

MEDIATION

Semestriel
publié par
la Fondation
Hirondelle

S'INFORMER POUR COMPRENDRE, dialoguer POUR S'ENTENDRE

Expliquer la fabrique de l'information

Le journalisme n'a pas pour mission d'éduquer, mais d'informer. Traiter et fournir une information précise et claire, ce n'est pas la même chose que d'enseigner à lire, écrire, et compter. Ces deux missions, aussi nécessaires l'une que l'autre, demandent chacune un savoir-faire et des qualités spécifiques. Journalistes comme enseignant/es contribuent cependant à un même objectif d'intérêt général: nous aider à comprendre comment fonctionne le monde. Face à la désinformation qui inonde les réseaux sociaux, face au relativisme généralisé qui met sur le même plan les opinions et les faits, ceux qui ont pour profession d'exposer la réalité telle qu'elle est doivent aujourd'hui pour être crédibles, expliquer comment ils/elles travaillent. Montrer et faire comprendre les techniques et principes qui guident la production d'information, c'est l'un des objectifs de «l'éducation aux médias». Il s'agit aussi d'expliquer comment distinguer une information, factuelle et vérifiée, d'un mensonge ou d'une tentative de manipulation. Passer des affirmations à l'épreuve des faits, c'est aussi cela le rôle du journalisme. La Fondation Hirondelle s'y emploie depuis 25 ans, avec ses journalistes, médias et partenaires dans des contextes où une information crédible peut parfois sauver des vies.

Nicolas Boissez

Délégué à la communication et aux relations extérieures



Des étudiant/es assistent à un cours sur les «Fausses nouvelles : accès, sécurité et véracité de l'information», à Sao Paulo, Brésil, en 2018. © Miquel SCHINCARIOL / AFP

LES MÉDIAS AU SERVICE DE L'ÉDUCATION

Dans un monde où les réseaux sociaux sont une source majeure d'information et de désinformation, savoir distinguer un fait d'un mensonge est un enjeu démocratique. Dans ce travail d'éducation, les médias doivent prendre toute leur part.

En 2020, les réseaux sociaux étaient la principale source d'information sur l'actualité pour 26% des utilisateurs d'Internet dans le monde, à quasi-égalité avec les sites médias (28%) et les moteurs de recherche (25%). Et ce, notamment auprès des plus jeunes: 38% des utilisateurs d'Internet âgés de 18 à 24 ans cherchent des nouvelles d'abord sur les réseaux sociaux. Pourtant, quatre ans après le scandale Cambridge Analytica - du nom de la société britannique qui avait massivement diffusé de fausses informations à des profils psychologiques ciblés sur les réseaux sociaux en vue d'influencer leurs votes -, peu a été fait pour améliorer la fiabilité des informations qui y sont partagées. Une vingtaine d'Etats ont certes légiféré contre la désinformation en ligne, restreignant le spectre des messages qui pouvaient être diffusés sur les réseaux sociaux. Mais certaines de ces lois s'ins-

crivent dans le cadre de mesures de censure mises en œuvre par des régimes autoritaires. De leur côté, les réseaux sociaux ont commencé à s'atteler à ce problème qui nuit à leur réputation, mais beaucoup reste à faire pour aider le public à s'orienter en ligne vers des informations fiables.

Depuis une vingtaine d'années, il existe au sein de l'Unesco un cadre de réflexion international pour ce faire: l'Éducation aux médias et à l'information (EMI). Celle-ci entend améliorer la capacité des personnes à «recevoir et à diffuser des informations de façon pertinente, éthique et critique», afin de mieux rendre effectif leur droit à l'information reconnu par l'article 19 de la Déclaration universelle des droits humains. Aider les citoyennes et citoyens, de tous âges et de toutes conditions, à s'extirper du magma de la propagande plus ou moins violente qui sévit sur la toile, est devenu un enjeu majeur, et global. Il ne concerne pas que les Etats, les organisations internationales, ou les écoles et universités, mais aussi les médias eux-mêmes.

Pour que les informations qu'ils traitent et diffusent puissent continuer à être vues, entendues, lues et crues par le plus grand nombre, les médias sont aujourd'hui dans l'obligation d'expliquer davantage comment ils travaillent. Ils peuvent ainsi contribuer à l'éducation du public sur la «fabrique» de l'information. Ce numéro présente des actions récentes de la Fondation Hirondelle en la matière, et les met en regard avec des initiatives de médias et des réflexions de journalistes de référence à travers le monde. ■

Entretiens

ÊTRE UN BON JOURNALISTE, C'EST AUSSI POUVOIR EXPLIQUER SA MÉTHODE

Dans une optique d'éducation aux médias, la Fondation Hironnelle vient de publier « Le Journalisme en 300 questions », série de 31 vidéos avec des professionnels des médias pour expliquer les contraintes, les défis et les principes de la production de l'information¹. Verbatims.

Mort Rosenblum, reporter à Associated Press et au *International Herald Tribune*

- « Le journalisme, c'est raconter l'histoire, parler de faits qui ont été vérifiés. »

- « Tout le monde a le droit de se faire sa propre opinion, mais pas ses propres faits. »

- « Si votre sujet repose sur trois sources, vous pouvez commencer à y croire. »

Jean-Philippe Rémy, responsable du bureau Afrique au quotidien *Le Monde*

- « Le journalisme de reportage est un artisanat, il n'y a pas de recette. »

- « Tout ce qui s'observe sur le terrain est irremplaçable. Il faut vraiment aller sur le terrain pour comprendre ce qu'on ne pensait pas devoir trouver. »

- « Il faut être très à l'écoute de ce que l'on vient voir, de ce pourquoi on vient faire ce reportage, du groupe d'humains qu'on vient rencontrer, et tenter de les comprendre avec la plus grande justesse... et ça, ça demande beaucoup de préparation: avant de partir, on lit, on discute, on absorbe. »

- « Un texte journalistique est une démonstration, un voyage traversé d'éléments factuels, sans opinion personnelle, qui fournit l'information la plus fluide possible grâce à un travail de vulgarisation. »

La journaliste philippine Maria Ressa, qui a cofondé et dirige Rappler, principal site d'investigation du pays, s'exprime lors d'une conférence de presse à Manille le 15 juin 2020 après sa condamnation pour « cyberdiffamation ». © Ted ALJIBE / AFP

Au final, la narration a permis au lecteur de suivre et de se faire une opinion. »

Claude Guibal, grand reporter à la rédaction internationale de Radio France

- « Le reportage vous amène à être en empathie, dans une communication très proche avec la personne qui est en face de vous. Une bonne interview est toujours le fruit d'un échange, d'une rencontre des sensibilités. »

- « Je ne sais pas si les femmes apportent vraiment quelque chose au journalisme parce qu'elles sont femmes, ou si le fait de démultiplier les regards [y compris féminins] permet d'enrichir le journalisme. »

- « Il y a des pays où la place de la femme est telle que l'accès à la source d'information est facilité. Par exemple dans les pays du Proche-Orient où j'ai travaillé pendant quinze ans, le monde des femmes avec leur intimité m'était ouvert, alors que ce n'était pas forcément le cas pour des journalistes hommes. Et embrasser toutes les facettes d'une société est aujourd'hui rendu possible par la féminisation du métier de journaliste. »

Patrick Chauvel, photojournaliste, documentariste, écrivain

- « Si tu veux une vraie image avec des gens sincères, il faut aller devant. »

- « La personne qui est prise en photo participe à la photographie. »

- « Une bonne photo, emblématique, c'est un instant, c'est celle qui résume tout. »

- « On ne travaille pas que pour la presse, on travaille aussi pour la mémoire collective. »

Patrick Chappatte, dessinateur de presse

- « Le dessin de presse est un hybride, un mélange de billet d'humeur et de commentaire qui prend la forme du dessin. (...) C'est un langage simplifié qui va droit à l'essentiel. »

- « Le dessin de presse est dans le registre de l'humour et de la satire. Or l'humour est culturel, c'est un registre un peu incontrôlable. »

- « L'attentat de *Charlie Hebdo* a révélé une crise culturelle de la mondialisation, au sens où des images qui ont été produites pour un certain lectorat ont été diffusées à des gens qui ne sont pas du tout prêts à les comprendre. »

- « Les journaux satiriques sont dans le registre de la provocation, ils sont là pour tester les limites de la liberté d'expression. »

« Tout le monde a le droit de se faire sa propre opinion, mais pas ses propres faits »

Mort Rosenblum, reporter à Associated Press

Pascal Crittin, directeur de la Radio Télévision Suisse (RTS)

- « Un média de service public existe par la légitimité publique, par la confiance du public, par le fait que tous les publics se reconnaissent en lui. Le service public est là pour faire exister toutes les opinions. »

¹ A visionner ici : <https://www.hironnelle.org/fr/masterclasses-presentation>

- «La mission du service public, c'est d'offrir le maximum d'informations, le maximum de clés de compréhension pour qu'ensuite l'opinion publique puisse faire un choix équilibré et se comporter en citoyens actifs. Indépendamment des régimes politiques dans lesquels on est, cette compréhension va permettre aux citoyens d'agir.»

Maria Ressa, fondatrice et directrice du média philippin en ligne Rappler

- «Les réseaux sociaux diffusent l'information. Mais ils ont négligé le rôle de gardien de la vérité, qui consiste à garder les mensonges hors de l'espace public. A mesure que les réseaux sociaux deviennent les principaux diffuseurs d'informations, les mensonges se répandent plus vite que les faits.»

- «97% des Philippins sur Internet sont sur Facebook. Et quand un mensonge est dit un million de fois sur Facebook, il devient la vérité. Vous mettez tellement de pression sur les gens qu'ils ne peuvent plus distinguer les faits de la fiction. Alors c'est la voix la plus forte qui l'emporte. Que ce soit Poutine, Trump ou [le président philippin] Duterte, l'impact est le même: lorsque les gens ne savent pas ce qu'est la vérité, ce que dit le président devient la vérité. Cette amplification des mensonges menace la démocratie partout dans le monde.»

- «Les journalistes doivent continuer à faire leur travail. Le remède c'est les faits, c'est la vérité. Time Magazine nous appelle les «gardiens de la vérité», maintenant plus que jamais, le journalisme doit jouer ce rôle.»

Guillaume Daudin, ex-coordonateur d'AFP Factuel

- «Une source, c'est une personne, une donnée, un organisme auquel on va recourir pour essayer de certifier quelque chose. C'est un élément qui se construit avec le temps: on va avoir une confiance qui se construit, et on va s'assurer au fur et à mesure que ce que nous dit cette source est chose vérifiée.»

- «Ça suffit très rarement, une seule source en journalisme. La plupart du temps, on a recours à plusieurs sources, histoire de croiser des points de vue et des intérêts différents.»

- «Un bon journaliste, c'est aussi parfois un journaliste qui explique comment il a fait, qui explique sa méthode, et qui donne les clés pour refaire l'enquête qu'il a lui-même faite. Quand j'écris un article, j'essaie toujours d'expliquer point par point comment j'arrive à cette conclusion.» ■

L'école à la radio au Mali et en Centrafrique

En République centrafricaine (RCA) et au Mali, les médias de la Fondation Hironnelle réalisent depuis 2019 des programmes radio à destination des enfants déscolarisés par les crises sécuritaire et sanitaire.

En raison des conflits armés, «un million d'enfants sont en besoin d'éducation et n'ont pas accès à l'école», indique le plan de réponse humanitaire 2020 en RCA. Dans ce contexte, le ministère centrafricain de l'Education, l'Unicef et Radio Ndeke Luka, radio créée et soutenue par la Fondation Hironnelle, ont lancé fin 2019 des programmes d'enseignement dispensés à travers la radio. Tous les jours à 17h05, des leçons de calcul et de lecture en français et en sango, la langue nationale, sont diffusées dans le but de soutenir l'action du ministère de l'Education pour les enfants affectés. Une action dont l'utilité a redoublé au printemps 2020, lors de la fermeture des écoles liée à la Covid-19 sur tout le territoire national.

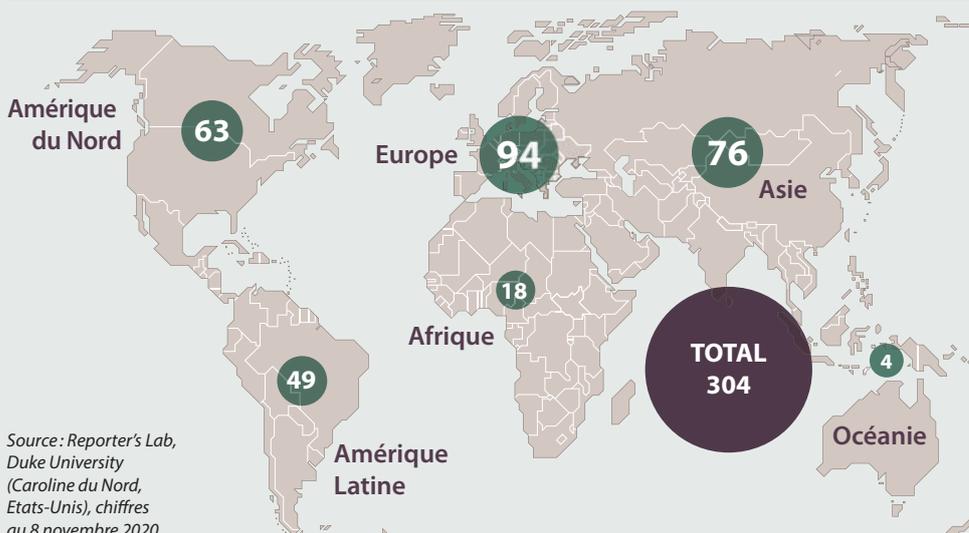
Depuis juin 2020, Studio Tamani, programme de la Fondation Hironnelle au Mali, produit des leçons radiophoniques de maths et français avec des spécialistes de l'éducation pour des enfants de 7 à 12 ans déscolarisés. Un partenariat avec l'UNICEF, le Norwegian Refugee Council et le ministère de l'Education malien, financé par la fondation suisse La Chaîne du Bonheur. La diffusion est assurée chaque matin à 10h par le réseau des 85 radios partenaires de Studio Tamani à travers le Mali, avec des rediffusions. Les leçons sont aussi diffusées l'après-midi par Mikado FM, radio des Nations unies au Mali, ainsi que sur WhatsApp. Elles sont enfin publiées sur le site web de Studio Tamani.

Le fact-checking : tout un monde

De nombreuses initiatives en ligne affichent l'ambition de vérifier factuellement («fact-checking») les informations qui circulent sur les réseaux sociaux. Depuis 2015, l'International Fact Checking Network (IFCN), émanation du Poynter Institute for Media Studies basé en Floride, veut fédérer mondialement les sites de fact-checking dont le travail répond à cinq engagements: impartialité, transparence des sources, transparence des fonds, transparence de la méthode, ouverture aux corrections. En novembre 2020, l'IFCN recensait dans le monde environ 80 sites de fact-checking répondant à ces critères. Le Reporter's Lab, qui dépend de la Duke University (Caroline du Nord), s'intéresse quant à lui aux sites de fact-checking publiés par des médias. En novembre 2020, il en comptait plus de 300 actifs à travers le monde, dont 94 en Europe et 58 aux Etats-Unis (voir carte).

Le Reporter's Lab relève l'investissement financier croissant des réseaux sociaux dans la vérification d'informations. A partir de 2018, le «programme de vérification des informations par des tiers» mis en place par Facebook au lendemain de l'élection de Donald Trump en 2016, a par exemple permis à l'Agence France Presse de développer plusieurs dizaines de sites de fact-checking dans les pays où elle est implantée. Parmi ceux-ci, AfricaCheck (panafricain) ou Chequeado (Argentine) sont devenus des sites de fact-checking de référence en Afrique et en Amérique latine. En Asie, l'IFCN et le Reporter's Lab échangent des informations avec les médias Fattabyno (Jordanie) actif sur l'ensemble du monde arabe, Factcheck.in (Inde), SNU Factcheck (Corée du Sud) ou encore Rappler (Philippines).

Nombre de médias de fact-checking dans le monde

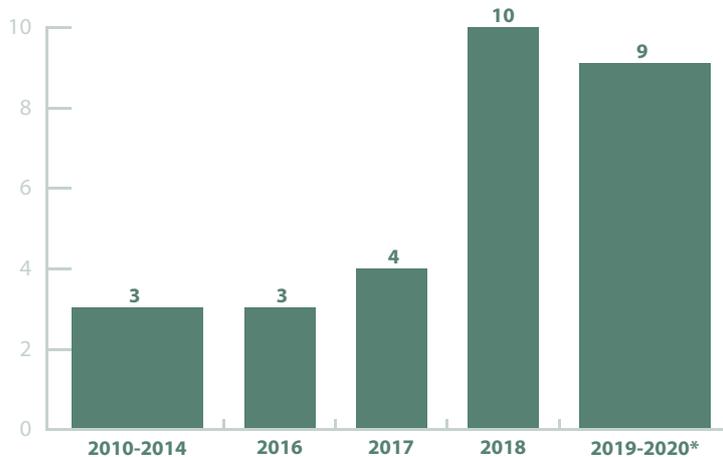
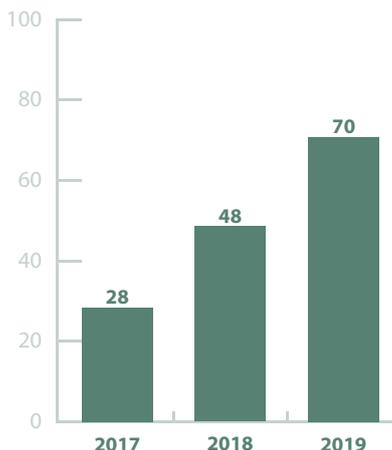


En chiffres

Désinformation en ligne : une prise en compte croissante par les Etats, pour le meilleur ou pour le pire

Nombre de pays où des campagnes de désinformation sur les réseaux sociaux ont été mises en œuvre par des gouvernements ou par des partis politiques

Source : Samantha Bradshaw & Philip N. Howard. 2019 Global Inventory of Organised Social Media Manipulation. Oxford, UK : Project on Computational Propaganda.

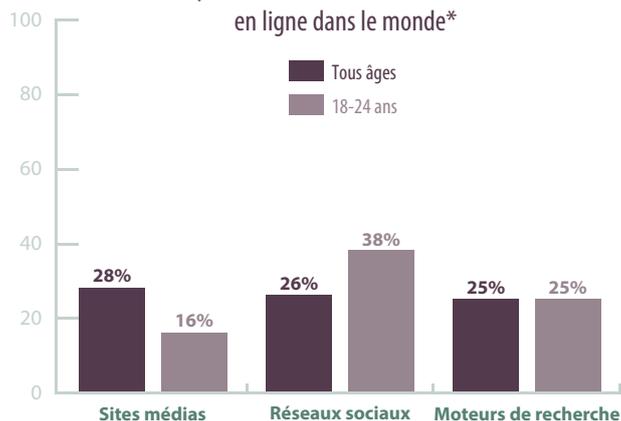


Nombre de pays ayant légiféré contre la désinformation en ligne

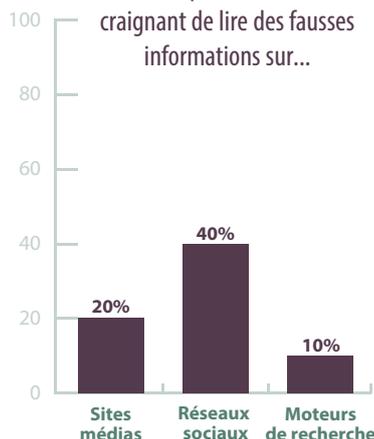
* (jusqu'au 31 mars 2020)
Source : Kalina Bontcheva & Julie Posetti (ed.), Balancing Act: Countering Digital Disinformation While Respecting Freedom of Expression, UIT-Unesco, septembre 2020

Les réseaux sociaux, source croissante mais peu fiable d'informations

Principales sources d'accès aux informations en ligne dans le monde*



Part du public mondial* craignant de lire des fausses informations sur...



* Etude menée auprès d'un échantillon de plus de 80 000 personnes dans 40 pays sur 4 continents
Source : Reuters Digital News Report 2020

Covid-19 : désinformation et fact-checking sur Facebook

f 7500

Nombre d'articles de fact-checking relatifs à la Covid-19 produits par les médias partenaires de Facebook en avril 2020

50 M. f

Nombre de posts relatifs à la Covid-19 modérés par Facebook (avertissement de lecture) en avril 2020

Source : Facebook

Election US : désinformation et fact-checking sur Twitter

37%

Part des Tweets de Donald Trump ayant fait l'objet d'une modération (avertissement de lecture) par Twitter, du 3 au 5 novembre 2020

-82%

Baisse du nombre de partages par minute des Tweets de Donald Trump après qu'ils ont fait l'objet d'une modération par Twitter, du 3 au 5 novembre 2020

Source : Election Integrity Partnership

Notre expérience

DES MÉDIAS QUI PERMETTENT D'APPRENDRE

La **Fondation Hironnelle**, qui travaille les questions d'information et de formation depuis sa création il y a 25 ans, investit aussi le champ de l'éducation par et sur les médias. Etat des lieux avec **Caroline Vuillemin**, directrice générale, et **Michel Beuret**, responsable éditorial.

La Fondation Hironnelle intervient dans des pays où les médias d'information manquent, mais où manquent parfois également une culture de l'information et tout un ensemble de services publics. Selon vous, un média est-il également un outil d'éducation ?

Caroline Vuillemin: Le premier rôle d'un média n'est pas l'éducation mais l'information, le plus souvent à destination de personnes adultes. C'est en ce sens que travaillent les médias de la Fondation Hironnelle dans la dizaine de pays où nous intervenons actuellement. Mais dans certains pays où les services publics ne sont pas ou plus assurés par les Etats, il nous arrive d'utiliser nos médias pour rendre à la population certains services de base. Parmi ceux-ci, l'information sur les droits humains ou civiques, mais aussi des informations pratiques comme les démarches nécessaires pour ouvrir une petite entreprise, améliorer ses cultures, obtenir une bourse d'études... Récemment, face à la pandémie de Covid-19 qui a provoqué la fermeture d'écoles en RCA et au Mali, nos médias, en partenariat avec les Ministères de l'éducation et des experts pédagogiques, ont produit et diffusé des programmes radiophoniques scolaires à destination des élèves contraints de rester confinés à la maison. Dans cette situation spécifique, ils ont pleinement assumé un rôle d'éducation. (voir encadré page 3)



Une journaliste de Radio Ndeke Luka, média créé et soutenu par la Fondation Hironnelle en Centrafrique, en reportage dans une classe de Bangui. © Marc Ellison / Fondation Hironnelle

La Fondation Hironnelle a récemment publié une trentaine de vidéos « masterclasses » sur le journalisme, interrogeant en « 300 questions » des journalistes et spécialistes des médias francophones et anglophones². Quel est le sens de cette démarche ?

Michel Beuret: Dans l'anarchie de l'information en ligne, s'informer revient à circuler dans un monde sans carte, ni boussole. Pour éviter le pire - la désinformation et le manque de pluralité des points de vues qui créent de l'entre-soi ou des bulles informationnelles, mieux vaut comprendre la mécanique de la fabrique de l'information. C'est tout le sens de ces vidéos « masterclasses » en accès libre, que j'ai coordonnées dans une optique d'éducation aux médias. Elles couvrent une trentaine de thèmes avec autant de spécialistes dans leurs domaines: le reportage, la fabrique de l'information, l'économie des médias, les « fake-news » (comment les déjouer?), le travail des sources, les droits et devoirs du journaliste, l'avenir de la presse, etc. Au total, 300 questions réparties en 30 capsules de 12 à 18 minutes chacune - soit plus de 6 heures d'interviews filmées et sous-titrées en anglais et français, à disposition des journalistes en formation mais aussi de toute personne intéressée par ces enjeux.

Vous venez de citer deux initiatives récentes de médias éducatifs et d'éducation aux médias. Comment la Fondation Hironnelle se situe-t-elle sur les questions d'éducation aujourd'hui ?

Michel Beuret: Dans la cacophonie médiatique actuelle où toutes les informations semblent se valoir, la plupart des personnes que nous avons interrogées insistent sur les missions de base du journalisme: se rapprocher des gens et des situations, s'appuyer sur plusieurs sources pour établir les faits, raconter des histoires vraies, aider les utilisateurs des médias à comprendre la réalité afin de mieux pouvoir agir...

Caroline Vuillemin: L'éducation est comprise par nous au sens large: l'opportunité pour nos publics d'apprendre et d'élargir sans cesse leurs connaissances et compétences. C'est aussi l'une des missions des médias d'intérêt général. Elle peut se réaliser par un travail d'information rigoureux, à l'écoute des besoins des populations, à travers des offres diversifiées - journaux d'informations, débats, émissions de service... - en utilisant tous les supports disponibles (son, image, texte) pour atteindre le public. ■

Donner au public l'opportunité d'apprendre et d'élargir sans cesse ses connaissances et compétences

² Voir verbatims pages 2-3

Témoignage

EDUQUER AUX MÉDIAS, C'EST EXPLIQUER QUE LE FAIT DOIT L'EMPORTER SUR LA CROYANCE

Eric Valmir, secrétaire général de l'information de Radio France, expose l'action du groupe de service public français en matière d'éducation aux médias, notamment à travers l'émission «Interclass'» dont il a la responsabilité sur la chaîne principale France Inter.



Le groupe public Radio France se compose de 7 chaînes représentant une audience cumulée quotidienne de près de 15 millions de personnes, soit près du quart de la population française. Cela lui donne-t-il une responsabilité particulière en matière d'éducation aux médias ?

Eric Valmir : Certainement. L'éducation aux médias de Radio France est structurée chaîne par chaîne, avec une série de podcasts destinés aux enfants de 7 à 11 ans sur notre chaîne d'information Franceinfo, un soutien opérationnel et logistique à 17 webradios scolaires pour les élèves de l'enseignement secondaire avec Mouv', un dispositif d'apprentissage du reportage pour les classes de CM2 piloté par nos antennes locales France Bleu. Et sur notre chaîne principale France Inter, il y a «Interclass'», série de 8 émissions estivales d'une heure qui sont préparées tout au long de l'année par des journalistes de la rédaction de France Inter en résidence dans des collèges et lycées de quartiers prioritaires dans toute la France. Les premières années, de 2015 à 2019, il s'agissait surtout de faire collaborer journalistes et professeurs pour amener les collégiens et lycéens dans des zones d'éducation prioritaire à expérimenter l'investigation rigoureuse, la vérification des sources, le dépistage de «fake news» et l'exigence de probité dans le journalisme. Depuis l'année der-

nière, nous essayons de faire en sorte que les élèves deviennent les principaux protagonistes de l'émission. Qu'ils prennent la parole, qu'ils choisissent eux-mêmes les sujets sur lesquels ils vont travailler. Nous essayons de les amener à prendre le *lead* de l'émission, à penser par eux-mêmes et à la fois contre eux-mêmes, c'est-à-dire contre la croyance qu'ils pouvaient avoir avant d'entamer ce travail journalistique. Et nous sensibilisons les élèves à la culture du débat, c'est-à-dire à savoir écouter, argumenter et respecter les nuances, face à la culture dominante du clash télévisuel.

Qu'avez-vous observé dans le rapport de ces élèves aux médias ?

Quand les journalistes de France Inter arrivent en début d'année scolaire dans les établissements des quartiers prioritaires, les élèves ont rarement envie de travailler sur ce projet. Pour nombre d'entre eux, les journalistes sont des menteurs, des «bouffons», ils sont là pour distiller la pensée unique... Et très vite, ils s'aperçoivent que nous sommes là au contraire pour les aider à exprimer ce qu'ils veulent exprimer, leur donner les outils pour le faire et leur permettre d'ouvrir leur horizon de pensée. Alors ils adhèrent le plus souvent au projet : lors de l'année scolaire 2019-2020, les ateliers Interclass' ont pu se poursuivre en visioconférence durant le confinement lié à la Covid-19. A l'inverse d'autres cours, presque aucun élève ne les a lâchés.

Dans un monde où l'information et la désinformation se propagent sur les réseaux sociaux, quels sont selon vous les principaux enjeux de l'éducation aux médias ?

Eduquer aux médias, c'est éduquer à la valeur journalistique cardinale selon laquelle le fait est l'ADN de ce métier, il doit l'emporter sur la croyance. De ce point de vue, la pandémie de Covid-19 est un sujet journalistique épineux : cette maladie est nouvelle chez l'humain, sujette à des recherches qui évoluent constamment et qui placent le fait Covid-19 lui-même dans une zone incertaine. Dans ce contexte où le fait reste largement indéfini, la croyance a tendance à l'emporter, et dès lors la «fake news» à s'imposer. C'est pourquoi nous encourageons les élèves à penser par eux-mêmes : la réflexion, la distance critique sont les meilleures armes pour construire une information.

Après l'assassinat en octobre de Samuel Paty, professeur de collège qui avait montré des caricatures de *Charlie Hebdo* à ses élèves, le débat me semble enfin être un enjeu majeur de l'éducation aux médias : amener les élèves à échanger des idées sans violence. Leur autonomie d'expression, leur liberté d'expression, passe notamment par-là. ■

Le débat est un enjeu majeur de l'éducation aux médias : amener les élèves à échanger des idées sans violence

La Fondation Hironnelle est une organisation suisse à but non lucratif qui fournit de l'information à des populations confrontées à des crises, pour leur permettre d'agir dans leur vie quotidienne et citoyenne. Par notre action, plusieurs millions de personnes dans des pays en guerre, des contextes de post-conflit ou de crise humanitaire, et des sociétés en transition démocratique ont accès chaque jour à des médias qui leur parlent, et qui les écoutent.

Impressum

Médiation

Semestriel publié par la Fondation Hironnelle

Directrice de la publication : Caroline Vuillemin

Conception, rédaction : Nicolas Boissez Benjamin Bibas / la fabrique documentaire

Conception graphique : Marek Zielinski

Mise en page et impression : Groux arts graphiques SA

Avenue du Temple 19C
1012 Lausanne, Suisse
hironnelle.org
info@hironnelle.org
T. + 41 21 654 20 20

Pour nous aider :
Crédit Suisse AG
IBAN : CH05 0483 5041 8522 8100 5

ISSN 2624-8840 (Print)
ISSN 2624-8859 (Online)