

Pratiques des jeunes journalistes à l'ère des médias sociaux

Nouha BELAID
IPSI (Tunisie)

1. Présentation du sujet :

Avant les événements du 14 janvier 2011, les Tunisiens souffraient de la censure en temps réel aussi bien qu'en temps virtuel. « Les journaux d'opposition étaient marginalisés, les livres étaient censurés, les sites web critiques étaient systématiquement bloqués par un système centralisé de filtrage de l'Internet (...). Pendant plus de vingt ans, le régime a fait de la censure un système de gouvernance, en instituant des mécanismes complexes et ingénieux pour verrouiller l'espace informatique et médiatique et contrôler d'une main de fer tous les moyens de communication, publics et privés » (BUCKLEY, CHAABI & OUARDA, 2012, p :15). Et « pour s'informer sur ce qui se passait dans leur pays, les Tunisiens étaient obligés de se tourner vers les chaînes satellitaires, comme Al Jazeera et Al Arabiya, et vers l'internet, même s'il était fortement censuré » (ibid, p :16).

Certains tunisiens résidents en Tunisie ou ailleurs ont trouvé dans la blogosphère une solution pour critiquer le régime mis en place. « Ammar » inventé en 2007 par le blogueur « Titofe » est le pseudonyme qui désigne la censure incarnée par l'Agence Tunisienne d'Internet « ATI ». (...) Utiliser ce prénom pour désigner l'institution de la censure, c'est-à-dire l'ATI, cela dénote une volonté d'abaisser ce pouvoir et le présenter comme un personnage brutal, inculte qui ne peut qu'interdire violement. (...) En 2007, l'ATI a commencé la censure des blogs jugés dépassant les limites et touchant à des sujets interdits» (CHEBBI, 2013). Or, face à cette censure illimitée, les blogueurs se sont placés sur Facebook après avoir trouvé un nouvel espace pour s'exprimer plus librement. « Ainsi le réseau social le plus populaire en Tunisie, aura permis à la blogosphère tunisienne de conquérir des espaces nouveaux et un public plus large » (ibid., 2013).

Et avec les événements du printemps arabe, grâce aux réseaux numériques, « de nouvelles modalités d'expressions et de résistance politiques ont vu le jour, confrontant l'idée que le pouvoir n'est plus seulement celui des Etats mais qu'il susceptible de réapparaître dans ses interstices, au travers de nouvelles formes de dissidence » (CHARDEL, 2013). Les médias sociaux ont répondu ainsi, aux attentes des Tunisiens, après leur avoir offert un espace public de parole libre (BELAID, 2015).

Il est à noter aussi, que « depuis les tous premiers jours de cette année 2011, pas un seul [événement] ne passe

désormais sans que les médias ne nous rapportent l'actualité qui se déroule dans nombre de pays arabes et sans que le Web et la blogosphère ne bruissent et ne répercutent le "buzz" de ces mouvements de révolte qui se font entendre dans le monde arabe » (GHAZALI, 2011). Toute de suite après, les pratiques des Tunisiens sur le Net se sont développés au fur et à mesure au point que nous parlons aujourd'hui de 44 % de la population connectée (EL ZAIEM, 2014, p :10).

Etant donné que la scène médiatique tunisienne a connu une réforme remarquable, il y a eu non seulement la disparition ou le gel des instances de répression et de contrôle mais aussi l'émergence d'un espace public qui encourage la liberté d'expression notamment avec l'émergence de nouveaux titres de journaux et de nouvelles radios et télévisions et ce, sur tout le territoire tunisien.

Au cours de ce changement, la scène médiatique a connu un « dérapage médiatique » (INRIC 2012) qui a enregistré des dépassements journalistiques qui touchent la déontologie du métier (pugilat politique, règlement de comptes personnels, désinformation, diffamation.etc.). Avec la propagation des rumeurs, le Tunisien a commencé, de son côté à apprendre des techniques pour vérifier l'information relayée par les médias (classiques et sociaux). Il est à noter d'ailleurs que le journalisme classique s'est trouvé en concurrence avec le journalisme citoyen exercé via les médias sociaux.

Les journalistes aussi ont développé de nouvelles pratiques grâce à la marge de liberté dont ils sont dotés mais la question de fiabilité de l'information a été toujours au cœur de l'exercice de la profession. Confrontés à la rapidité de transmission d'informations qu'offre les médias sociaux, les journalistes tunisiens, se trouvent appelés à suivre la course. Entre temps, la fiabilité de l'information a été remise en question étant donné que « l'information journalistique n'a de crédibilité et, par conséquent, de valeur sociale que parce qu'elle repose sur le postulat d'un rapport de vérité entre le réel et le discours journalistiques sur le réel » (CHARRON, LEMIEUX & SAUVAGEAU, 1991, p:12). Ensuite « l'absence d'erreur jouerait, inversement, un rôle important dans l'appréciation symbolique de la valeur des journalistes » (DEGAND & GREVISSE, 2012, p : 103).

Par ailleurs, une enquête américaine (CISION Group, 2009) a confirmé que 89 % des journalistes (dont le nombre était 365) se tournent vers les blogs, 65 % vers les réseaux sociaux à savoir Facebook ou LinkedIn, et 52 % vers le microblogging tel que Twitter, pour trouver des informations.

Il ne fait aucun doute que le 14 janvier 2011 a marqué une prise de conscience du droit à la liberté d'opinion et d'expression en Tunisie. Toutefois, cette nouvelle situation en Tunisie a créé des nouveaux défis auprès des jeunes journalistes tunisiens qui sont l'objet de cette recherche. L'objectif de cette recherche alors, est de mettre l'accent sur la manière avec laquelle se comporte les jeunes journalistes tunisiens, face à l'information relayée sur les médias sociaux

et ce, en se posant la question suivante : Quelles sont les pratiques des jeunes journalistes tunisiens suite à la disponibilité des informations sur les médias sociaux ?

2. Corpus et méthodologie :

En réalité, « le mécanisme de prise de décision de diffusion [de l'information] semble (...) rationalisé » (DEGAND & GREVISSE 2012, p : 105). Les médias cherchent à augmenter le nombre de leurs lectorats ou auditeurs ou spectateurs et ce en mettant à leur disposition une matière informationnelle. Mais l'apparition des médias sociaux a remis en question la profession journalistique par rapport à la fiabilité de l'information.

On se demande aujourd'hui, si les jeunes journalistes tunisiens utilisent l'information diffusée via les médias sociaux et quelles sont les pratiques qu'ils adoptent face à ces informations.

Cela nous a poussé ainsi, à mener des entretiens directs auprès d'un échantillon de jeunes journalistes tunisiens qui appartiennent aux différents types de médias (presse écrite, presse électronique, radio et télé). Ces journalistes exercent le métier du journaliste dans des médias du secteur privé et du secteur public.

Notre échantillon se compose d'ailleurs, de deux femmes journalistes et de deux hommes journalistes pour chaque type de média. Tous ces journalistes interviewés possèdent des comptes sur différents types de médias sociaux.

Beaucoup de questions nous interpellent déjà: est ce qu'ils

suivent l'actualité sur les médias sociaux ?, est-ce qu'ils pensent que l'information relayée sur les médias sociaux est crédible ?, sont ce qu'ils partagent cette information avec le public des médias dans lesquels ils travaillent ?, est-ce qu'ils vérifient l'information relayée sur les médias sociaux avant sa diffusion ?, est ce qu'ils accordent un intérêt à l'information exclusive ou à la crédibilité des informartions.etc. Nous chercherons ainsi des réponses à ces questions, à travers les expériences vécues de notre corpus de recherche.

Notons que ce choix de méthodologie est lié aux contraintes disponibles sur le terrain. Nous ne possédons pas le nombre exact des journalistes tunisiens notamment ceux qui sont âgés entre 25 ans et 35 ans. Donc une enquête sur terrain démarre être difficile étant donné qu'elle ne sera pas représentative de la population ciblée.

3. Résultats et interprétation

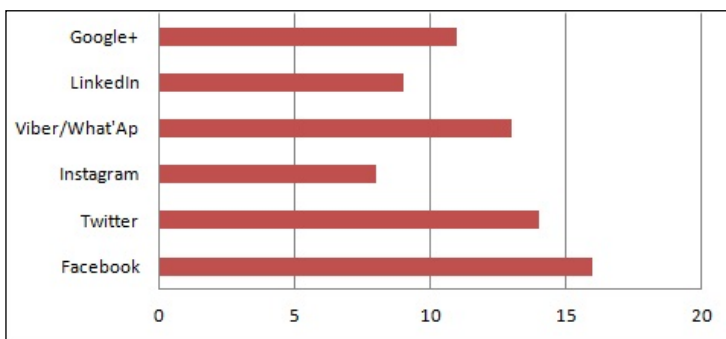


Figure n°1 : Les médias sociaux utilisés par les jeunes journalistes tunisiens

Selon la figure n°1, la majorité des jeunes journalistes tunisiens interviewés ont tendance à utiliser Facebook sachant que cet usage n'est pas nouveau après les événements du 14 janvier 2011. L'usage de Facebook était populaire avant même que ces événements aient lieu, mais le contenu disponible sur ce média social était limité à cause de la situation de censure imposée par le régime en place à cette époque.

Classé en deuxième lieu, Twitter attire aussi ces jeunes journalistes tunisiens étant donné que les médias étrangers notamment les médias européens ont tendance à utiliser ce média social. Et afin d'entamer des conversations vocales et vu que les appels téléphoniques sont chers, ils utilisent What'sAp ou Viber. D'autres médias sociaux sont devenus familiers dans les usages des jeunes journalistes tunisiens à savoir Instagram, Google + et LinkedIn.

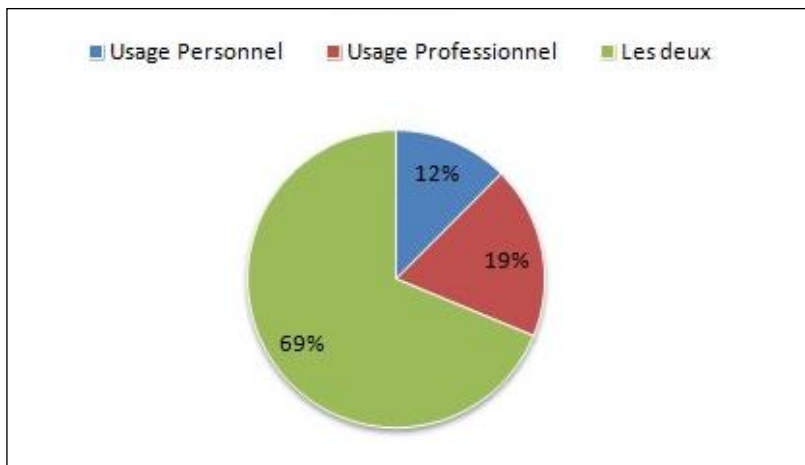


Figure °2 : Nature d'usage des médias sociaux par les jeunes journalistes tunisiens

La figure n°2 montre que la majorité des jeunes journalistes tunisiens utilisent les médias sociaux pour des raisons personnelles et professionnelles. 31 % seulement des journalistes interviewés font usage des médias sociaux pour l'une des raisons. Mais en ce qui concerne l'usage professionnel, les entreprises ont aussi pris consciences de l'importance de ces plateformes numériques.



Figure n°3 : Degrés de confiance chez les jeunes journalistes tunisiens

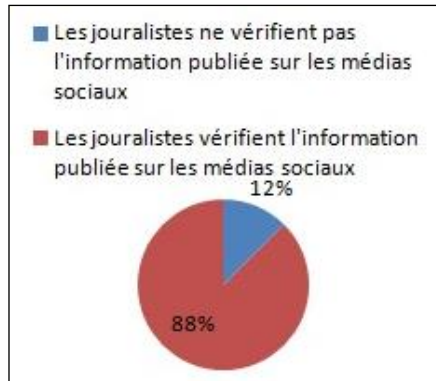


Figure n°4 : Vérification des jeunes journalistes tunisiens de l'information publiée sur les médias sociaux

D'après la figure n°3, la majorité des jeunes journalistes tunisiens vérifient de l'information publiée sur les médias sociaux. Il s'agit de 81 % des personnes interviewées. Et selon la figure n°4, 88 % de ces interviewées cherchent à vérifier l'information afin de s'assurer de sa crédibilité. Donc 12 % seulement de nos interviewées négligent les informations publiées sur les médias sociaux.

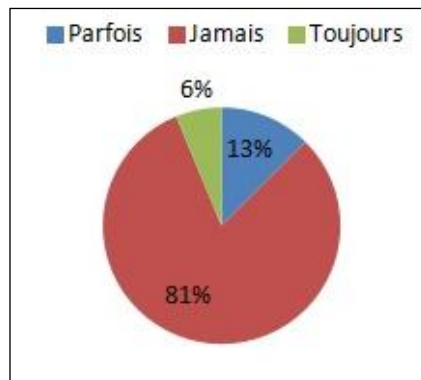


Figure n°5 : Prise de risque dans la publication directe de l'information publiée sur les médias sociaux

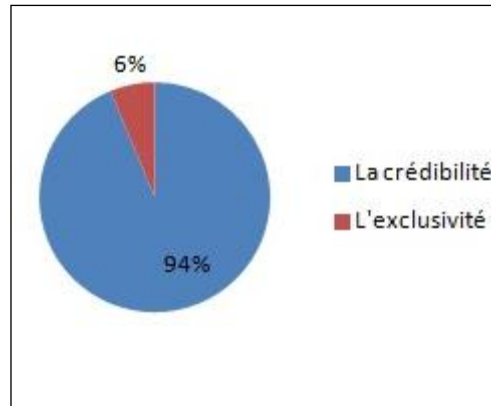


Figure n°6 : La crédibilité de l'information vs l'exclusivité de l'information

La figure n°5 confirme que 81 % des jeunes journalistes interviewés ne prennent pas de risque dans la publication directe de l'information publiée sur les médias sociaux. Ils vérifient l'information avant sa publication dans les médias dans lesquels ils travaillent. Seulement 6 % des interviewés prennent ce risque. Et d'ailleurs, ces 6 % cherchent toujours l'exclusivité pour leurs médias. Par contre, 94 % préfèrent présenter aux publics des médias dans lesquels ils travaillent, une information crédible.

Donc, l'usage des médias sociaux n'est pas nouveau chez les jeunes journalistes tunisiens. Il est plus ancien que les événements du 14 janvier 2011. Dans une ancienne étude de Hamida EL BOUR (2013), sur l'usage des médias sociaux par les journalistes tunisiens, il s'est avéré qu'au début des événements du 14 janvier 2011, ces espaces virtuels notamment les groupes Facebook étaient un moyen pour faire passer une information absente des médias classiques,

en reprenant les séquences et les images rapportant les événements sanglants dans les régions, diffusées par les médias internationaux. Ces groupes Facebook favorisaient la liberté d'expression au moment où les journalistes étaient opprimés et les médias étaient censurés.

De plus, il s'est avéré que « la technique n'apparaît plus comme l'instrument d'accomplissement de choix d'ordre politique, elle prend le pas sur ces critères pour se faire le ciment d'un mode de produire l'information » (RUELLAN, 1993).

Notre étude a confirmé aussi que cet usage des médias sociaux par les jeunes journalistes tunisiens est d'ailleurs ancré dans les usages personnels et professionnels de ces journalistes. Il est à noter ainsi que certains journalistes tunisiens ont repris leurs anciennes pratiques comme les partages de musique et autres. Ce qui confirme ainsi que « les usages des journalistes tunisiens de l'Internet et dans le cas d'espèces des réseaux sociaux, dénotent d'une quête de liberté d'expression et d'affirmation de soi, que ce soit avant ou après le 14 janvier 2011 ». (EL BOUR, 2013, p : 103).

Par la suite, « le journaliste émetteur-citoyen et récepteur – professionnel, offre une complexité de rôle à travers lesquels s'entremêlent les besoins d'affirmation identitaires, l'éthique professionnelle, le droit à l'expression, et la tentation de sortir des sentiers battus d'une pratique professionnelle antérieure qui a montré ses limites » (EL BOUR, 2013, p : 104).

En ce qui concerne la vérification de l'information, « après le 14 janvier [2011], on a assisté en Tunisie à un afflux massif d'informations issu du réseau social Facebook. Les Tunisiens partagent en permanence des articles et des vidéos entre eux, si bien que certains administrateurs des pages Facebook sont devenus des faiseurs d'opinion. Ils appellent aux sit-in et diffusent des communiqués de presse sans aucune autorisation et sans vérifier leurs sources (...). Les exemples sont nombreux, au mois de février 2012 une information partagée très rapidement sur Facebook a parlé de la distribution de bonbons méthamphétamine dans une école(...). Cette information a été démentie au début par certains médias puis confirmée par la télévision tunisienne » (CHOSN, et LAHOUIJ, 2013, p : 350). Actuellement, ce n'est plus le cas. Il s'est avéré selon notre étude que les jeunes journalistes tunisiens vérifient l'information avant sa publication directe sur les médias dans lesquels ils travaillent. Cela s'explique par la vague des rumeurs qu'a traversée le pays entre 2012 et 2013 et qui a été menée par les médias. Donc les journalistes tunisiens se sont trouvés appelés à rectifier leurs informations, ce qui leur a appris le processus de vérification de l'information.

Il est devenu beaucoup plus facile pour les individus ayant accès à Internet de devenir eux-mêmes producteurs/diffuseurs d'informations (CARDON et GRANJON, 2003).

4. Conclusion

Dans leur rapport les chercheurs Yvon ROCHARD, Denis RUELLAN et Daniel THIERRY (1997) ont signalé que la seule source d'information électronique reconnue est celle des agences de presse. Il s'agit selon eux d'une information produite par des journalistes pour des journalistes. Et l'information produite par ces agences constitue traditionnellement une référence pour la profession, sauf qu'actuellement, ce n'est plus le cas étant donné que les médias sociaux sont devenus eux aussi source d'information électronique.

Bien que les jeunes journalistes tunisiens interviewés suivent l'actualité sur les médias sociaux, ils ne croient pas toutes les informations publiées sur ces plateformes virtuelles. Mais ces dernières sont devenues des sources d'informations sachant que tout travail journalistique exige la multiplication des sources d'informations pour s'assurer de la crédibilité des informations.

Il serait critique ainsi de négliger l'importance des médias sociaux dans le travail journalistique. Ils sont devenus des moyens indispensables vu qu'ils se présentent comme des nouveaux outils de collecte et de diffusion de l'information dont le champ n'est plus seulement local, régional et national, mais international. Mais les jeunes journalistes tunisiens sont appelés à maîtriser l'usage de ces moyens au service de leur travail. La vérification de l'information auprès d'une deuxième source demeure être une étape importante.

De même, la majorité de ces journalistes cherche à vérifier les

informations avant de les publier car elle accorde un soin particulier à la crédibilité de leurs informations. Qu'il s'agisse de la radio, de la télévision ou de la presse écrite ou électronique, la majorité cherche à fournir aux récepteurs une information correcte en évitant de lancer des rumeurs. Le journalisme en Tunisie est un journalisme qui accorde un intérêt particulier à la crédibilité de l'information alors que l'exclusivité comme critère est classée en deuxième lieu. Cela n'empêche pas de dire que la culture du buzz est ancrée aussi dans les pratiques journalistiques. Mais il s'agit d'un usage de qualité des médias sociaux. Denis RUELLAND (1993) a signalé qu'il existe un « savoir-faire journalistique » qui s'efforce de concilier « l'exigence de précision et de cohérence véhiculée par l'idéologie professionnaliste dominante d'une part, et le monde vécu ambigu, opaque, flou d'autre part ».

Cependant, les jeunes journalistes tunisiens sont appelés à faire la différence entre l'usage personnel et l'usage professionnel étant donné qu'un journaliste ne devrait pas présenter ses avis personnels sur un média social public mais il devra toujours répondre aux règles de la charte éditoriale du média dans lequel il travaille.

Cette recherche a mis l'accent sur les pratiques des jeunes journalistes tunisiens sur les médias sociaux. Mais il y a un public tunisien de journalistes adultes qui ont développé aussi des usages sur les médias sociaux. Cela devra faire l'objet d'une recherche ultérieure.

Références :

- BELAID, N., « **L'analyse de contenu des pages Facebook des hommes politiques tunisiens pendant une période de crise** », in Revue Al Hikma (Algérie), n°29, deuxième semestre 2015, pp.322 – 343.
- CARDON, D. et GRANJON, F., « **Peut-on se libérer des formats médiatiques ? Le mouvement altermondialisation et l'Internet ?** », in : Mouvements, n°25, 2003, pp : 67 -73
- CHOSN, C. et LAHOUIJ, (Mohamed Anouar)., « **Mouvements sociaux en Tunisie : les risques de subjectivité et de manipulation**, in Les réseaux sociaux sur Internet à l'heure des transitions démocratiques, SIHEM, N. (dir), IRMC, KARTHALA, 2013, pp. 345 – 354
- CISION Group, Bates D., 2009, « **Social Media and online usage study** » [en ligne], URL:http://us.cision.com/journalist_survey_2009/., Georges Washington University, consulté le 05/04/2014
- CHARDEL, P.A., « **Les métamorphoses de l'espace public à l'ère numérique** », in « La métamorphose numérique : vers une société de la connaissance et de la coopération », JUTAND (Francis) (dir), Editions Alternatives, Paris 5, 2013.
- CHARRON, J., LEMIEUX, J. et SAUVAGEAU, F., « **Les journalistes, les médias et leurs sources** », Bouchervielle, Gaétan Morin, 1991.
- CHEBBI, R., « **La dualité blog/censure : cas de la blogosphère tunisienne**», in : « Penser la société tunisienne aujourd'hui », NAJR, S. (dir), Tunisie, Cérés éditions, 2013.

- DEGAND, A. et GREVISSE, B. (dir), (2012), « **Journalisme en ligne : pratiques et recherche** », Groupe De Boeck, 365 p.
- EL BOUR, H., « **Cyber activisme des journalistes tunisiens avant et après la révolution du 14 janvier 2011** », in : Le cyberactivisme au Maghreb et dans le monde arabe, SIHEM, N. (dir), IRMC, KARTHALA, 2013, pp. 95 - 105
- EL ZAIEM, A., **Rapport 2014 sur l'état de la francophonie numérique**, ISOC Québec, 2014, 91 p.
- GHAZALI, A., « **Médias et développements politiques dans le Maghreb et le monde arabe** », in Cours inaugural des Masters de la Faculté de Communication Blanquerna, Universitat Ramon Llull, 2011.
- GONZALEZ- QUINJANO, Y. et GUAAYBESS, T. (dir), « **Les arabes parlent aux arabes** », Actes Sud, 2009, 272 p.
- INRIC : **Rapport Général de l'INRIC** [en ligne], septembre 2012, URL : www.inric.tn
- BUCKLEY, S., CHAABI, S. et OUARDA, B., « **Etude sur le développement des médias en Tunisie** », UNESCO, 2012, 119 p.
- ROCHARD, Y., RUELLAN, D. et THIERRY, D., **Production en réseaux et mutations professionnelles du journalisme**, Programme de recherche de l'Observatoire des NTIC et des métiers, Lannion.
- RUELLAN, D., **Le professionnalisme flou : identité et savoir-faire des journalistes français**, Grenoble, PUG, 1993.