, mais la plupart s'accordent sur les points-clés.

Parmi d'autres textes nationaux ou internationaux, la Charte mondiale d'éthique des journalistes, adoptée lors du congrès mondial de la Fédération internationale des journalistes (FIJ) tenu en juin 2019 à Tunis .



Charte mondiale des journalistes de la FIJ

La Charte d'éthique mondiale des journalistes de la FIJ a été adoptée lors du 30e congrès mondial de la FIJ à Tunis, le 12 juin 2019. Elle complète le Code de principes de la FIJ sur la conduite des journalistes (1954), dit «Déclaration de Bordeaux».

La Charte repose sur des textes majeurs du droit international, notamment la Déclaration universelle des droits de l'homme. Elle contient un Préambule et 16 articles et précise les droits et les devoirs des journalistes en termes d'éthique.

Préambule

Le droit de chacun.e à avoir accès aux informations et aux idées, rappelé dans l'article 19 de la Déclaration Universelle des Droits Humains, fonde la mission du journaliste. La responsabilité du/de la journaliste vis-à-vis du public prime sur toute autre responsabilité, notamment à l'égard de ses employeurs et des pouvoirs publics. Le journalisme est une profession, dont l'exercice demande du temps et des moyens et suppose une sécurité morale et matérielle, indispensables à son indépendance. La présente déclaration internationale précise les lignes de conduite des journalistes dans la recherche, la mise en forme, la transmission, la diffusion et le commentaire des nouvelles et de l'information, et dans la description des événements, sur quelque support que ce soit.

1. Respecter les faits et le droit que le public a de les connaître constitue le devoir primordial d'un.e journaliste.
2. Conformément à ce devoir le/la journaliste défendra, en tout temps, les principes de liberté dans la collecte et la publication honnêtes des informations, ainsi que le droit à un commentaire et à une critique équitables. Il/elle veillera à distinguer clairement l'information du commentaire et de la critique.

3. Le/la journaliste ne rapportera que des faits dont il/elle connaît l'origine, ne supprimera pas d'informations essentielles et ne falsifiera pas de documents. Il/elle sera prudent dans l'utilisation des propos et documents publiés sur les médias sociaux.

4. Le/la journaliste n'utilisera pas de méthodes déloyales pour obtenir des informations, des images, des documents et des données. Il/elle fera toujours état de sa qualité de journaliste et s'interdira de recourir à des enregistrements cachés d'images et de sons, sauf si le recueil d'informations d'intérêt général s'avère manifestement impossible pour lui/elle en pareil cas. Il/elle revendiquera le libre accès à toutes les sources d'information et le droit d'enquêter librement sur tous les faits d'intérêt public.

5. La notion d'urgence ou d'immédiateté dans la diffusion de l'information ne prévaudra pas sur la vérification des faits, des sources et/ou l'offre de réplique aux personnes mises en cause.

6. Le/la journaliste s'efforcera par tous les moyens de rectifier de manière rapide, explicite, complète et visible toute erreur ou information publiée qui s'avère inexacte.

7. Le/la journaliste gardera le secret professionnel concernant la source des informations obtenues confidentiellement.

8. Le/la journaliste respectera la vie privée des personnes. Il/elle respectera la dignité des personnes citées et/ou représentées et informera les personnes interrogées que leurs propos et documents sont destinés à être publiés. Il/elle fera preuve d'une attention particulière à l'égard des personnes interrogées vulnérables.

9. Le/la journaliste veillera à ce que la diffusion d'une information ou d'une opinion ne contribue pas à nourrir la haine ou les préjugés et fera son possible pour éviter de faciliter la propagation de discriminations fondées sur l'origine géographique, raciale, sociale ou ethnique, le genre, les mœurs sexuelles, la langue, le handicap, la religion et les opinions politiques.

10. Le/la journaliste considérera comme fautes professionnelles graves le plagiat, la distorsion des faits, la calomnie, la médisance, la diffamation, les accusations sans fondement.

11. Le/la journaliste s'interdira de se comporter en auxiliaire de police ou d'autres services de sécurité. Il/elle ne sera tenu de remettre à ces services que des éléments d'information rendus publics dans un média.

13. Le/la journaliste n'usera pas de la liberté de la presse dans une intention intéressée, et s'interdira de recevoir un quelconque avantage en raison de la diffusion ou de la non-diffusion d'une information. Il/elle évitera – ou mettra fin à – toute situation pouvant le conduire à un conflit d'intérêts dans l'exercice de son métier. Il/elle évitera toute confusion entre son activité et celle de publicitaire ou de propagandiste. Il/elle s'interdira toute forme de délit d'initié et de manipulation des marchés.

14. Le/la journaliste ne prendra à l'égard d'aucun interlocuteur un engagement susceptible de mettre son indépendance en danger. Il/elle respectera toutefois les modalités de diffusion qu'il/elle a acceptées librement, comme « l'off », l'anonymat, ou l'embargo, pourvu que ces engagements soient clairs et incontestables.

15. Tout-e journaliste digne de ce nom se fait un devoir d'observer strictement les principes énoncés ci-dessus. Il/elle ne pourra être contraint-e à accomplir un acte professionnel ou à exprimer une opinion qui serait contraire à sa conviction et/ou sa conscience professionnelle.

16. Reconnaissant le droit connu de chaque pays, le/la journaliste n'acceptera, en matière d'honneur professionnel, que la juridiction d'instances d'autorégulation indépendantes, ouvertes au public, à l'exclusion de toute intrusion gouvernementale ou autre.

En complément des chartes, retenez les règles suivantes :

Ne pas plagier :

il est pénalement et moralement répréhensible d'utiliser des informations qui ne sont pas les vôtres, ou sans citer leur source, dans la limite de volumes acceptables.

Ne jamais accepter un pot-de-vin :

de nombreux journalistes en Tunisie n'ont pas de bons salaires, de sorte qu'ils peuvent être perméables aux pots-de-vin des politiciens, des administrations, des ONG ou entreprises pour relayer des informations servant leurs intérêts ou pour empêcher la publication de reportages qui leur sont préjudiciables.

Être prudent avec la « convivialité » des informateurs :

il n'y a pas d'invitation à déjeuner gratuite. Les responsables et les organisations qui offrent une hospitalité de ce genre attendent habituellement quelque chose en retour. Prenez les informations, sans contrainte, en les recroisant évidemment par la suite.

Ne jamais révéler ses sources :

les journalistes ne doivent révéler leurs sources que par ordonnance du tribunal. Toutefois on peut contester cette ordonnance sur foi de l'article 11 du décret-loi n°2011-115 du 2 novembre 2011 relatif à la liberté de la presse, de l'imprimerie et de l'édition qui stipule que « *sont protégées les sources du journaliste dans l'exercice de ses fonctions, ainsi que les sources de toute personne qui contribue à la confection de la matière journalistique* » .

Séparez vos opinions politiques de celles de vos articles.



Focus groups du PAMT en régions

De mars à mai 2019, le PAMT, en partenariat avec le Centre africain de perfectionnement des journalistes et communicateurs (CAPJC) et le Centre de Tunis pour la liberté de la presse (CTLP) a organisé dans 4 chefs-lieux de gouvernorat⁴ des formations centrées sur l'information de proximité et le traitement médiatique des groupes vulnérables.

En parallèle aux sessions, 4 focus groups se sont tenus, avec pour objectif de recueillir les témoignages des participants sur leurs pratiques du métier de journalistes, mais aussi leurs difficultés à exercer et leurs attentes professionnelles. Le présent guide s'est nourri de ces échanges.

Ces problèmes et besoins ont été synthétisés ci-dessous.

En raison de sa proximité géographique « *de première ligne* », le localier est tenu, vis-à-vis du public, pour responsable de la véracité des nouvelles qu'il produit.

Toutefois, le journaliste correspondant fait face à plusieurs obstacles dans l'accomplissement de son devoir notamment :

- ▶ Pressions des autorités locales.
- ▶ Difficulté d'accès aux informations.
- ▶ Manque de logistique et de matériel.
- ▶ Absence de formation.
- ▶ Dénigrement de la part des collègues du siège.
- ▶ Difficulté de communication avec la salle de rédaction.
- ▶ Problème d'identité professionnelle (plus de 90 % des journalistes en régions n'ont pas de carte de presse).
- ▶ Agressions et harcèlement.
- ▶ Méconnaissance de l'éthique.
- ▶ Incapacité à distinguer les données personnelles des données privées.

Situation des journalistes régionaux :

Les médias publics et privés comptent sur l'apport des correspondants régionaux et locaux dans les différentes régions tunisiennes pour enrichir et diversifier leurs contenus.

Toutefois, malgré l'importance du rôle du journaliste dans le rapprochement des médias avec le citoyen et dans la transmission de l'information au public, la plupart des correspondants exercent dans des conditions sociales, professionnelles et économiques précaires.

En effet, selon les témoignages des journalistes correspondants, la plupart d'entre eux travaille soit avec des contrats de travail dégradants, soit sans contrats. Les médias, surtout locaux, arguent de l'absence de ressources financières suffisantes et de leurs soucis à compresser les charges pour obliger les journalistes à accepter cet état de fait.

Les mauvaises conditions financières et matérielles des correspondants, dont la plupart travaillent sur la base du système des piges, ont à leur tour un impact négatif sur la qualité de leur travail journalistique. C'est un cercle vicieux, préjudiciable à la qualité de l'information.

Non-paiement des salaires :

La plupart des journalistes correspondants souffrent du non-paiement des salaires ou des piges. Un journaliste représentant d'une chaîne privée d'envergure nationale déplore un retard de paiement de plus de 7 000 dinars.

Plusieurs correspondants avouent qu'ils sont contraints de payer de leurs poches (déplacements, téléphone) pour pouvoir fournir de la matière aux différents supports.

Fermeture d'organes de presse et renvoi des journalistes :

Beaucoup de journalistes correspondants et locaux ont révélé avoir été victimes au cours des derniers mois de licenciements pour différentes causes. Quelques exemples :

Radio Oasis FM :

La Haute autorité indépendante de la communication audiovisuelle (HAICA) a retiré la licence de radiodiffusion après un litige entre les actionnaires de la radio d'où le licenciement de cinq journalistes.

Radio Nejma FM :

Quatre journalistes travaillant dans cette chaîne ont été mis à la porte après une saisie effectuée aux locaux de la chaîne pour non-paiement des redevances de l'Office National de la Télédiffusion (ONT).

Radio Oxygène FM :

Deux journalistes ont été privés de leur carte de journaliste professionnel et expulsés arbitrairement.

Nessma TV :

Plus de cinq journalistes ont été renvoyés et leurs contrats résiliés sans pour autant obtenir un dédommagement matériel.

Harcèlement des journalistes :

- Le 23 novembre 2018, le correspondant de la radio Alyssa FM, Nasser Bouzid, a été entendu par la brigade de recherche et inspection de la Garde nationale à Sidi Bouzid pour perturbation des exercices d'une association sportive.
- Le 21 janvier 2019, Montasser Sassi, reporter de Radio Shems FM a été auditionné par une brigade de police judiciaire à Hammamet. Il a ensuite été entendu par le parquet devant le tribunal de première instance de Nabeul.
- Le 9 février 2019, Saleh Ben Farhat, correspondant d'Oxygène FM a été accusé de diffamation contre un agent public.
- Le 20 mars 2019, Yathrib Al-Mashiri, correspondante de Radio Sabra FM, a comparu devant une division de la garde nationale de Tataouine. Elle a été accusée de diffamation.
- Le 25 mars 2019, l'éditeur du site des journalistes tunisiens de Sfax, Hafedh Keskes a été convoqué devant la brigade de police scientifique de la garde nationale à Sfax, accusé de diffusion de fausses nouvelles sur fond de plainte d'une entreprise laitière privée.

Recommandations des focus groups :

Les focus groups menés de mars à mai 2019 ont permis d'identifier quelques pistes – règles et conseils - que les journalistes et les correspondants peuvent adopter pour maintenir un niveau professionnel. Elles ont été en grande partie intégrées dans le présent manuel.

Les journalistes sont cependant d'avis qu'il ne faut pas interpréter ces normes de manière trop restrictive. Il est nécessaire d'avoir à l'esprit qu'une application abusive ne doit pas constituer une ingérence dans la liberté d'expression et empêcher la publication de reportages d'intérêt public. Question d'équilibre.

Webographie :

Charte mondiale d'éthique des journalistes (FIJ), article 4 : <https://www.ifj.org/fr/qui/regles-et-politique/charte-mondiale-dethique-des-journalistes.html>

Les règles de l'écriture journalistique, technique de la pyramide inversée : <https://slideplayer.fr/slide/9722569/>

Journal La Presse : <https://lapresse.tn/21631/58-millions-de-touristes-ont-visite-la-tunisie-jusquau-20-aout-2019/>

Propriété intellectuelle : <http://www.otdav.tn/duree-droit-dauteur/>

Protection des sources : http://www.inric.tn/fr/Decret-loi_relatif_a_la_liberte_de_la_presse.pdf

L'écriture web : <https://www.wearethewords.com/dossier-ecriture-web-fondamentaux-bonnes-pratiques/>

Technique de la pyramide inversée : <https://www.ecrirepourleweb.com/pyramide-inversee-heritage-du-journalisme-cher-redaction-web/>

Principe de la pyramide inversée pour le Web : <https://fr.semrush.com/blog/redaction-web-seo-en-2019/>

L'hypertextualité : <https://www.journaldunet.fr/web-tech/dictionnaire-du-webmastering/1203435-lien-hypertexte-definition-translation/>

Chiffres sur les réseaux sociaux dans le monde en 2019 : <https://boulevardduweb.com/chiffres-reseaux-sociaux-2019/>

Chiffres sur les réseaux sociaux en Tunisie en 2019 : <https://www.digital-discovery.tn/chiffres-reseaux-sociaux-tunisie-2019/>

Loi de la proximité en journalisme : <http://glossaire.infowebmaster.fr/loi-de-proximite/>