



QUOI DE NEUF ?

NOUVELLES DE LA FONDATION HIRONDELLE | NUMÉRO 51 | MARS 2017



Reportage de la Radio Tunisienne à Metlaoui, juin 2015.
Photo : © Fondation Hirondelle / Gwenn Dubourthoumieu

Info ou intox ?

La question n'est pas nouvelle. L'esprit des Lumières a lancé, en Europe, le mouvement de la connaissance pour le plus grand nombre à travers le raisonnement, la factualité, la liberté de questionner. A l'époque, il s'agissait de contrer la religion et la tradition. De tous temps, les propagandes politiques et idéologiques, notamment au plus fort de la Guerre froide, ont tenté de définir et d'imposer ce qui était « vrai ». En même temps que se développait ce mouvement privilégiant les faits et la preuve scientifique, naissait un métier, celui de journaliste. « Le journaliste tient pour un devoir essentiel... de rechercher la vérité » (*Déclaration des devoirs et des droits du journaliste*, Fédération européenne des journalistes, Munich, 1971).

Cette profession, et les médias qui en sont le lieu d'exercice, s'associent donc à la notion de vérité. Les journalistes, dont ceux des médias de la Fondation Hirondelle, proposent à leurs publics un contrat moral : nous faisons notre travail d'enquête, de vérification des faits, et vous pouvez « croire » ce que vous lisez, entendez, regardez. Il s'agit d'un lien de confiance, qui ne tient qu'à l'épreuve des faits. Ce lien est constamment sous pression, interne et externe, politique ou économique. Aujourd'hui, les pressions sont plus fortes et les détracteurs plus nombreux. Or pour chacun d'entre nous, il s'agit toujours de savoir, de comprendre et de pouvoir agir. Sur la base non de croyances ou de rumeurs, mais bien d'informations fiables et vérifiées.

Caroline Vuillemin,
Directrice générale
de la Fondation Hirondelle



Dans la newsroom du *Washington Post*, 2016. Photo : © Getty Images/AFP

LE JOURNALISME À L'ÉPREUVE DES FAITS

Dans un contexte de défiance croissante des autorités comme du public, les médias doivent convaincre de la valeur ajoutée spécifique de leur description de la réalité.

Le 24 février 2017, la décision de la Maison Blanche d'interdire l'accès de son point presse à plusieurs médias de référence, marque une défiance jamais atteinte entre les autorités d'un grand pays démocratique et le journalisme institué. Pour preuve, le *Washington Post*, mondialement reconnu pour son code de déontologie,⁽¹⁾ a fait partie des exclus. Le coup est d'autant plus rude que la crédibilité des médias traditionnels est également mise en cause par le public. Nous sommes de plus en plus nombreux à appréhender le réel par les réseaux sociaux. Or sur Facebook, tout se ressemble, une information vérifiée, comme un commentaire d'un « ami » ou un message de propagande. Des sites de « réinformation » dont la déontologie n'est pas la priorité y diffusent largement leur vision du monde. Parfois connectés à des intérêts politiques ou diplomatiques, ils appliquent des stratégies numériques élaborées de messages différenciés visant à susciter l'adhésion par l'émotion.

Face à cette mise en cause sans précédent de leur raison d'être, les journalistes doivent réagir s'ils ne veulent pas être exclus du champ de la narration du monde. Dans cette optique, plusieurs options s'offrent à eux : revenir à leurs fondamentaux déontologiques pour produire une information plus fidèle au réel que jamais ; s'allier avec d'autres artisans du réel (documentaristes, scientifiques...) pour consolider leur crédibilité à établir les faits ; conquérir de nouveaux lecteurs en investissant les réseaux sociaux dans une logique autant de déontologie que d'efficacité... Au milieu d'un XX^e siècle traversé par les totalitarismes, Hannah Arendt estimait que « la liberté d'opinion est une farce si l'information sur les faits n'est pas garantie et si ce ne sont pas les faits eux-mêmes qui font l'objet du débat »⁽²⁾. Dans un monde où le débat démocratique semble menacé, les médias ont le devoir de se réinventer afin de ressusciter l'appétence du public pour les faits.

(1) *The Washington Post Standards and Ethics*, dernière édition 1999

(2) in *La Crise de la culture* ("Between Past and Future"), 1961

Une information qui sauve des vies

« Deux exemples me reviennent pour dire à quel point la confiance de la population est un atout informationnel majeur pour Radio Ndeke Luka (RNL).

En avril 2015, un incendie accidentel a été provoqué dans le camp d'accueil de déplacés de Bambari (centre-est de la République centrafricaine) par un enfant qui avait allumé un feu pour préparer le repas familial. L'incendie s'est rapidement propagé à travers les maisons en paille de ce camp qui rassemblait 600 personnes, se soldant par près de 180 blessés et d'importants dégâts matériels. Mais ce bilan aurait pu être bien plus lourd si des habitants du camp n'avaient pas informé immédiatement RNL, dont le bulletin radiophonique a permis l'intervention rapide du gouvernement et de la Minusca pour éteindre le feu, soigner les blessés, offrir des bâches et des vivres aux populations affectées.

Un an plus tard, une épidémie de choléra s'est déclarée dans un village de la commune de Ndjoukou près de la frontière congolaise à 100 km au nord-est de Bangui. Nous ne disposons pas de correspondant dans la localité. C'est un prêtre qui nous a signalé des cas de personnes mortes de façon identique. Dix-neuf cas ont été recensés, dont une dizaine se sont révélés mortels. Là encore, la diffusion de la nouvelle par RNL a permis à l'information de circuler en direct, ce qui a eu pour conséquences une intervention efficace de l'OMS et du gouvernement qui ont pris les mesures pour mettre un terme à l'épidémie. »

Sylvie Panika



Journaliste de Radio Ndeke Luka en reportage dans une école à Bangui. Photo : © Marc Ellison / Fondation Hirondelle 2017

ETHIQUE, MULTIPLICITÉ DES SOURCES ET PROXIMITÉ

Directrice de **Radio Ndeke Luka**, **Sylvie Panika** analyse les raisons de la confiance qu'inspire ce média de la Fondation Hirondelle, devenu en dix-sept ans la référence journalistique en République centrafricaine.

La République centrafricaine (RCA) connaît depuis une vingtaine d'années des épisodes conflictuels réguliers. Quels sont les besoins en information exprimés par la population ?

Sylvie Panika : Dans ce contexte de violences récurrentes, la principale préoccupation des habitants est de savoir ce qui est fait par le gouvernement et par d'autres acteurs pour leur apporter protection et sécurité d'une part, aide humanitaire (santé, alimentation, éducation) d'autre part. Et ce, notamment pour les centaines de milliers de déplacés qui ont dû fuir les violences.

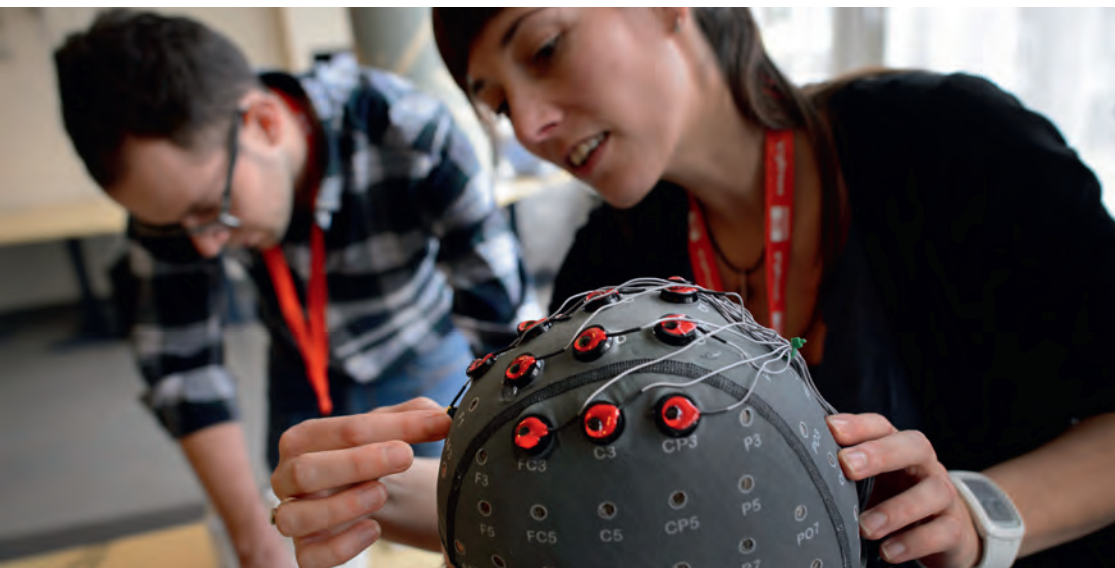
Comment les journalistes de Radio Ndeke Luka (RNL) traitent-ils la réalité du conflit ?

Nous nous en tenons à quelques règles de déontologie journalistique bien connues comme la primauté de l'établissement des faits, la multiplicité des sources, la vérification de l'information, l'absence de commentaires. Ces règles découlent de principes édictés dans la Charte de Radio Ndeke Luka – neutralité, impartialité, équilibre... –, laquelle a été déclinée de façon plus précise pour les périodes électorales. Dans le contexte polarisé que la République centrafricaine traverse chroniquement, où les acteurs des conflits tentent d'imposer leur propre récit, nous sommes particu-

lièrement attentifs à la multiplicité des sources : gouvernement via les préfets, groupes rebelles via leurs leaders militaires et leurs porte-paroles, ONG, Minusca (Mission des Nations unies en RCA), sont les principales sources officielles de notre réseau de correspondants répartis dans l'ensemble du pays. Mais notre source essentielle, plus informelle, c'est la population.

Comment qualifieriez-vous la valeur ajoutée de l'information produite et diffusée par RNL ?

Dans ce contexte de violences, il me semble que notre travail se fonde beaucoup sur la qualité des relations que nous entretenons avec l'ensemble des sources d'information. Il en va de même avec la population : nos journalistes sont des Centrafricains habitant également en zones en conflit, ils sont soumis au stress, ils sont parfois eux-mêmes victimes de violences. Cela crée une empathie avec les gens qui viennent les voir pour leur parler spontanément. Du coup, même si RNL diffuse sur l'ensemble du territoire, elle est perçue comme une radio de proximité. Cela contribue certainement à notre audience – RNL est la radio la plus écoutée en RCA – autant qu'à notre réputation scellée par l'adage désormais populaire dans le pays : « Si Radio Ndeke Luka le dit, c'est vrai ».



Présentation d'une interface cerveau-machine par l'École polytechnique fédérale de Lausanne (EPFL) à Sion (Suisse), janvier 2013.
Photo : © Fabrice Coffrini / AFP

RECONSTRUIRE LA CONFIANCE DES LECTEURS PAR UN PARTENARIAT ENTRE JOURNALISTES ET CHERCHEURS

Marius Burgat est conseiller scientifique à l'École Polytechnique Fédérale de Lausanne (EPFL), en charge des MOOC (« Massive Open Online Courses » ou « cours en ligne ouverts et massifs ») consacrés à l'Afrique.

Le monde de l'enseignement et de la recherche scientifique est-il aujourd'hui, comme celui des médias, confronté à l'émission de « vérités alternatives » ?

Marius Burgat : Tout à fait. L'EPFL est essentiellement une institution de sciences exactes, où l'attachement à l'exactitude des énoncés est primordial. Celle-ci repose notamment sur le respect de trois principes : vérifiabilité (l'énoncé a-t-il fait l'objet d'expériences concordantes ?), reproductibilité (ces expériences sont-elles reproductibles par un tiers en aboutissant au même résultat ?), véracité (l'énoncé a-t-il passé suffisamment de tests d'exactitude ?). Dans le secteur de la formation, l'exactitude des contenus est également un élément essentiel. Les « cours en ligne ouverts et massifs » (MOOC) de l'EPFL, produits par des enseignants-chercheurs, sont ainsi systématiquement vérifiés par leurs auteurs et des pairs avant publication.

Or depuis une dizaine d'années, il arrive que ces principes fassent l'objet de transgressions : sous une pression économique, productiviste ou idéologique, des chercheurs trichent en voulant émettre des résultats trop rapidement, voire en émettant délibérément des résultats faux. Par ailleurs, le monde scientifique connaît des controverses, c'est-à-dire à des oppositions clivées entre énoncés qui, ne reposant ni sur

les mêmes expériences ni sur le même cadre de référence, ne peuvent aboutir à un résultat consolidé. Des exemples de thèmes privilégiés de ces controverses sont le changement climatique, la vie extraterrestre, les capacités de la Terre à nourrir la population humaine...

Pensez-vous que ce débat actuel sur le rapport à la vérité et aux faits puisse rapprocher les milieux universitaires et celui des médias ?

Constatons d'abord que dans les médias dominants, au moins en Europe occidentale et aux Etats-Unis, le monde scientifique est une référence très respectée. A mon avis, les médias devraient continuer à renforcer leurs relations avec le monde scientifique. La consultation régulière d'un média s'appuie en effet sur un rapport de confiance : c'est en vérifiant sur le temps long la pertinence des informations et des analyses produites par un média qu'un lecteur finit par s'y fidéliser. Si les médias ont perdu la confiance de leurs lecteurs, il tient donc surtout à eux de la reconstruire. Produire des émissions ou rubriques en partenariat avec des instituts scientifiques - c'est-à-dire avec des organisations réputées pour leur attachement sans faille à la construction de la vérité - constitue sans doute un des moyens qui s'offrent aux médias pour reconstruire cette confiance.

Le risque d'une communication psychologiquement ciblée

Sur le plan médiatique, la dernière élection présidentielle étasunienne revêt deux fortes singularités : son résultat a nettement surpris les instituts de sondage et les médias ; son vainqueur a utilisé une technologie de communication visant à adresser individuellement, via les réseaux sociaux, des messages ciblés à des électeurs dont le profil psychologique avait été préalablement établi et sélectionné. Dès 2012, rapportait l'hebdomadaire zurichois *Das Magazin* en décembre dernier, le doctorant polonais en psychologie Michal Kosinski avait conclu qu'il suffisait d'analyser 68 « likes » d'un utilisateur Facebook pour définir avec une probabilité supérieure à 85 % son profil psychologique selon cinq grands critères (propension à être ouvert, consciencieux, extraverti, coopératif, inquiet). En se fondant sur ces recherches et en achetant des bases de données personnelles peu protégées, l'entreprise londonienne Cambridge Analytica a pu établir une « cartographie psychique » des 220 millions d'électeurs étasuniens, et faire apparaître sur leur profil des messages personnalisés ressortant plus de l'incitation à voter Donald Trump que de l'information vérifiée. « La communication de masse n'existe plus », explique Alexander Nix, CEO de Cambridge Analytica, « le Big Data permet désormais une communication psychologique individualisée ».



Une journaliste de la RTB en reportage pendant les élections de novembre 2015 au Burkina Faso. Photo : © Fondation Hirondelle / DR

BILAN DU SOUTIEN À LA RADIO TÉLÉVISION DU BURKINA

Comment aider un média d'État à évoluer vers le service public dans un pays en transition démocratique ? C'était le mandat de la Fondation Hirondelle auprès de la Radio Télévision du Burkina pendant 18 mois.

Plus de 160 journalistes et techniciens formés, 23 grands reportages produits, 4 séminaires publics organisés sur le futur de la diffusion du service public, 4 enquêtes d'audience réalisées... Ces chiffres illustrent le travail réalisé par la Fondation Hirondelle entre août 2015 et décembre 2016 au Burkina Faso en appui à la Radio Télévision du Burkina (RTB). Ce partenariat, financé par la Direction du développement et de la coopération suisse, avait pour but de fournir un soutien à la couverture des élections historiques de fin 2015 et d'améliorer la programmation de la RTB en lien avec les attentes de la population après la révolution de 2014.

L'appui des deux experts de la Fondation Hirondelle à Ouagadougou lors de la période électorale s'est concrétisé par la production d'une charte pour cadrer le travail des journalistes et des formations pour 30 correspondants à travers le pays. En 2016, ils ont formé et accompagné des équipes de journalistes à la radio, à la télévision et au web afin de traiter des informations touchant aux problèmes quotidiens de la vie des Burkinabés, tels que la malnutrition, la gestion des conflits entre éleveurs et agriculteurs, ou les migrations. La collaboration de la Fondation Hirondelle avec la RTB était prévue pour une durée de 18 mois. Elle a donc pris fin en décembre 2016, mais de futures pistes de collaboration restent ouvertes.

EN UKRAINE, UN BESOIN VITAL D'INFORMATION APAISÉE

Depuis 2014, la Fondation Hirondelle travaille au développement d'un projet journalistique favorisant la compréhension mutuelle entre Ukrainiens.

Le conflit à l'Est de l'Ukraine, qui a éclaté en avril 2014, se traduit également sur le plan de l'information. Dès l'automne 2014, la Fondation Hirondelle a entamé un dialogue avec des journalistes et des médias dans ce pays sur les modalités d'un projet journalistique qui traiterait la réalité du pays de façon apaisée. Réaliser des reportages loin des grandes villes, au plus près de la vie quotidienne d'habitants de différentes régions, est apparu comme une contribution utile à la compréhension mutuelle entre Ukrainiens. Grâce à la fondation helvético-ukrainienne Vidrodgenia, un premier projet a

vu le jour en septembre 2016 : la production du dossier en ligne « Ukraine : vers la (dé)centralisation ? » composé de quatre reportages multimédia produits par six jeunes journalistes indépendants ukrainiens et deux correspondants internationaux, sur un sujet fortement investi par les acteurs politiques nationaux. La Fondation Hirondelle travaille aujourd'hui à nouer des partenariats avec des médias ukrainiens afin de produire et diffuser dans tout le pays d'autres dossiers de ce type sur les thèmes de la sécurité, l'économie, l'emploi, l'éducation...

Prix Fondation Ousseimi de la Tolérance

La Fondation Ousseimi, créée en 1990 par Khaled Ousseimi, entrepreneur et philanthrope né en Syrie et installé au Liban, soutient des projets liés à la culture, à l'enfance et au développement de la condition féminine dans les pays méditerranéens. « Quand le Conseil de Fondation l'estime opportun », elle remet son Prix de la Tolérance à des personnalités ou institutions qui par « leurs actes contribuent de façon déterminante à plus de compréhension entre les hommes et à un monde plus tolérant ». Le premier récipiendaire de ce Prix, en 2004, fut Nelson Mandela.

La Fondation Ousseimi a choisi de décerner son 5^e Prix de la Tolérance à la Fondation Hirondelle. Cette distinction salue, selon les mots de son président Khaled Ousseimi, « une œuvre unique dont l'action désintéressée, impartiale et neutre en faveur de la liberté et de la vérité dans les médias a contribué de façon décisive à promouvoir un monde plus tolérant, moins haineux et plus objectif car mieux informé. La Fondation Hirondelle a aidé à cicatriser les plaies et à en éviter de nouvelles. Par la qualité de l'information qu'elle a promue, elle a su encourager les êtres humains d'un même pays à plus d'acceptation les uns des autres, à une meilleure qualité de vivre-ensemble ». La Fondation Hirondelle accueille cette distinction avec grande fierté et humilité. La remise du prix a lieu le 29 mars 2017 à Genève.

Impressum

Quoi de neuf ?
Publication trimestrielle
de la Fondation Hirondelle

Directrice de la publication :
Caroline Vuillemin

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

Avenue du Temple 19C
1012 Lausanne, Suisse

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

Crédit Suisse AG
IBAN : CH05 0483 5041 8522 8100 5