

S'INFORMER POUR COMPRENDRE, dialoguer POUR S'ENTENDRE



Contribuer à des sociétés apaisées

Depuis 23 ans, la Fondation Hirondelle fournit de l'information à des populations confrontées à des crises, en créant ou soutenant des médias et des équipes de journalistes sur le terrain. Dans ces contextes où la véricité d'une information peut revêtir un enjeu vital, nous sommes particulièrement attentifs au processus d'établissement et de vérification des faits. Mais est-ce là notre seul rôle ? Face aux nouvelles formes de propagande et à la concurrence des réseaux sociaux, face également à la crise du modèle économique des médias, les journalistes sont appelés à mieux expliquer les spécificités de leur métier et l'utilité de leur mission. A partir de notre expérience dans des sociétés en crise ou en mutation profonde, c'est pour contribuer à cette réflexion globale sur le rôle des médias et les enjeux de l'information que nous lançons « Médiation ». Cette publication semestrielle se veut un lieu de dialogue entre acteurs et partenaires du domaine des médias et de la résolution des conflits. Nous apportons dans ce premier numéro quelques éclairages et partages d'expériences, qui soulignent la contribution d'un journalisme responsable à la gestion pacifique des crises, et à la construction de sociétés plus apaisées.

Nicolas Boissez

Délégué à la communication et aux relations extérieures

Reportage à Bangui, République centrafricaine, par un journaliste de Radio Ndeke Luka © Marc Ellison / Fondation Hirondelle

A QUOI SERT LE JOURNALISME ?

Face à des niveaux de défiance record, notamment dans les démocraties les plus anciennes, les journalistes doivent réussir à convaincre de leur utilité sociale. Qu'en est-il dans des pays moins saturés d'information ?

Pourquoi le journalisme devrait-il témoigner de son utilité ? La question peut sembler incongrue, ou polémique. L'accès à l'information, mais aussi la recherche et la diffusion des informations et des idées sont, au même titre que l'accès à la santé ou l'éducation, reconnus comme des droits inaliénables et universels. C'est l'objet de l'article 19 de la Déclaration universelle des Droits de l'Homme, adoptée par les Etats membres de l'Assemblée générale des Nations unies en 1948. Pourtant cette question est aujourd'hui plus que jamais d'actualité. A travers le monde, la confiance des populations envers les journalistes et les médias pour lesquels ils travaillent est historiquement basse : 43 % en moyenne à l'échelle mondiale, avec des planchers de 31 à 33 % dans des pays où le secteur médiatique est pourtant très structuré comme l'Australie, le Japon, la France ou le Royaume-Uni. La confusion entre information, propagande, rumeur

ou opinion n'a jamais été aussi grande, y compris dans les pays les plus riches et bénéficiant des systèmes éducatifs les plus performants. Les réseaux sociaux ont donné l'illusion d'une « information » gratuite, accessible à tous, et pouvant se passer de professionnels chargés de la produire et de la vérifier.

Réciproquement, nombre de journalistes s'interrogent sur leurs responsabilités dans cette situation. L'élection de Donald Trump à la présidence des Etats-Unis ou le scrutin ayant abouti au Brexit ont été pour eux des détonateurs, des exemples de votes populaires qui ne sont pas éclairés par la connaissance des faits qu'ils ont pour mission de relater. Dans ce contexte, plusieurs réflexions émergent pour redonner au journalisme une légitimité qu'il aurait perdue auprès du grand public : du « journalisme constructif » promu par le Constructive Institute et l'université d'Aarhus (Danemark) à la définition d'une « mission pour le journalisme en temps de crise » brandie par le quotidien britannique *The Guardian*, elles tentent de revitaliser les médias en repensant leur déontologie. Très en vogue dans les pays du Nord saturés d'information, cette réflexion peut-elle y rester cantonnée ? N'a-t-elle pas au contraire tout à gagner à s'enrichir de l'apport d'expériences médiatiques situées dans des sociétés où l'information factuelle et pluraliste reste un bien rare voire précieux, singulièrement dans les pays en crise ou en transition démocratique ? ■

Entretien

MANIFESTE POUR UN "JOURNALISME CONSTRUCTIF"

Ancien directeur de l'information à la télévision publique danoise, **Ulrik Haagerup** a fondé le **Constructive Institute** en septembre 2017, afin de « combattre la banalisation et la dégradation du journalisme ». Il donne son point de vue sur ce qui doit changer dans ce métier aujourd'hui.

En septembre 2017, vous avez fondé à Aarhus (Danemark) le Constructive Institute⁽¹⁾ en vue de promouvoir un « journalisme constructif ». Comment définiriez-vous celui-ci ? À quel type de problèmes entend-il répondre ?

Ulrik Haagerup : Le journalisme constructif est un correctif à la culture dominante des médias, qui produit surtout des informations indiquant combien les choses vont mal, des informations qui génèrent des clics, qui font gagner des prix et la reconnaissance d'autres journalistes. Au cours des dernières décennies, les médias se sont principalement concentrés sur la couverture des conflits et des crises. Comme il existe des « entrepreneurs de guerre » qui ont plus d'intérêt économique à faire durer les conflits qu'à

les gagner, il peut aussi y avoir une sorte de « journalisme de guerre » qui répond en permanence à une demande publique d'informations impressionnantes et faciles à commercialiser. Quand j'étais directeur de l'information à la télévision publique danoise (DR), beaucoup de gens m'interrogeaient sur le mode : « Pourquoi donnez-vous une image si négative du monde ? » D'abord surpris, parce que cela n'était pas notre intention, j'ai commencé à analyser nos informations. De fait, j'y ai vu surtout des accidents de trains, des meurtres, des catastrophes météorologiques... Nous avions l'habitude d'envoyer des équipes pour couvrir des conflits en Afrique par exemple, mais rarement pour couvrir les divers aspects de l'amélioration rapide du niveau de vie sur ce continent. Nos histoires étaient exactes mais, les unes à la suite des autres, elles étaient déprimantes. Si la plupart des médias pratiquent de même, cela crée un écart croissant entre la réalité et sa perception par le public. Même si à bien des égards le monde va mieux (l'espérance de vie moyenne n'a jamais été aussi élevée, de moins en moins de personnes meurent dans les conflits, etc.), les gens ne veulent plus suivre les informations. Ils ont l'impression que le monde s'effondre, qu'ils devraient lire quelque chose de plus réconfortant sur les réseaux sociaux. Cette situation est une tragédie pour la démocratie.

Le titre de votre livre, *Informations constructives : comment sauver les médias et la démocratie avec le journalisme de demain* (Aarhus University Press, 2017), est ambitieux. Comment des « informations constructives » peuvent-elles sauver la démocratie ?

Quand j'étais jeune journaliste il y a une trentaine d'années, lire fréquemment les médias était une marque de civilisation. Aujourd'hui, les gens se méfient des médias : selon le Edelman Trust Barometer 2018 (voir page 4), seules 43 % des personnes interrogées dans le monde font confiance aux médias. Ce chiffre est encore plus bas dans les démocraties : 42 % aux États-Unis et en Allemagne, 33 % en France, 32 % au Royaume-Uni et au Japon, 31 % en Australie... De même, seules 43 % des personnes interrogées dans le monde font confiance à leur gouvernement, tandis que la confiance envers les entreprises (52 %) ou les ONG (53 %) est un peu plus élevée. Quand une telle méfiance envers les institutions démocratiques se propage, les gens sont prêts pour le populisme, comme l'ont montré l'élection de Donald Trump ou le vote sur le Brexit. Or les journalistes ne peuvent pas changer les institutions, mais ils peuvent se changer eux-mêmes. Il est temps d'écouter un peu plus

Le journalisme constructif ne consiste pas à donner de « bonnes » nouvelles

(1) Fondé en septembre 2017 par Ulrik Haagerup et Maarja Kadajane, le Constructive Institute (« Le journalisme pour demain ») est un organisme indépendant de formation et de recherche basé à l'université d'Aarhus (Danemark). Il entend aider journalistes et médias à mettre en œuvre une « information constructive » en leur donnant accès à un portail de bonnes pratiques, à un programme de bourses, à des formations, et en commandant des travaux académiques sur le sujet.

Nous entendons mettre l'accent sur des reportages plus exacts, équilibrés et axés sur les solutions

les gens et de restaurer leur confiance, par exemple en couvrant enfin comment les problèmes que nous avons l'habitude de couvrir peuvent être résolus. C'est ce qu'entend faire le journalisme constructif. Nous

entendons combattre la banalisation et la dégradation du journalisme, en mettant l'accent sur des reportages plus exacts, équilibrés et axés sur les solutions. Nous voulons nous concentrer sur l'avenir et inspirer la société, ce qui suppose de mettre en place un mécanisme de retour d'information par la société.

Par exemple, quelles actions le Constructive Institute a-t-il déjà entreprises ?

Citons deux d'entre elles. Premièrement, alors que la méfiance envers les politiciens et les médias est également forte au Danemark, nous avons organisé des discussions entre des dirigeants de partis représentés au Parlement et des éditeurs de médias. Les deux catégories d'acteurs y ont exprimé leur frustration : les politiciens, de n'avoir accès aux médias pour discuter leurs propositions que lorsqu'elles sont polémiques ; les médias, de faire face principalement à des discours communicationnels avec peu de substance politique. Alors comment sortir de cette situation ? Nous avons décidé de tenir ensemble des réunions publiques afin de trouver des moyens d'améliorer la couverture médiatique de la vie politique au Danemark. Une deuxième action se concentre sur la couverture médiatique post-conflit : après avoir couvert les conflits, comment maintenir l'attention des médias sur les sociétés en voie de rétablissement, les processus de paix, le renforcement de la sécurité, l'amélioration des soins ? Cette action est menée par notre bureau international à Genève.

N'y a-t-il pas un risque que le « journalisme constructif » soit tenté de minorer les « mauvaises » nouvelles ?

Le journalisme constructif ne consiste pas à donner de « bonnes » nouvelles : encore une fois, l'exactitude est l'un de nos principes clés. En outre, nous sommes absolument conscients que, pour n'en citer que quelques-uns, le changement climatique, l'effondrement de la biodiversité, les attaques terroristes sont des problèmes majeurs auxquels le monde est actuellement confronté. Mais beaucoup d'écho médiatique est déjà donné aux attentats. Si nous en donnons encore plus, cela ne contribuera-t-il pas à alimenter le sentiment de peur que les terroristes veulent propager ? C'est le genre de situation que nous essayons d'évaluer.

A votre avis, quelle est la principale responsabilité d'un journaliste aujourd'hui ?

Dans un article récent intitulé « Une mission pour le journalisme en temps de crise », Katharine Viner, rédactrice en chef du quotidien britannique *The Guardian*, appelle les médias à « développer des idées qui aident à améliorer le monde » et à « utiliser la clarté et l'imagination pour construire

l'espoir ». Ces principes, exactitude et recherche de solutions, sont bons. Sur leur base il est possible, comme *The Guardian* et d'autres médias européens innovants s'y emploient, de publier des articles d'investigation qui sont lus jusqu'au bout par un large public. Ce type de publication est bon pour les affaires. Il est bon pour le journalisme. Et il est bon pour la démocratie. ■

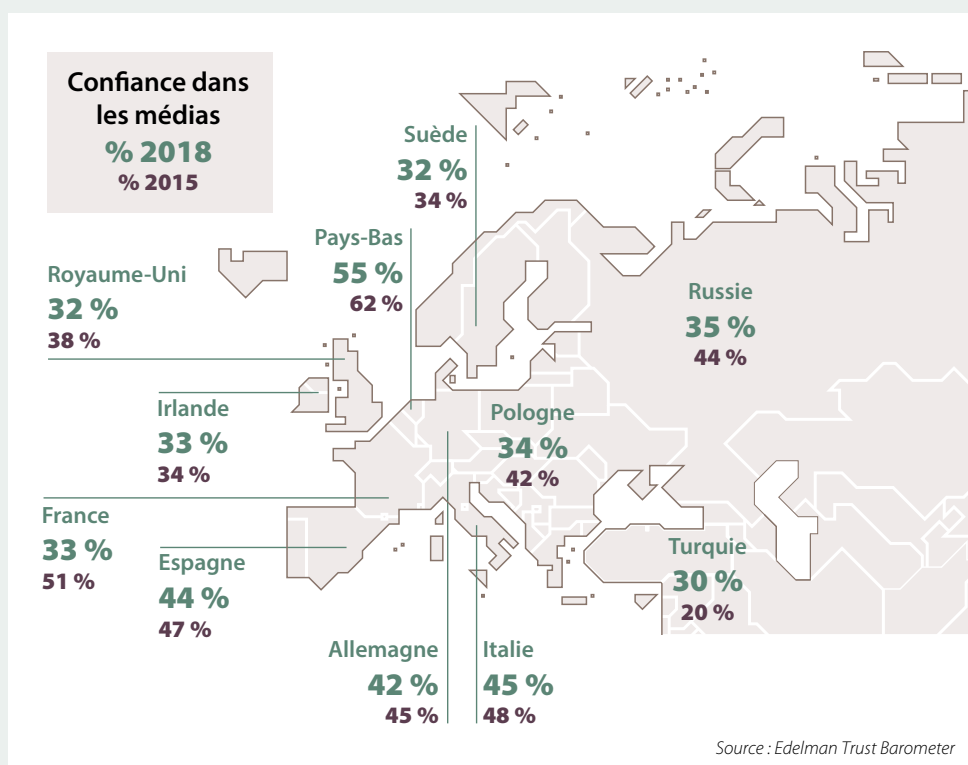
The Guardian: « Une mission pour le journalisme en temps de crise »

Dans son article « Une mission pour le journalisme en temps de crise », publié en novembre 2017, Katharine Viner, rédactrice en chef du quotidien britannique *The Guardian*, décrit les principales missions du journalisme depuis le début du XIX^e siècle en Angleterre. Après vingt ans de révolution numérique, dont dix ans de réseaux sociaux, elle s'interroge sur la capacité des médias à mettre en cause les pouvoirs et à regagner la confiance du public.

« Nous devons examiner constamment nos hypothèses, nos préjugés, la façon dont le monde change, ce que cela signifie. A cette fin, nous suivrons cinq principes : nous développerons des idées qui aident à améliorer le monde et pas seulement à le critiquer, nous collaborerons avec les lecteurs et d'autres pour avoir un plus grand impact, nous nous diversifierons pour avoir des reportages plus riches issus d'une salle de rédaction représentative, nous mettrons du sens dans tout notre travail et, plus que tout, nous enquêterons avec justesse sur les gens et sur les pouvoirs et nous établirons les faits. (...) »

C'est une période de recherche pour les rédacteurs en chef, journalistes et citoyens - mais aussi un privilège de se poser ces questions, de pouvoir aider à transformer cette époque pour le mieux, comme l'ambitionnait notre manifeste fondateur. Et de continuer à faire ce qu'a été la mission du *Guardian* depuis 1821 : utiliser la clarté et l'imagination pour construire l'espoir ».

2015-2018 : chute de la confiance dans les médias en Europe



En chiffres

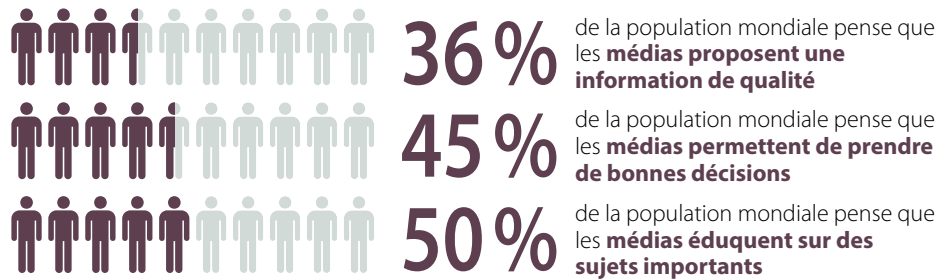
EDELMAN TRUST BAROMETER 2018 : FOCUS SUR LES MÉDIAS

Chaque année depuis 2000, l'agence Edelman, basée à Chicago, publie un baromètre qui évalue la confiance mondiale en quatre types d'institutions : les gouvernements, les médias, les entreprises et les ONG. L'enquête 2018 a été menée dans 28 pays auprès de 1150 personnes âgées de 18 ans ou plus. Elle considère les médias dans leur ensemble, y compris les journaux, l'audiovisuel, les sites web et les réseaux sociaux. A l'échelle mondiale, elle conclut que la confiance dans les médias est historiquement faible (43 %). 59 % des personnes interrogées estiment qu'il est de plus en plus difficile de savoir si une information a été produite par une source médiatique digne de foi et près de 70 % s'inquiètent que des fausses informations puissent être utilisées comme des armes. La confiance dans le journalisme (59 %) reste plus élevée que la confiance dans les réseaux sociaux (51 %). A noter : la confiance dans les médias est particulièrement faible (31-42 %) dans la plupart des démocraties, à l'exception des Pays-Bas (55 %). A l'inverse, elle est plus importante dans des régimes plus autoritaires comme la Chine (71 %), les Émirats arabes unis (56 %) ou Singapour (52 %). ■



Auditrice de radio sur son téléphone portable au Niger © Anne Mimault / Fondation Hirondelle

Des médias peu convaincants



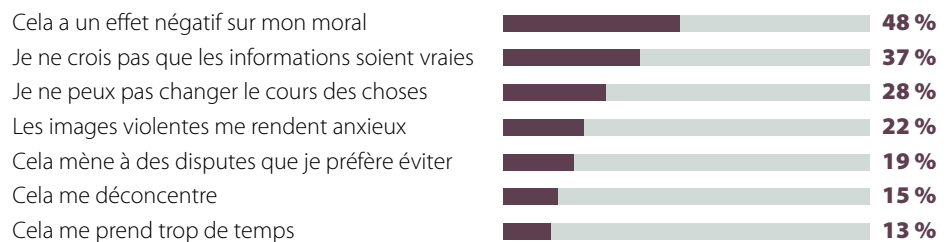
Source : Edelman Trust Barometer 2018

50 %

de la population mondiale s'informe dans les médias moins d'une fois par semaine

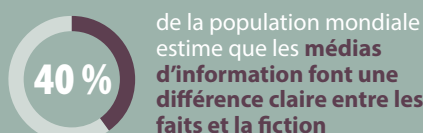
Source : Edelman Trust Barometer 2018

RAISONS AVANCÉES POUR ÉVITER LES INFORMATIONS

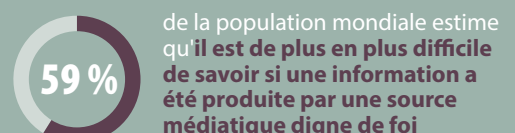
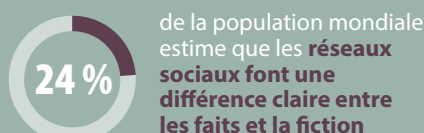


Source : Reuters Institute Digital News Report 2017

Les médias d'information face aux réseaux sociaux



Source : Reuters Institute Digital News Report 2017



Source : Edelman Trust Barometer 2018

Notre expérience

DANS UNE SOCIÉTÉ EN CRISE, LE JOURNALISME PEUT RECRÉER DU LIEN



Reportage de Studio Kalangou à Niamey © Anne Mimault / Fondation Hironnelle



Sur la base de 23 ans d'expérience institutionnelle, **Caroline Vuillemin, directrice générale de la Fondation Hironnelle**, analyse les enjeux de la production journalistique dans des pays en conflit ou en crise.

Depuis 23 ans, la Fondation Hironnelle fournit de l'information à des populations confrontées à des crises. Quels sont pour vous les principaux enjeux de l'information dans ces contextes ?

Caroline Vuillemin : Ce qui manque le plus souvent dans des sociétés confrontées à des crises majeures, c'est une information fiable, c'est-à-dire une information qui puisse constituer un repère pour que chacun puisse prendre des décisions dans sa vie alors que toutes les autres institutions sont défaillantes ou détruites. Il faut donc produire cette information fiable, d'une part car elle existe rarement en dépit des moyens croissants d'accès numériques à l'information, d'autre part car elle contribue à refonder la confiance dont ces sociétés ont besoin. Le secteur médiatique des sociétés en conflit ou en crise est à leur image : fragile, frag-

menté, polarisé. Dans ce contexte, nous essayons de répondre aux besoins en information, en étant attentifs à deux contraintes : la nécessité d'assurer la sécurité des journalistes, des sources et de toutes les parties prenantes à nos programmes médiatiques ; la nécessité d'assurer les compétences journalistiques et techniques des personnes avec qui nous travaillons.

Pour répondre à ces besoins et défis, quels sont les principes de travail de la Fondation Hironnelle ?

Par souci d'accessibilité et d'équilibre, nous veillons à travailler dans les langues du pays, avec des journalistes du pays et représentatifs de la diversité du pays où nous intervenons. Au-delà du traitement factuel de l'actualité, nous produisons des émissions de débat où le journaliste est le facilitateur d'un dialogue en direct entre différents acteurs - gouvernement, opposition, ONG, autres parties prenantes... - qui par ailleurs ont peu l'occasion de se parler dans un cadre de confiance. Pour qualifier notre approche, je parlerais volontiers de « journalisme responsable ». Notre première préoccupation reste la vérification des informations car en zone de conflit, l'enjeu de la fiabilité d'une information peut être une question de vie ou de mort. Nous sommes très attentifs à la façon dont nous publions des informations relatives à des violences et conflits armés : plutôt que de les livrer brutes, nous organisons un dialogue autour de

Pour qualifier notre approche, je parlerais volontiers de « journalisme responsable »

ces informations avec une pluralité d'acteurs représentative des composantes sociales et politiques du pays, ce qui contribue à apaiser l'effet inquiétant ou clivant que ces informations pourraient avoir sur les auditeurs.

Ce « journalisme responsable » doit-il selon vous aller au-delà d'une stricte couverture de l'actualité, en aidant les individus à agir pour surmonter les crises auxquelles ils font face ?

Je suis convaincue qu'au-delà du seul établissement des faits, le rôle du journalisme est d'accroître la connaissance et les moyens de compréhension de chacun pour permettre ensuite à tous d'agir. Cela n'est pas propre aux pays en conflit ou en crise. Dans ces contextes en revanche, le journalisme que nous pratiquons accompagne les auditeurs sous la forme d'une présence humaine rassurante : « Radio Ndeke Luka, c'est notre amie », entend-on ainsi en République centrafricaine. Nous nous attachons à donner la parole à tout le monde, notamment aux majorités silencieuses souvent exclues des cercles de pouvoir (femmes, jeunes...) et aux minorités religieuses ou ethniques sous-représentées dans les institutions. Le projet que nous inaugurons au second semestre 2018 dans les camps de réfugiés rohingyas du Bangladesh vise ainsi à accompagner ces communautés traumatisées et déracinées, en leur fournissant à la fois des informations pratiques pour faciliter leur vie quotidienne et des programmes culturels qui leur permettent d'alléger leur souffrance et de partager leur situation, leur histoire avec d'autres membres de leur communauté. Là où une crise a désuni une société, le journalisme peut en effet contribuer à recréer du lien social. ■

Témoignage

LE PLURALISME MÉDIATIQUE A RAPPROCHÉ LES TUNISIENS DE LA POLITIQUE

Ouided Bouchamaoui est lauréate du Prix Nobel de la Paix 2015 avec le **Quartet du dialogue national en Tunisie**, dont elle était l'une des responsables en tant que présidente de l'**Union tunisienne de l'industrie, du commerce et de l'artisanat**. Depuis novembre 2017, elle est également membre du Conseil de la Fondation Hironnelle. Elle donne son point de vue sur le rôle des médias dans la transition démocratique en Tunisie.



Ouided Bouchamaoui © AFP

Quel rôle les médias ont-ils joué lors de la révolution et de la transition démocratique en Tunisie ?

Ouided Bouchamaoui : Trois moments méritent d'être relatés. D'abord, les émeutes de Sidi Bouzid de décembre 2010. Avant cette date, l'information était contrôlée par le pouvoir, les Tunisiens n'osaient pas parler. Puis les émeutes ont éclaté, et les réseaux sociaux ont permis de les ébruiter. Les Tunisiens ont alors retrouvé la liberté de dire ce qu'ils pensaient et de sortir dans la rue pour manifester. A cette époque, les réseaux sociaux ont été un puissant facteur d'unité en Tunisie : ils donnaient accès à la réalité alors que les autres médias étouffaient les émeutes ; ils permettaient aussi d'assister au développement de la révolution dans les autres régions du pays.

Un an plus tard, le travail de l'Assemblée constituante élue en octobre 2011 a été particulièrement suivi par les médias. Journalistes, intellectuels, religieux, responsables d'ONG... Tous suivaient les travaux de la Constituante et intervenaient sur les médias pour relater les débats du jour, donner leur avis, influencer le public et les députés. Car nombreux étaient les désaccords : place de la religion dans la Constitution, statut personnel des femmes, droit de vote des militaires... autant de sujets qui, exposés et débattus médiatiquement, ont également permis des débats dans les cafés, les familles, et ont finalement rapproché les Tunisiens de la politique, de la loi et des institutions.

Enfin, suite aux assassinats des leaders politiques de gauche Chokri Belaïd et Mohamed Brahmi en 2013, les médias ont su relater un processus de « Dialogue national » entre partis politiques qui se tenait pourtant à huis

clos. Les conversations des journalistes avec les négociateurs ont permis d'informer la population de l'avancée des discussions, évitant ainsi aux tensions politiques de s'exacerber dans la rue.

La transition démocratique s'est-elle accompagnée d'une transition médiatique ?

Certainement. Avant 2011, les médias d'Etat imposaient un traitement univoque de l'information. Aujourd'hui, il existe en Tunisie une pluralité de médias, surtout à la radio et sur l'Internet. On y parle de tous les sujets, des opposants politiques sont régulièrement invités... Les réseaux sociaux continuent également de fonctionner, pour le meilleur et pour le pire, avec cette liberté d'expression qui tourne parfois à l'insulte, cette liberté de communication qui tourne parfois au prosélytisme pour des réseaux extrémistes. Mais ces dérives sont désormais contrôlées par le gouvernement et par les autorités de régulation médiatique. Il s'agit là de l'expérience de la démocratie, qui doit arriver à maturité : il vaut mieux avoir la possibilité d'abuser de la publication que d'en être privé.

Dans ce paysage florissant et parfois désordonné, le rôle du journaliste est à mon avis de produire une information fiable et de la transmettre au public. Non pas d'influencer les gens, mais de les informer afin qu'ils puissent construire leur vision des choses et aient la possibilité de faire leurs choix. ■

Le rôle du journaliste n'est pas d'influencer les gens, mais de les informer

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

Avenue du Temple 19C
1012 Lausanne, Suisse

hirondelle.org
info@hirondelle.org
T. + 41 21 654 20 20

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