

Nouvelles voix

Dix ans
d'évolutions
dans les
médias arabes

عشر سنوات
من التطورات
في الاعلام
العربي

**Aswat
Jadida**

**أصوات
جديدة**

Nouvelles voix
Aswat Jadida
أصوات جديدة

Il y a dix ans fleurissaient les printemps arabes, cette vague inédite de révoltes qui a déferlé sur plusieurs pays du Maghreb et du Moyen-Orient. Des millions de personnes sont descendues dans la rue, souvent au péril de leurs vies, pour défier la tyrannie et la corruption des gouvernements en place. De la Tunisie à la Syrie, de l'Égypte au Yémen, toutes et tous étaient déterminés à revendiquer leurs droits : plus de libertés individuelles, une réelle démocratie et de meilleures conditions de vie. Si ces révoltes ont vu la chute de plusieurs régimes, celui de Ben Ali, de Moubarak ou encore de Kadhafi, elles se sont aussi heurtées à de fortes répressions menées dans le sang. Elles se sont parfois transformées en guerres, laissant place au chaos – comme au Yémen, en Syrie et en Libye – et replongeant même certains pays – comme l'Égypte – dans des régimes autoritaires.

Ce mouvement a néanmoins fait naître d'immenses espoirs démocratiques qui se sont traduits et ont été accompagnés par l'apparition de médias citoyens, souvent portés par une partie de la jeunesse. Les réseaux sociaux sont devenus des relais majeurs d'information et de mobilisation. Ces médias numériques se sont progressivement développés, plaçant

sous les feux des projecteurs les multiples rebondissements de ces révoltes. Ils ont ouvert la voie à un nouvel espace médiatique, partageant une information citoyenne en accord avec les libertés et droits revendiqués.

Face à ces événements historiques, CFI s'est immédiatement mobilisé pour apporter une réponse à la fois rapide et pérenne, à la hauteur des mouvements en cours et des demandes de ses partenaires arabes. En quelques semaines, les barrières politiques, et l'autocensure qu'elles avaient entraînée, ont volé en éclats. Dans ce contexte, l'agence s'est engagée par des actions en faveur à la fois des médias publics traditionnels et des nouveaux médias citoyens, avec comme priorités la formation des jeunes journalistes et le soutien à la production locale.

Cet ouvrage met en lumière et raconte, à travers des photos, des témoignages, des portraits de journalistes et des aventures humaines, dix années d'appui au développement des médias dans le monde arabe. Dix années passées aux côtés des actrices et acteurs de la société civile qui s'engagent pour une information pluraliste et citoyenne, animant le débat démocratique dans leur pays.

1

Les médias
en ligne,
vecteurs d'une
expression libre

Malek Khadhraoui

« Gagner la confiance du lectorat était un challenge qui est encore d'actualité. »

Malek Khadhraoui, journaliste tunisien et co-fondateur d'Inkyfada, évoque l'histoire de ce média fondé en 2014 dans le sillage de la révolution tunisienne. Le lancement d'Inkyfada a été accompagné

par Ebticar Media, un projet financé par l'Union européenne et mis en œuvre par CFI, qui a permis de récolter un financement suffisant pour construire les bases de ce média.



Dans la période qui a suivi la révolution tunisienne de 2011, Malek Khadhraoui a ressenti la nécessité d'apporter plus de contextualisation et de sens aux lecteurs et lectrices, en proposant davantage qu'une simple couverture médiatique quotidienne de l'actualité et des débats. Les multiples enjeux institutionnels, économiques et sociaux de ce moment de transition nécessitaient de réelles explications. « Inkyfada est né d'un besoin assez clair, puisqu'en 2011 et 2012, nous sommes passés d'une époque où il n'y avait ni information, ni possibilité pour les citoyens de s'exprimer, à un trop plein d'expression et de canaux de discussion », raconte Malek. Il fallait aussi reconquérir un lectorat qui n'accordait plus aucun crédit aux médias locaux. « Gagner la confiance du lectorat était donc

un gros challenge, qui est encore d'actualité », souligne le journaliste. Dès sa création, Inkyfada choisit de se consacrer à l'investigation et au traitement des données à travers des enquêtes, des webdocumentaires et des reportages de terrain, tout en produisant des expériences de visualisation de l'information. « Notre première mission a été d'essayer de rendre les dirigeants politiques responsables de leurs actes, en portant un regard critique sur leurs décisions et l'impact qu'elles ont sur la vie de la population tunisienne », raconte Malek. Inkyfada s'attache à dénoncer toute forme de discrimination, en défendant les droits économiques et sociaux de chacun, les libertés individuelles et le respect des minorités, toutes ces revendications à la base de la révolution. Le média défend également

« Inkyfada s'est engagé pleinement comme un contre-pouvoir, un outil de compréhension des enjeux actuels de la Tunisie. »

l'égalité des genres en se déclarant féministe, mais aborde aussi la question des frontières et de la crise migratoire. L'enjeu majeur pour Inkyfada, et pour les médias tunisiens en général, a été de trouver son propre modèle économique sans abandonner le principe d'une offre gratuite qui garantit un accès à un large public, tout en s'écartant du modèle classique qui repose sur

une publicité détenue par les hommes d'affaires issus de l'époque dictatoriale de Ben Ali. Comme l'explique son fondateur : « Nous avons quand même résolu le problème institutionnel, lié au cadre de la presse, avec la possibilité de créer des médias sans aucune forme de contrôle, mais la vraie difficulté, c'est le financement d'un média aujourd'hui ». Inkyfada a développé son propre modèle, basé sur un ensemble de services allant de la formation à l'expertise, en passant par l'accompagnement de médias et le développement d'outils destinés au journalisme et à la communication. Le deuxième enjeu, après vingt-trois ans de dictature, était de trouver les personnes compétentes, ayant une approche professionnelle du journalisme.

Aujourd'hui Inkyfada est capable de s'auto-financer à hauteur de 70 %, le reste étant soutenu par des financements structurels de donateurs et bailleurs de fonds internationaux. Et le modèle fonctionne. Après sept années de progression constante et un rythme de publication en hausse, le média a lancé cette année la première plateforme de podcasts en Afrique du Nord. ■



Encourager le développement du journalisme citoyen

Dès la fin de l'année 2011, CFI a lancé en Tunisie un programme d'éducation aux médias, avec les maisons de jeunes, à l'arrêt depuis le début de la révolution. Celui-ci consistait à les équiper et les accompagner dans la création de médias locaux intégrés au sein d'un service public audiovisuel. Aujourd'hui, ce projet est devenu partie intégrante des activités officielles du

ministère de la Jeunesse. L'agence a également soutenu l'association Al Khatt, dont le directeur exécutif, afin de poursuivre le développement de clubs de journalistes citoyens et citoyennes en plateformes multimédias à travers le lancement de deux webradios et d'une webtélé.

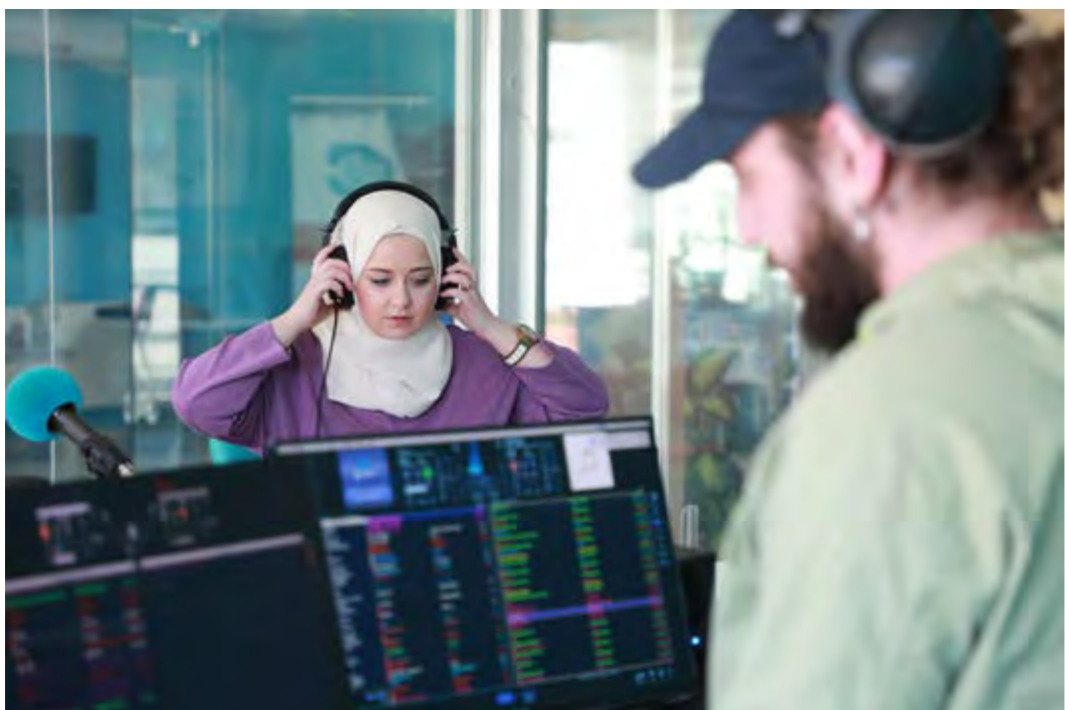
SYRIE - FRANCE

Une radio syrienne libre qui émet depuis Paris

Depuis huit ans, Radio Rozana fait entendre la voix du peuple syrien en s'appuyant sur un réseau de correspondants et correspondantes en Syrie, témoins quotidiens de la guerre. Créée en 2013, Radio Rozana est un média qui se déclare indépendant, ne souhaitant véhiculer aucune information biaisée, issue d'un parti politique ou d'un groupe armé.

Avant de commencer à émettre, plusieurs personnes avaient été formées, au sein de la ville turque de Gaziantep, à produire des informations équilibrées. « Nous étions un groupe de Syriens croyant aux médias comme voie de changement », raconte Lina Chawaf, l'une des fondatrices et actuelle directrice exécutive de la radio. « L'équilibre et l'objectivité donnent plus de crédibilité à votre cause », ajoute-t-elle. Lors de la création de cette webradio, installée dans un appartement parisien, CFI et l'agence de coopération danoise IMS (International Media Support) ont apporté leur aide en termes de logistique, de sécurité et de formation de l'équipe.

Radio Rozana permet un accès à des informations vérifiées en se concentrant avant tout sur les problèmes de société et les droits humains. Elle propose des récits de vie et raconte des



success stories. Cette approche citoyenne permet de toucher un public large, au-delà des clivages politiques et des opinions personnelles. Même si la radio a été exposée à de nombreux discours de haine de la part des groupes armés et surtout du régime syrien, l'accusant parfois d'être un

« Avant 2011, personne n'était au courant des massacres. Grâce au travail des journalistes syriens, maintenant tout le monde sait ce qu'il s'est passé en Syrie. »

Lina Chawaf

média révolutionnaire, pour Lina Chawaf il est fondamental de « dire la vérité quoi qu'il arrive ». Des programmes spécifiques sont destinés aux femmes – pour leur donner une voix dans une société « où elles sont sans voix » – et aux enfants. D'autres sont consacrés au partage d'opinions afin « de s'écouter, de s'accepter et de discuter ». Lina Chawaf poursuit un travail de fond dans ses choix éditoriaux, afin d'éduquer les futures générations. « Tu ne peux pas réclamer la liberté si tu n'es pas capable d'autoriser ta fille à s'éduquer. Pendant les révoltes arabes, beaucoup de jeunes gens demandaient la liberté mais, à côté de cela, la refusaient pour leurs sœurs. Une situation contradictoire et confuse. C'est pourquoi il faut changer la société syrienne de l'intérieur. Cela prendra sûrement des générations, mais au moins, nous commençons par planter la graine du futur », conclut la journaliste dans un sourire.

Les contenus produits sont diffusés sur plusieurs plateformes, à la fois en audio à la radio, sous forme d'articles en ligne et parfois en vidéo pour certains programmes sur Facebook et YouTube. ■

FOCUS

Mégaphone : un média alternatif libanais au cœur de la révolution de 2019

Né sur les réseaux sociaux, créé et porté par des jeunes, Mégaphone s'affiche comme un média indépendant et critique de toute structure de pouvoir.

Le projet Mégaphone voit le jour en 2017. L'idée est de lancer un format innovant adapté aux réseaux sociaux et à la manière dont les jeunes consomment les médias, avec une ligne éditoriale intransigeante, critique des différentes structures du pouvoir. Le média s'adresse aux jeunes au regard de l'offre médiatique réduite qui leur est destinée. Mais il cible aussi des populations plus marginalisées qui ne s'informent pas sur les médias traditionnels, tels que les personnes réfugiées, les travailleuses et travailleurs migrants et les activistes de tous bords. Comme le raconte l'un de ses fondateurs, Jean Kassir : « Au début, nous étions une dizaine de personnes qui se connaissaient depuis la fac. Nous faisons partie d'un collectif et c'est à travers le militantisme étudiant que l'on a commencé à s'impliquer politiquement. Nous avons pris part à toutes

« L'histoire de ce projet, c'est un peu l'histoire de tous les rebondissements politiques qu'on a vécus, dans le sens où le projet était parti dans une direction et il a évolué après le 17 octobre. »

Jean Kassir

les étapes essentielles du mouvement de contestations au Liban depuis 2011, qui s'est poursuivi jusqu'en 2015 avec la crise des déchets et puis évidemment le soulèvement du 17 octobre 2019. » Avant 2019, Mégaphone avait déjà commencé à gagner en crédibilité auprès des milieux étudiants et activistes beyrouthins. Une grande partie de la population s'était mise à s'intéresser à la politique; il y avait donc une demande pour ce genre de vidéos. Les bases étaient alors jetées pour être au rendez-vous du soulèvement du 17 octobre. Le rôle de Mégaphone a pris une tout autre ampleur en devenant l'une des principales sources d'information lors du soulèvement. En plus d'une couverture quotidienne sur le terrain, ce média a joué un rôle de vigilance citoyenne en montrant les différentes manœuvres mises en place par les banques et le gouvernement. Il a en outre décortiqué des discours politiques pour déconstruire la rhétorique officielle, notamment celle relative au système économique. Dans le cadre du projet D-Jil – financé par l'Union européenne et mis en œuvre par CFI – consacré au renforcement des médias destinés à la jeunesse du monde arabe, plusieurs petites vidéos et un documentaire de 20 minutes ont été réalisés. Leur but : analyser les mécanismes du modèle économique de ces trente dernières années, responsable de l'effondrement actuel.

Pour Jean Kassir, il a fallu du temps au Liban avant d'avoir sa propre révolution médiatique : « Cela s'est fait tard, mais je peux dire qu'aujourd'hui on est sur une lancée où ces acteurs-là jouent un rôle primordial dans le paysage médiatique libanais. » Comparé aux autres pays de la région, en 2011 il y avait surtout des blogs, puis, en 2015, la présence d'activistes sur les réseaux sociaux est devenue plus importante. Mais c'est vraiment après 2019 que plusieurs plateformes d'informations alternatives ont vu le jour.

Pierre Haski

Président de l'association Reporters sans frontières et journaliste français, Pierre Haski assure la chronique « Géopolitique » de France Inter. Il revient aujourd'hui sur ses souvenirs des forums 4M et partage un regard sur les médias de la région, dix ans après les printemps arabes.



« Il y a clairement une génération de journalistes qui s'affirme depuis une dizaine d'années comme l'enfant des printemps arabes. »

Vous avez participé au lancement des premiers forums 4M, pouvez-vous nous raconter cette expérience ?

Nous étions quelques-uns, dans la foulée des Printemps de 2011, à être frappés par le rôle joué par les blogueurs et les réseaux sociaux, par l'émergence de cette nouvelle dynamique. Et l'idée d'accompagner avec CFI la naissance de nouveaux médias, dans ce que l'on pensait qu'allaient être ces sociétés démocratiques libres, a germé. C'est ainsi qu'est née l'idée du premier forum 4M à Montpellier, pour réunir tous les acteurs du bassin méditerranéen qui avaient été impliqués dans cette aventure. Cela a été avant tout une expérience humaine formidable, parce qu'il y avait un réel bonheur à se retrouver. Il y avait certes des contrastes entre les pays et des réalités différentes, mais tout le monde était content de se réunir et surtout de faire connaissance. On entendait des choses assez drôles dans les couloirs : « Ah c'était toi YZ 2472 ? » Puisqu'ils étaient encore tous plus ou moins semi-clandestins, ils avaient tous des pseudos sur les réseaux sociaux et la plupart

d'entre eux ne se connaissaient pas et se découvraient. Je me souviens aussi de quelques moments un peu magiques dans les débats, parce qu'il y avait ce bouillonnement d'idées, ce mélange d'utopie et d'hyper réalisme qui se manifestait.

Quelle rencontre 4M a été la plus marquante pour vous ?

La première, forcément, parce qu'il y avait la surprise, et peut-être ensuite la deuxième. C'était celle organisée à Tunis pour le premier anniversaire de la révolution, en 2012. Évidemment, il y avait une participation beaucoup plus importante de Tunisiens et cela a vraiment été très enrichissant. Lors du troisième 4M de Montpellier, j'ai été marqué par la réflexion d'un blogueur égyptien qui disait : « Facebook a été notre meilleur allié pour faire la révolution. C'est aujourd'hui notre pire ennemi, parce que c'est le vecteur de toutes les manipulations, de toutes les désinformations. » On voyait bien là le retournement qui s'était produit. Rétrospectivement, on comprend parfaitement ce à quoi il faisait référence, mais à l'époque, cette phrase avait fait sensation.

Que reste-il aujourd'hui de cette expérience et de ces rencontres ?

Je pense qu'il reste, chez tous ceux qui y ont participé, un souvenir très fort, parce que ce furent des moments à la fois de fraternité, de coopération et d'apprentissage. Tout le monde apprenait des choses pendant ces rencontres, il y avait des séances de formation, des débats, beaucoup d'à-côtés pendant les repas, les soirées... C'était très riche et je pense que cela a marqué durablement les participantes et participants. Et puis, il y a cette idée qui est née, d'un espace commun, un espace méditerranéen, que nous avons ensuite essayé d'élargir. Le fondement méditerranéen de ce processus était fort et, même s'il ne s'est pas fait, il se fera peut-être un jour.

Selon vous, comment les médias du monde arabe ont-ils évolué en dix ans, notamment au niveau des espoirs démocratiques qu'ils ont portés au début des révolutions ?

Il y a beaucoup d'espoirs qui ont été déçus sur le plan des processus politiques et qui n'ont pas permis à ces

médias d'avancer. L'Égypte d'aujourd'hui est sans doute autant sinon plus censurée qu'elle ne l'était à l'époque de Moubarak, donc avant la révolution. Il y a eu des guerres civiles en Libye, en Syrie et au Yémen. La deuxième chose, c'est que même lorsque les conditions politiques étaient réunies, comme en Tunisie, il n'y a pas eu l'éclosion médiatique, le sursaut d'intérêt ou la mobilisation autour des médias que l'on pouvait anticiper ou que l'on a essayé d'accompagner. De belles choses sont restées – à l'instar du média Inkyfada, fondé par Malek Khadhraoui, qui est un exemple de réussite issu directement de ce processus révolutionnaire – mais il n'y a pas eu le ferment d'éclosion de médias libres que l'on pouvait espérer.

Qu'avez-vous observé au niveau de l'émergence des médias alternatifs, vecteurs d'une expression plus libre, au cours de ces dernières années ?

Je pense qu'ils se sont heurtés à deux, voire trois obstacles. Le premier est politique, puisqu'il faut un environnement libre pour avoir des médias

alternatifs. Le deuxième est la nécessité du professionnalisme, c'est-à-dire des projets portés par des personnes qui ont à la fois une expérience et une vision de ce qu'est le journalisme. Le troisième obstacle, qui est l'un des plus compliqués, est celui du modèle économique. Il est très difficile aujourd'hui de faire vivre un média indépendant dans ces sociétés qui dépendent de la publicité, elle-même très politique. L'invention de nouveaux modèles économiques est quelque chose de compliqué. Pourtant, il s'agit d'une condition indispensable pour la pérennité de ces médias. C'est pour cela que le cas de Malek Khadhraoui est très intéressant. Son projet a abouti, survécu, et Inkyfada a trouvé sa voie en expérimentant un nouveau modèle avec de la formation et de la production vidéo.

Qu'en est-il aujourd'hui de la génération de journalistes ayant émergé au lendemain des printemps arabes ? Et de celle d'aujourd'hui ?

Il y a clairement une génération qui s'affirme depuis une dizaine d'années et qui est

directement ou indirectement, consciemment ou non, comme l'enfant de ces printemps arabes. Il y a des portes qui ont été ouvertes à ce moment-là, certaines se sont refermées depuis ; comme des portes politiques, mais il y a aussi des portes dans les têtes qui, elles, ne se sont pas refermées. C'est cela qui est important et qui est porteur d'espoir pour l'avenir.

En 2011, il y a eu un effet de surprise, personne ne s'attendait à ce qui est arrivé. Aujourd'hui, il n'y a plus cet effet et les journalistes se heurtent à un environnement moins porteur. Mais il faut garder à l'esprit que l'histoire n'est pas écrite, qu'elle n'est pas prévisible. Il faut créer les conditions dans lesquelles demain, après-demain, un jour de nouveaux médias puissent émerger dans tous ces pays. Il faut aider les journalistes à se former et à réfléchir à leurs projets. Il est nécessaire de constituer des réseaux de collaborations, d'échanges et de partages qui sont fondamentaux pour que, le jour où la porte s'ouvre de nouveau, ils puissent faire naître des initiatives peut-être plus viables que par le passé. ■



« J'ai le souvenir d'un atelier 4M à Amman, en janvier 2016, où nous avons rencontré des gens passionnants, notamment un directeur de la rédaction du journal belge *Le Soir* qui nous a parlé de la réforme éditoriale du quotidien et qui était excellent. Nous avons rencontré des Égyptiens, des Algériens, des Marocains, des Jordaniens, et cela a été un moment très fort humainement, un moment d'apprentissage, de partage. On a créé des liens qui perdurent aujourd'hui. »

Michel Hérou, directeur de *L'Orient-Le Jour* (Liban)

FOCUS

Journalisme et nouveaux médias : l'aventure 4M

Lancé en 2011, le label 4M (le 4^e média) marquait la volonté de CFI d'accompagner les nouveaux usages médiatiques, en particulier en

Méditerranée où la révolution des médias sociaux a pris une importance toute particulière dans le contexte des printemps arabes.

Les premières rencontres internationales 4M se sont tenues en juin 2011 en France, à Montpellier, et ont réuni près de 200 des principaux acteurs et actrices des nouveaux médias méditerranéens : blogueuses et blogueurs, journalistes, femmes et hommes, issus de la presse écrite, de l'audiovisuel et du web. Elles ont permis aux personnes présentes d'échanger leurs expériences, leurs savoir-faire et leurs visions de ces nouvelles pratiques. L'année 2012 a vu le déploiement et la montée en puissance

du label 4M. En janvier, un an après la Révolution de jasmin, un deuxième forum régional dédié au rôle des journalistes citoyens et citoyennes s'est tenu à Tunis, suivi en juin par un autre à Montpellier. Son thème : « E-politique, après les révolutions, les élections », ou en d'autres termes, comment le web peut-il offrir une nouvelle dimension au débat démocratique ? Le forum régional du Caire a ouvert l'année 2013 en consacrant son édition à l'impact des médias sociaux sur le journalisme

et l'information dans les pays du Moyen-Orient. Comment le développement numérique a-t-il transformé l'information ? L'information est-elle devenue de meilleure qualité ? Ces questions étaient également au centre des troisièmes rencontres internationales en juin à Montpellier, qui ont rassemblé 150 personnes venues de 40 pays, représentant les partenaires et bénéficiaires mobilisés lors des forums régionaux et ateliers. Au fil des années, se sont

succédé ateliers de formation au journalisme multiplateformes et forums régionaux sur les nouvelles pratiques du journalisme en Tunisie, en Égypte, au Liban, en Irak, en Algérie ou encore en Palestine, mais également en Europe centrale, en Afrique et en Asie. Les rencontres internationales 4M de Paris, qui ont réuni 250 actrices et acteurs des médias en ligne de 38 pays en avril 2016, ont constitué un rendez-vous unique de l'engagement citoyen à travers les médias numériques, autour du partage de nouvelles pratiques éditoriales. ■

« Toute l'histoire des 4M a démarré à Montpellier, l'année des printemps arabes. En 2011, nous avons réuni ici toute cette galaxie de nouveaux acteurs des médias de la Méditerranée. Cela a été une expérience très forte parce qu'elle a généré une dynamique de partage d'expériences et de mise en réseau. »

Benoît Califano, directeur de l'ESJ Pro Montpellier (France)

L'INTERVIEW

Ayman Mhanna

« Ensemble, nous partageons des valeurs et des visions liées aux médias. »



The way from Tahrir: le premier webdocumentaire égyptien

En octobre 2011, douze journalistes égyptiennes et égyptiens issus de la presse écrite, de radios et de télévisions indépendantes, se sont réunis au Caire pendant une semaine pour un atelier 4M consacré à la notion de global-média. À l'issue de cet atelier, le premier webdocumentaire égyptien a vu le jour : « *The way from Tahrir – Tahrir, et après...* », une série de reportages multimédias avec comme point de départ une carte interactive

du quartier de la capitale où se situent plusieurs lieux symboliques ou significatifs de l'actualité politique égyptienne (Tahrir, le Parlement, la gare du Caire, le café Horreya, le quartier Faggala...). Six mois plus tard, ces mêmes journalistes ont poursuivi leur travail et produit la suite de *The way from Tahrir*, un deuxième volet qui explore la période post-révolutionnaire égyptienne en brossant les portraits de personnalités des arts et des lettres à travers une narration multimédia.

À Beyrouth, Ayman Mhanna est depuis 2011 le directeur exécutif de la Fondation Samir Kassir, association qui promeut la culture démocratique au Liban et dans le monde arabe tout en encourageant les nouveaux talents de la presse libre.

La collaboration d'Ayman avec CFI remonte à 2012 lors de son invitation au forum 4M de Montpellier, cette rencontre entre acteurs des nouveaux médias méditerranéens initiée par l'agence un an auparavant. Depuis, plusieurs projets liés au label 4M ont été développés. « Le projet le plus important a été la conférence 4M de Beyrouth en 2014 : pouvoir accueillir conjointement des centaines de porteurs de projets, de journalistes et d'experts était très innovant », raconte Ayman Mhanna. Pendant six mois, à Beyrouth, plusieurs actrices et acteurs des médias en ligne originaires du Proche-Orient ont suivi une formation complète au management d'un média numérique innovant, se clôturant avec le 4M Beyrouth de novembre



2014. Le pays du cèdre a connu, à partir de 2019, une vague de soulèvement initiée par une jeunesse exprimant ses nouvelles aspirations à la liberté et à la bonne gouvernance, notamment à travers les médias. Mais, en retour, les personnes à l'origine de ces mouvements ont aussi subi une forte répression. Comme l'explique Ayman : « Au Liban, la vie politique et la presse sont toutes deux actives, mais le poids de la répression perdure. Il est donc nécessaire de lutter contre cette dernière. » D'après lui, cette lutte doit être menée pour combattre

« Notre collaboration avec CFI a contribué à l'émergence de nouveaux médias, ce qui reste un très grand sujet de fierté. »

à la fois la culture de l'impunité et les contrôles politiques et confessionnels sur les médias. C'est dans ce cadre-là que CFI a coopéré sur un projet lié à la sécurité des journalistes. Par ailleurs, à la suite de l'explosion du port de Beyrouth le 4 août 2020, la Fondation s'est aussi mobilisée financièrement et a sollicité ses contacts pour la mise en œuvre d'un fonds de soutien aux médias, dont l'agence fut l'un des premiers contributeurs.

Son partenariat avec CFI dans les projets Ebticar et D-Jil*, qui visaient respectivement à renforcer les médias en ligne du sud de la Méditerranée et à faciliter l'accès à l'information des jeunes du monde arabe, a permis à la Fondation Samir Kassir d'être aux avant-postes de la création et du développement des médias indépendants dans toute la région. Ce qui est fondamental, insiste Ayman, dans « une région qui a tant besoin de voix indépendantes ». Dépasser le cadre des quatre pays où la Fondation travaillait essentiellement (le Liban, la Syrie, la Jordanie et la Palestine) a été possible grâce à l'agence qui, selon Ayman, a servi de « pont », élargissant leur relation avec des médias indépendants du Maroc, d'Algérie, d'Irak, de Tunisie ou encore d'Égypte. ■

* Projets financés par l'Union européenne.

2
Vers une
participation plus
active des jeunes

FOCUS

***Ki Derti Liha* : des vidéos pour conseiller les jeunes dans leurs parcours professionnels**

Alors étudiant, Adam Bouhadma constate, face au besoin d'orientation des jeunes, le manque criant de contenus pour les informer et les aider dans le choix de leurs futures carrières. À 31 ans, il dirige aujourd'hui l'entreprise marocaine Education media company, editrice de la plateforme d'orientation : *grayti.com* et des vidéos *Ki Derti Liha*.

L'histoire de *grayti* (ma scolarité, en arabe) a démarré en 2008. Tandis que le numérique prend une place de plus en plus importante au Maroc, Adam constitue une petite équipe pour se lancer dans la réalisation de vidéos d'orientation et de préparation aux examens pour les étudiantes et les étudiants. Cependant, il dispose de peu de moyens pour investir dans des équipements lui permettant de développer ses activités.

En 2018, *grayti* fait partie des dix initiatives sélectionnées par le projet D-Jil de CFI, destiné à la jeunesse du monde arabe. Ce soutien donne un coup d'accélérateur au développement de la plateforme et marque le lancement

du projet *Ki Derti Liha* (comment t'as fait, en arabe). Son but : accompagner les jeunes dans leurs choix professionnels et non plus seulement dans leur orientation.

À travers des vidéos d'une quinzaine de minutes, diffusées sur la plateforme éducative *grayti* ainsi que sur Facebook et YouTube, des femmes et des hommes de divers profils professionnels racontent leurs parcours et donnent des conseils pour réussir son orientation et son insertion dans la vie active. Ces vidéos connaissent un succès rapide et atteignent des millions de vues. « Toutes ces histoires passionnantes ont reçu une audience assez importante », raconte Adam, « et nous avons même réussi à faire entrer le label *Ki Derti Liha* dans le langage quotidien ! » Plusieurs associations étudiantes marocaines ont en effet organisé des événements de témoignages de parcours professionnels en les nommant *Ki Derti Liha*.

« Intégrer la communauté D-Jil nous a donné les moyens de produire du contenu qualitatif, et sur le plan humain, nous avons beaucoup apprécié la liberté qu'on nous a laissée pour faire aboutir notre projet. »

Adam Bouhadma

JORDANIE

Des programmes interactifs pour favoriser le dialogue avec les parlementaires

La Jordanie a mené, dans la lignée des printemps arabes, une série de réformes constitutionnelles et politiques visant à construire une démocratie dynamique. Ces réformes se fondent sur le renforcement progressif du régime parlementaire ainsi que des partis politiques et sur une participation active de la population.

En cohérence avec sa stratégie de promotion de l'État de droit, l'Union européenne a lancé un programme de soutien à ce processus de réformes en Jordanie : le projet EU-JDID (*EU support to Jordanian Democratic Institutions & Development*, qui signifie nouveau en arabe). Depuis 2019, son volet médias est mis en œuvre par CFI. Il inclut la formation de journalistes politiques et la sensibilisation d'élus à l'importance de la communication avec les médias. L'enjeu est de créer les conditions d'une couverture plus fidèle et professionnelle de l'actualité politique, parlementaire et électorale en Jordanie. Pour cela, des formations ont été organisées et un centre de médias au sein du parlement jordanien a vu le jour, sans oublier la mise en ligne d'un kit de couverture de l'actualité politique. Un soutien a aussi été apporté à la production



de contenus consacrés aux affaires parlementaires, notamment à travers la création d'un programme radio interactif permettant de dialoguer avec les élus jordaniens sur l'actualité politique du pays. C'est ainsi que la plateforme de podcast jordanienne Sowt a été choisie pour élaborer *Le Parlement*, une série de 26 épisodes axés sur les élections, mais aussi sur des sujets de société ou d'actualité. Les quatre saisons du programme ont alterné interviews de députés en direct sur Facebook, reportages de fond, micros-trottoirs et débats électoraux, avec des formats adaptés à un public jeune, pouvant interagir via un numéro Whatsapp et Telegram. ■

« Ces journalistes veulent avoir le droit de s'exprimer, de réaliser les interviews requises et de demander aux autorités de s'expliquer quand il y a des décisions qui ont été prises. »

Randa Habib, journaliste et ancienne directrice de l'AFP en Jordanie, coordinatrice du projet EU-JDID

FOCUS

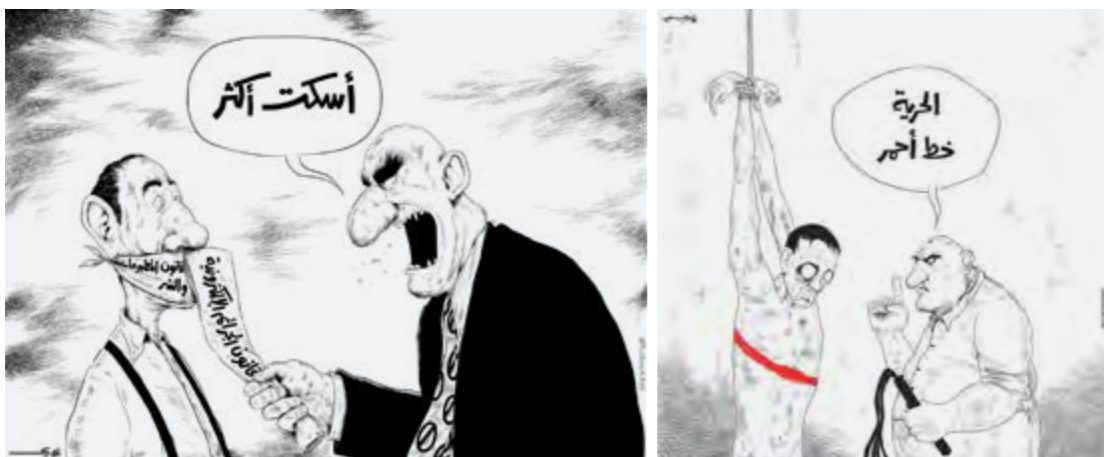
Al Hudood, la satire comme antidote à la censure

***Al Hudood* est un journal satirique jordanien. Ovni médiatique, il est surtout un moyen de contourner les interdits politiques et de repousser les frontières de la liberté d'expression.**

C'est en 2013 que le jeune entrepreneur jordanien Isam Uraiqat lance *Al Hudood*, un média d'information parodique, similaire à *The Onion* aux États-Unis ou *Le Gorafi* en France, qui traitent de politique et de société sous un angle délibérément irrévérencieux. En quelques années seulement, il s'est imposé comme un journal alternatif crédible auprès d'une jeunesse ayant perdu confiance dans les médias traditionnels depuis les printemps arabes.

Lo'ai Hazem est caricaturiste politique et a rejoint *Al Hudood* en 2015. Depuis qu'il est membre de l'équipe éditoriale,

il s'attaque à des sujets sensibles comme la corruption, les questions d'égalité entre les genres ou encore de gouvernance au Moyen-Orient, thèmes qu'il aborde sans compromission et avec une grande rigueur. Une mission devenue essentielle à l'heure où les infos abondent sur les réseaux sociaux. « Afin de contrer la propagation des fake news, nous avons lancé les *Al Hudood Awards* du journalisme arabe en 2017, une récompense qui met en lumière les pires exemples de propagande trouvés dans les médias arabes, qu'il s'agisse de discours haineux incitant à la haine sectaire ou de



xénophobie. Nous avons aussi une équipe de *fact-checking* en interne qui s'occupe de repérer les fausses informations publiées dans la presse régionale et de les corriger. Ensuite, nous les publions sur notre version papier ou numérique », explique le caricaturiste.

Si les révolutions arabes ont permis de créer le terreau fertile à l'apparition de médias comme *Al Hudood*, il n'empêche que le journal suscite parfois la controverse à la publication de certains articles, ce que raconte Lo'ai : « Nous avons beaucoup écrit sur Daech ou sur les tabous de la culture islamique, ce qui nous a valu des menaces et des discours haineux. Cependant notre objectif avec la satire n'est pas de blesser l'opinion des autres, mais de donner la nôtre afin d'ouvrir le dialogue. » La nature satirique d'*Al Hudood* lui permet de parler plus facilement de sujets délicats

dans la région, comme la religion ou la politique, et de contourner les sévères restrictions à la liberté d'expression qui demeurent actuellement en Jordanie. Une liberté également apportée par son modèle économique, qui s'appuie principalement sur des partenariats avec des organisations internationales et locales en phase avec ses valeurs, lui évitant ainsi d'être dépendant des pouvoirs en place comme les autres médias, et donc d'être soumis à la censure. Il y a deux ans, *Al Hudood* a décidé d'aller plus loin en formant des journalistes au style satirique. Une formation de cinq jours réalisée en partenariat avec CFI et ouverte aux jeunes souhaitant découvrir les bases de la satire. Un cursus qui, s'il est proposé uniquement en Jordanie pour le moment, pourrait s'étendre à d'autres pays du monde arabe afin de créer une nouvelle génération de caricaturistes. ■

↩
Double Silencing
 (Muselé deux fois)
 Lo'ai Hazem
 « Ferme-la, ferme-la encore ! »
 Lois sur la cybercriminalité et sur les publications et droits d'auteur

↑
Red Lines
 (Lignes rouges)
 Lo'ai Hazem
 « La liberté est interdite. C'est une ligne rouge. »

3

Quelle place pour les femmes dans les médias arabes ?

Tala Al Sharif

Tala Al Sharif est originaire d'Hébron en Palestine. À 25 ans, elle est la créatrice de la première plateforme vidéo consacrée aux femmes à Hébron: *Female Chimeras*.

Depuis son plus jeune âge, Tala rêvait de devenir journaliste pour « raconter aux gens, au monde, les histoires cachées des médias ». À l'issue de ses études secondaires, elle part pour l'université de Birzeit à Ramallah. C'est à ce moment qu'elle choisit de déconstruire les stéréotypes de la population de Ramallah sur les femmes d'Hébron à travers des vidéos.

Tala a souvent entendu qu'elle ne pourrait pas devenir journaliste, d'autant plus à Hébron, car certains jugent qu'il ne s'agit pas d'un métier convenable pour une femme qui ne porte pas le hijab (une femme non-voilée). C'est ce qui l'a encouragée à lancer une plateforme audiovisuelle, pour donner la possibilité aux femmes d'Hébron de parler de leurs défis et de leurs réussites. Sa participation en 2017 au projet Safirlab, porté par CFI et l'Institut français, l'a

aidée à concrétiser ce projet, notamment grâce aux ateliers et formations proposées. S'il a été difficile au début de convaincre ces femmes de parler face à la caméra de leurs histoires et de sujets sensibles comme le mariage forcé, elle a progressivement réussi à démontrer l'importance du rôle que celles-ci jouent pour déconstruire les stéréotypes. Au cours des dix dernières années, les médias palestiniens ont beaucoup changé. Cependant, selon elle, la façon de couvrir les histoires doit encore être améliorée, notamment en termes d'égalité des genres, ainsi que dans la représentation des femmes dans les médias, qui est seulement de 12 % en Palestine. Et Tala conclut : « La première chose à faire est de laisser les femmes choisir ce qu'elles veulent être, ce qu'elles veulent construire et que ce ne soit pas aux hommes ou aux religieux de le décider pour elles ! » ■



« Dans les médias, on entend souvent dire que les femmes sont des victimes. Avec *Female Chimeras*, je raconte des histoires pour que les gens voient, entendent, et sachent que les femmes sont des “guerrières” qui construisent leur propre vie malgré toutes les difficultés qu’elles rencontrent. »

Partir sur les routes, à la rencontre des femmes marocaines

Entre 2018 et 2020, le projet Échos des voix féminines a donné la parole aux jeunes femmes vivant en milieu rural, dans la région de Marrakech-Safi, afin de mettre en lumière leur propre vision de la société et les laisser s'exprimer.

Malgré une législation favorable au développement de la parité et protectrice des droits des femmes au Maroc, les

discriminations et violations de ces droits persistent. Dans les régions rurales, les femmes sont exposées aux problématiques de mariage des mineures, du manque d'émancipation économique et d'abandon scolaire. Moins d'un tiers d'entre elles sont scolarisées et plus de la moitié sont touchées par l'analphabétisme. Mis en œuvre par l'Association Initiatives Citoyennes (AIC), avec le soutien de CFI, Échos des voix féminines a encouragé les initiatives des Marocaines et porté leurs voix, comme le souligne Azeddine Aabbar, chargé de projet pour l'AIC: « On voulait que les femmes prennent la parole mais aussi le contrôle des micros! » En 2019, au volant d'un mini-van équipé d'un studio radio

et de deux panneaux solaires, l'équipe d'AIC s'est rendue dans des communes rurales afin de réaliser reportages, interviews et émissions en direct. Elle a ainsi favorisé la participation de centaines de jeunes femmes au débat public et à la recherche collective de solutions face aux problématiques qui entravent leurs droits. En neuf mois, elle a parcouru plus de 20 000 kilomètres et rencontré plus de 500 femmes et hommes.

À chaque sortie, l'équipe animait un atelier sur les spécificités de chaque village, suivi de recommandations proposées par les femmes. La première réussite du projet a été de réunir ces femmes entre elles et de les « sortir » de l'espace privé qu'est leur foyer, pour parler sans tabous et leur rappeler leurs droits. Après chaque atelier, elles étaient interviewées dans le studio-mobile et leurs paroles diffusées par le biais de deux émissions: *Timgharine* (femmes, en langue amazigh) pour évoquer leurs besoins, problèmes, exigences et attentes; et *Moubadarat-Nissaiya* (initiatives féminines, en arabe), un espace de mise en valeur de leurs initiatives et projets. ■

« C'est un rêve de donner ainsi la parole aux femmes de la région pour qu'elles s'expriment, surtout en milieu rural, parce qu'elles y sont plus marginalisées qu'en ville. »

Zakia Mrini, députée parlementaire

Outre les émissions de radio, des membres de l'AIC et des contributrices ont également bénéficié de formations aux réseaux sociaux et aux techniques de plaidoyer.
↓



Narjess Khinini

Journaliste tunisienne à Jawhara FM, Narjess Khinini a vingt-cinq années de carrière à la radio derrière elle et a vécu toute l'évolution du paysage médiatique tunisien de l'intérieur.

Après des études de droit, c'est très jeune que Narjess Khinini a rejoint le monde de la radio. À 22 ans, elle réussit, à sa grande surprise, le concours d'entrée de Radio Monastir, une radio publique tunisienne. Durant dix ans, elle explore différents styles journalistiques : interviews, reportages, micros-trottoirs, matinales... En 2005, on lui propose d'intégrer une nouvelle radio privée, Jawhara FM, basée à Sousse, au centre-est de la Tunisie.

Quitter le confort d'un média public était un défi pour la journaliste, qui a néanmoins apprécié la plus grande marge de liberté dont bénéficient

« Les femmes tunisiennes n'ont pas l'habitude de stagner. Elles rêvent toujours de mieux, de s'améliorer. Pour moi, c'est le moment de profiter de toute mon expérience professionnelle pour évoluer dans le domaine des médias. »

les radios privées. À l'origine plutôt portée sur le divertissement, la culture et la musique, Jawhara FM se tourne petit à petit vers des sujets de société, plus politiques. Puis arrive 2011 et la révolution. Même si la ligne éditoriale évolue peu, pour Narjess Khinini, « les parenthèses de liberté se sont alors agrandies ». Les médias peuvent aborder davantage de sujets politiques et religieux, à tel point que les Tunisiens et les Tunisiennes osent évoquer à l'antenne des questions relatives aux libertés individuelles, ce qui perturbe les journalistes... Dans ce contexte, elle estime que les formations proposées à ces derniers, comme celles de CFI avec le projet Shabab up! en 2014, ont été très utiles, car elles leur ont fourni des repères et outils pour exercer leur métier au sein d'une jeune démocratie. Aujourd'hui, le défi principal de la radio est d'adapter sa ligne éditoriale aux nouvelles demandes des auditrices et auditeurs. Narjess estime que les radios privées locales ont un rôle important à jouer dans ce paysage médiatique tunisien en pleine mutation. En effet, les radios publiques, malgré leurs efforts, ont eu plus de difficultés à suivre ce courant de liberté et sont restées « accablées par les procédures et les lois ». Un sujet lui tient particulièrement à cœur : celui de lutter en tant que femme pour « ne pas perdre nos droits acquis et conserver cette place que nous avons obtenue et qui se dégrade de jours en jours. » ■

4

En région,
le développement
de l'information
de proximité

Dream FM: « Le rêve d'un média indépendant qui ait une valeur pour les citoyens et citoyennes. »

En Tunisie, le paysage médiatique se limite souvent aux grands médias nationaux. Une situation que souhaite contrer Mohamed Taieb Chmengui, fondateur de Dream FM, une radio de proximité citoyenne du Kairouan tunisien.

Dream FM a vu le jour en 2016, sous la forme d'une radio associative diffusant l'actualité culturelle, politique et sociétale du gouvernorat de Kairouan. Dans cette région, la radio s'impose encore comme un moyen privilégié pour communiquer et sensibiliser le public. Très rapidement, Dream FM devient un média de développement local, comme l'explique son fondateur, Mohamed Taieb Chmengui: « Pour garantir la liberté d'expression, on a besoin d'une diversité d'informations et c'est pour cela que nous voulions laisser la place à des débats qui n'ont pas la chance de se retrouver sur des médias nationaux. » En s'associant

avec divers partenaires locaux et internationaux comme CFI, les bénévoles ont su déployer leur couverture médiatique, notamment dans le cadre des élections législatives de 2019. Grâce au soutien financier et stratégique de l'agence, des spots radios ont été créés pour encourager les citoyens et citoyennes à voter et à organiser des débats entre les différents candidats du Kairouan. Depuis le début de la pandémie, Dream FM s'est lancée dans le journalisme de données, afin de rendre l'information liée à la pandémie plus accessible à travers des infographies. À plus court terme, Mohamed entend faire passer le média au numérique, ce qui donnerait



« J'ai toujours pensé que la radio représente plus qu'un simple divertissement et peut être aussi un moyen de changer le monde. »

Mohamed Taieb Chmengui

accès à toute la population tunisienne à une information libre et citoyenne.

Aujourd'hui, ce sont plus de 26 bénévoles (étudiants, étudiantes et activistes) de la société civile, qui œuvrent pour faire de Dream FM une réalité. Une mission que ces jeunes comptent bien mener à bout, même si les difficultés sont au rendez-vous dans un pays en pleine transition démocratique comme la Tunisie. « Si la Tunisie reste l'un des pays arabes où la liberté de la presse est la mieux lotie, cela prendra du temps avant que les médias n'accèdent vraiment à l'indépendance. Les révolutions arabes de 2011 ont voulu la démocratie

et celle-ci n'est possible que s'il y a une presse indépendante. Dream FM correspond à notre rêve de créer un média indépendant qui ait une valeur pour les citoyens et citoyennes. Mais rien n'est acquis, c'est un défi de tous les jours », conclut le journaliste. ■

FOCUS

**Loin de la capitale,
Radio Nefzawa porte
la voix du Sud tunisien**

Au lendemain de la révolution tunisienne, les citoyennes et citoyens de la région de Kebili, dans le sud-ouest de la Tunisie, ont réclamé la création d'une radio régionale pour faire entendre leurs voix. C'est ainsi qu'est née, en 2012, Radio Nefzawa.

L'idée de créer une radio associative en région était à l'origine un simple projet de fin d'études, porté par son fondateur, Fahmi Blidaoui. Animé par une équipe de bénévoles ne disposant au départ que d'un ordinateur et d'un micro, ce média a commencé par émettre sur le web. « Nous voulions démontrer, à la fois aux ministères et aux journalistes nationaux, que cette région défavorisée a besoin d'être aidée, à l'échelle politique comme médiatique », déclare Fahmi Blidaoui.

Sélectionnée par CFI pour intégrer le projet Shabab up! – pour encourager la professionnalisation des radios au lendemain des printemps arabes et favoriser la participation des jeunes –, la petite radio a bénéficié d'un accompagnement personnalisé pour développer ses contenus, affiner son approche marketing et assurer sa viabilité

économique. Radio Nefzawa s'attache à donner la parole aux populations locales et s'intéresse à leurs préoccupations quotidiennes, tout en essayant de valoriser le rôle des femmes et des jeunes. Son équipe s'investit également dans le suivi de projets d'investissements à l'échelle régionale. Afin de développer son modèle économique, la radio a organisé plusieurs événements, dont des forums sur les médias et le développement à Kebili, et initié pour la première fois en Tunisie, le lancement de la journée mondiale de la radio. Elle participe à promouvoir les radios qui portent la voix du Sud tunisien et à changer les stéréotypes sur la jeunesse.

Aujourd'hui, afin d'assurer sa pérennité, le média développe aussi sa propre marque pour soutenir le savoir-faire artisanal de la région, notamment via la création de paniers à partir de fibres de palmiers, auxquels s'ajouteront bientôt les fameuses dattes de Kébili...

« Nous sommes une radio associative, mais nous avons presque fait un meilleur travail que les radios privées en termes de contenus de proximité. »

Fahmi Blidaoui

5

Des médias
au service
de la paix

IRAK

Après Daech, quel rôle pour les médias dans la réconciliation?

C'est à cette question qu'ont tenté de répondre les *Mosul Talks*, une série d'ateliers organisés par CFI et l'ONG allemande MiCT (Media in Cooperation and Transition) à Mossoul et Erbil en 2018, avec des actrices et acteurs des médias de la région.

Libérées de l'emprise de l'État islamique en juillet 2017, la ville de Mossoul et la province de Ninive n'étaient pas moins confrontées à une multitude de défis en termes de reconstruction, d'éducation,

de cohésion sociale et de justice, le tout dans un contexte de manque de structures de gouvernance. Le principal objectif des *Mosul Talks* était de promouvoir et de faciliter le dialogue autour de ces enjeux, afin de renforcer le rôle des médias, non seulement en tant qu'éducateurs des jeunes, mais aussi comme plateforme d'échange entre pouvoirs publics et populations. Ces rencontres ont réuni des universitaires, ainsi que des représentants et représentantes d'organisations de la société civile locale, des médias et des pouvoirs politiques de toute la province impliqués dans les efforts de réconciliation, afin de réfléchir à des solutions concernant les problématiques d'éducation, de justice transitionnelle et de gouvernance.

Lors de ces ateliers, la question centrale du rôle des médias dans la promotion de la cohésion sociale et le soutien à des projets concrets



Pour beaucoup, les médias alimentent surtout le conflit, laissant le public face à une propagande issue de toutes parts.

de réconciliation a été débattue. Pour beaucoup, les médias alimentent surtout le conflit, laissant le public face à une propagande issue de toutes parts. Plusieurs solutions ont été suggérées comme former au reportage post-conflit, et favoriser le journalisme d'investigation et les sujets liés à la solidarité intercommunautaire. Des idées de nouveaux programmes ont ainsi émergé : des dessins animés sur le thème de la réconciliation, une émission de radio quotidienne permettant aux victimes de témoigner de leurs souffrances, une série télévisée abordant des problèmes de société....

Une conférence de restitution à Erbil a ouvert le débat à une plus grande échelle en y intégrant la communauté internationale. Des moyens concrets ont été discutés afin que les médias puissent jouer leur rôle d'artisans de la paix. ■

Ali Al Fakih

Journaliste depuis vingt et un ans, Ali Al Fakih a été reporter pour plusieurs journaux avant de rejoindre *Al Masdar Online*, l'un des principaux sites d'information yéménites. En 2014, l'arrivée des milices Houthis à Sanaa l'a contraint à fuir son pays pour exercer son métier depuis l'étranger.



Pour Ali, les journalistes yéménites font face à plusieurs défis. Tout d'abord, de nombreuses régions sont en guerre et il est donc impossible d'avoir des reporters là-bas. « Dans de nombreux gouvernorats, nous ne savons pas ce qui se passe. De nombreux crimes se produisent tous les jours, comme à Al Hodeida ou à Amran, mais nous

« Notre pays a besoin de nous pour dire au monde ce qu'il se passe au Yémen. »

ne sommes pas au courant, nous ne pouvons pas écrire à ce sujet », déplore-t-il. Ailleurs, comme à Sanaa, les reporters doivent travailler secrètement, avec une peur constante de se faire repérer et arrêter. Le deuxième défi, ce sont les coupures d'électricité qui empêchent les journalistes sur place de se connecter à internet, parfois pendant plusieurs heures d'affilée. Cela contraint Ali Al Fakih à demander en permanence à ses reporters où ils se trouvent. Il lui faut parfois dix heures pour obtenir une information. Pourtant, il n'a jamais cessé de raconter la guerre dans son pays : « Nous devons poursuivre notre travail comme au début car nous sommes des journalistes et c'est notre devoir de continuer. Notre pays a besoin de nous pour dire au monde ce qu'il se passe chaque jour au Yémen. »

C'est dans ce contexte difficile qu'Ali Al Fakih travaille depuis Istanbul en lien avec ses collègues de la rédaction basée au Canada et des reporters encore au Yémen, dans plusieurs gouvernorats, dont Taz, Aden, Lahij... Ces journalistes informent sur le conflit au quotidien, de la manière la plus professionnelle possible. « Quant à nos opinions, nous sommes contre les milices car nous souhaitons que le gouvernement revienne à Sanaa. Mais nous essayons de donner des informations sous différents angles et d'écrire sur toutes les parties du conflit », explique Ali. En novembre 2019, il a participé au projet YMER+ de CFI qui favorise la circulation d'information humanitaire à destination des populations yéménites affectées par la guerre. Les ateliers organisés à Amman lui ont rappelé que les journalistes ont le devoir de se concentrer sur les victimes, au-delà des parties prenantes du conflit. Depuis, il a remis les questions humanitaires au cœur de son travail. ■

« Quand les milices Houthis sont arrivées dans notre bureau, elles en ont pris le contrôle et nous avons dû quitter Sanaa », raconte Ali. Dans un premier temps, il prend le chemin de Taz, dans le sud-ouest du Yémen, puis reste pendant

trois mois à Marib en 2015. Ne pouvant exercer son métier dans un pays en guerre, sans électricité, ni internet, il rejoint finalement Riyadh, Amman, puis Le Caire, avant de s'installer à Istanbul où il travaille aujourd'hui.

Hala Kodmani

Journaliste franco-syrienne spécialisée dans la couverture des révolutions arabes, et plus particulièrement syrienne, Hala Kodmani travaille depuis 2011 pour le quotidien français *Libération*, le magazine d'actualité hebdomadaire *L'Express* et d'autres médias français. Au début du soulèvement syrien et jusqu'en 2015, elle s'est rendue à Damas et dans le reste de la Syrie, dont Alep et Raqa. En 2016, elle a été recrutée comme journaliste permanente à *Libération* pour couvrir l'ensemble du Moyen-Orient. Elle nous raconte l'évolution des médias en Syrie pendant la dernière décennie.



Comment était le paysage médiatique au début de la révolution syrienne ?

C'est en 2011 qu'ont commencé les premières tentatives d'expression journalistique. Dès le début des manifestations, la guerre est devenue aussi médiatique, puisque le régime niait l'existence des rassemblements et accusait les manifestants d'être des terroristes. Les jeunes ont voulu raconter ce qu'ils étaient en train de vivre et ils ont tourné des images avec leurs téléphones portables, pour montrer ces révoltes. Ils ont été les premiers relais des médias arabes et internationaux, pour rendre compte des débuts du soulèvement syrien. C'était très spontané et très local puisqu'on ne pouvait pas diffuser loin. L'objectif était de donner des renseignements pratiques, où se trouvaient les forces de police par exemple. Les premiers journaux

sont nés parmi des petits groupes de militants, comme *Enab Baladi* à Daraya dans la Ghouta. Au départ, c'était vraiment une « feuille de chou » photocopiée, distribuée clandestinement. Puis, il y a eu les réseaux sociaux. Les pages Facebook ne faisaient pas uniquement le lien entre les uns et les autres, elles étaient de réelles sources d'information avec des vidéos, des photos et des commentaires. Une trentaine de projets médiatiques ont ainsi éclos sur Facebook.

Comment décriez-vous le rôle des journalistes et notamment des citoyens reporters au cours de ces dix dernières années ?

Leur rôle a évidemment beaucoup évolué. Au départ, ils ne se voyaient pas comme des citoyens reporters. C'est une étiquette qu'on leur a collée par la suite. C'était des militants, des révoltés, ils faisaient ça parce

que c'était une façon de faire avancer leur cause, de porter leurs voix. Puis ils se sont progressivement professionnalisés, notamment grâce à des organisations internationales qui, à partir de 2012, ont essayé de structurer cette expression médiatique complètement spontanée.

Qu'avez-vous observé au sujet de l'évolution de la place des femmes journalistes en Syrie ?

Sur ce point, le déséquilibre était complètement criant les premières années de la révolte. Les quelques femmes, que ce soit des militantes, des journalistes ou des citoyennes reporters, se faisaient très discrètes. Elles avaient beaucoup plus peur, pas seulement politiquement, mais aussi à cause de la société. Ce déséquilibre flagrant perdure, mais il y a eu beaucoup de



progrès au cours des dernières années. Une véritable prise de conscience a eu lieu. Les femmes syriennes ont commencé à occuper beaucoup plus de rôles actifs, dans les médias ou ailleurs dans la société civile.

Quel bilan tirez-vous de cette décennie pour les médias syriens ?

Il y a eu une période, en 2012-2013, où de nombreux médias se sont développés et structurés, notamment grâce à l'aide d'organisations internationales de développement qui sont venues massivement investir dans ce secteur. Les médias, publications ou radios, se sont multipliés jusqu'en 2014-2015, puis progressivement, à mesure que la guerre syrienne s'enlisait, ils ont perdu de l'influence alors que, parallèlement, le soutien des organisations diminuait également.

Que reprenez-vous de votre expérience au sein du *syrian media incubator*, l'incubateur des médias syriens ?

Ce projet a été un très grand moment pour la petite scène médiatique syrienne qui se créait, ainsi que pour ces jeunes qui produisaient des images, des photos ou des textes. Pour la première fois, dans une ville turque où se trouvaient des Syriens militants, activistes et reporters, une structure leur était entièrement dédiée. Ce lieu a constitué un repère pour ces journalistes, ainsi que pour ceux qui rentraient et sortaient de Syrie. CFI et l'organisme de coopération danoise IMS (International Media Support) y ont monté tout un programme de formations. Les jeunes journalistes syriens que j'ai pu former venaient souvent de l'intérieur du pays ou d'Alep, et je suis restée en contact avec eux.

De temps en temps, ils me font signe, me proposent des sujets ou me demandent de l'aide. ■

Ci-dessus : de 2014 à 2016, CFI a mis en place l'incubateur des médias syriens en partenariat avec l'ONG danoise IMS, Reporters sans frontières et l'Association des journalistes syriens. Ce projet mettait à disposition, dans la ville de Gaziantep en Turquie – située à 120 kilomètres d'Alep en Syrie –, un espace audiovisuel et des équipements pour les journalistes. L'enjeu était de les former et de renforcer leur rôle dans la production et la diffusion d'informations fiables et objectives en faveur de la transition démocratique.

LIBYE

« Moi, journaliste libyen » : regards croisés sur le journalisme

À la lumière des défis et des conflits que connaît la Libye depuis 2011, les médias se sont vu assigner de nouveaux rôles. Afin de préserver le dialogue démocratique en Libye, CFI a lancé le projet Hiwar au début de l'année 2017, en partenariat avec le Centre de crise et de soutien du ministère de l'Europe et des Affaires étrangères.

Cette initiative a proposé durant plusieurs mois un espace d'expression rassemblant différents

points de vue sur et par la presse libyenne. Douze journalistes d'origine libyenne, de Jordanie, de Turquie, d'Égypte et de Tunisie, ont participé à des ateliers autour de différentes thématiques (éthique et déontologie, journalisme et fonctions politiques, pratique du journalisme en exil, indépendance du journaliste, etc.). À l'issue de ces échanges, plusieurs ont témoigné, à travers des textes libres, de leur expérience en tant que journaliste au cours des dernières années et de leur vision actuelle des médias en Libye. En voici quelques extraits.

Avec le déclenchement de la Révolution de février 2011, les Libyens ont vu naître plusieurs chaînes de télévision et de nouveaux journaux. De jeunes journalistes, qui n'avaient jamais pratiqué ce métier auparavant, se sont fait connaître. Cette époque leur a permis de s'unir dans leurs discours, pour combattre Kadhafi et mettre fin à son règne. « Ces années nous ont appris que l'autorité

« Mon arme, c'est ma plume avisée qui ne blesse personne ni ne tourne en dérision [...] Je suis un journaliste libyen et ma mission est noble. »

centrale était un fardeau que le peuple devait porter. L'absence d'autorité, ou sa disparition, était en effet l'un des objectifs de la population qui manifestait dans les rues en clamant "le peuple veut renverser le régime" », explique Khaled Al Dib, de Radio Libya, à Tripoli.

Ibrahim Mohamad Alhaji raconte, de son côté : « J'ai rejoint ce mouvement avec ma plume qui, durant de nombreuses années, avait été réprimée, incapable d'écrire ce que je voulais, n'exprimant que ce que les autres lui imposaient. »

Et il poursuit : « Une nouvelle ère commença et le journalisme prospéra. Arrivèrent alors de nouveaux et nombreux dirigeants. Revoilà les lignes rouges, plus nombreuses qu'auparavant. De nouvelles normes furent également imposées : soit tu écrivais ce qu'ils voulaient, soit tu mourais. »

Être journaliste aujourd'hui en Libye, pour Sleiman Al Barouni, de Radio Alwasat au Caire, « c'est comme se déplacer dans un champ de mines ». Cette liberté qui s'est exprimée sans limites s'est ainsi transformée en absurdité, notamment en raison des financements politiques et de la forte corruption des médias.

Comme le souligne Tarek Abed Al Salam Al Houni, rédacteur en chef chez Clouds news agency à Tripoli : « Avant la révolution : hypocrisie, flatterie et éloge ; après la révolution : caprices, intérêts et complots... ».

Pour Houda Al Chaikhi, journaliste à la chaîne Libya Alhadath à Benghazi : « Nous ne vivons pas aujourd'hui une crise de la profession, mais bien au contraire, une profession de crise. Celle-ci a imposé des contraintes au journalisme, l'utilisant comme arme fatale contre la société. Il n'y a pas de professionnalisme et les forces qui sont au cœur du conflit aujourd'hui refusent d'accepter l'autre ou de coexister avec lui. »

« Je pense qu'avec le temps, le journalisme ne devrait plus être uniquement considéré comme un espace qui nous permet d'atteindre le monde. Je crois qu'il se définit avant tout avec des termes tels que responsabilité, crédibilité, liberté, professionnalisme, respect de l'humanité et objectivité », déclare enfin Rizk Faraj Rizk, journaliste indépendant à Tobrouk. Et il conclut : « Je suis journaliste. Mon arme, c'est ma plume avisée qui ne blesse personne ni ne tourne en dérision [...] Je suis un journaliste libyen et ma mission est noble. » ■

6

La mutation des médias traditionnels vers le numérique

L'Orient- Le Jour

De l'imprimé au numérique, parcours d'un média en mutation

Plus ancien quotidien francophone libanais, *L'Orient-Le Jour* a engagé il y a cinq ans une réflexion de fond sur l'évolution de son offre éditoriale papier et le redéploiement de sa rédaction sur la production de contenus en ligne. Retour sur cette transition vers le numérique avec Michel Helou, directeur du quotidien depuis août 2015 et Émilie Sueur, rédactrice en chef.

Quelles ont été les principales étapes et les défis à relever pour cette mutation ?

Michel Hérou : « Notre objectif principal était de transformer le modèle économique de *L'Orient-Le Jour* pour en faire une entreprise média viable, opérer une transition numérique pour les lecteurs, sur les supports, mais aussi au niveau des revenus. C'est ce que l'on a réussi à faire, en partie grâce au soutien de CFI, qui nous a aidés à basculer de l'ancien vers le nouveau modèle, principalement basé sur les abonnements numériques. Nous avons été, je crois, les premiers à passer à un modèle payant. C'était une décision fondamentale dans notre transformation. En parallèle, nous avons travaillé sur la réforme éditoriale du journal avec la création et le développement d'un service web qui couvre l'actualité en temps réel, ainsi que la réorganisation progressive de la rédaction et le renforcement de chaque service. À partir de 2016, nous avons entamé une refonte intégrale de notre maquette papier, en préservant sa qualité mais en réduisant son volume et les contraintes de remplissage, de manière à basculer notre énergie sur l'offre en ligne. Un autre chantier numérique prioritaire a été de revoir notre parcours d'abonnement, afin d'inciter le lecteur à s'abonner pour accéder à du contenu payant. Actuellement, nous sommes en train de refondre intégralement notre application mobile, pour aller vers plus de performance. Ainsi, entre fin 2017 et aujourd'hui, le nombre

de nos abonnés numériques a triplé. En 2015, nous faisons moins de 5% de notre chiffre d'affaires grâce aux abonnements numériques alors qu'en 2020, ils représentent 50% de nos revenus. Il y a eu aussi de nombreux chantiers de formations spécifiques (vidéo, réseaux sociaux...). L'amélioration continue de notre offre éditoriale a mené, en 2019, à une importante réforme, avec une évolution de la rédaction en chef. »

Que vous a apporté l'accompagnement de CFI dans cette transition ?

Émilie Sueur : « Les missions d'accompagnement pour la transition numérique se sont déclinées sous de nombreux aspects : organisation de la salle de rédaction, développement d'applications, mise à jour des sites sur le plan de la conception et du graphisme, écriture web... ». CFI nous a apporté son vivier d'expertes et d'experts dans des domaines très variés et a financé toute la partie refonte graphique du journal. Ce qui est intéressant dans notre collaboration avec l'agence, c'est qu'elle nous a permis de réaliser cette transition de manière accélérée et qualitative, beaucoup mieux que ce que nous aurions réalisé tout seuls. C'est vraiment la qualité du travail que nous avons accompli grâce à ce soutien qui fait la différence. Au-delà, participer à des conférences organisées à l'étranger nous a permis un partage d'expériences assez unique et de sortir de notre "bulle". Et ça, c'est précieux ! »

M.H. : « Travailler avec CFI nous

a apporté non seulement une aide financière et de l'expertise, mais aussi des contacts, ce qui a été décisif pour nous. Nous avons rencontré des journalistes, des patrons de presse, des experts en design, numérique, réseaux sociaux, lettres d'informations... Nous avons beaucoup appris. J'estime que nous avons eu accès à ce qui se fait de mieux en journalisme, en entrepreneuriat des médias, en innovation dans le domaine des médias et du numérique, et cela nous a beaucoup aidés. »

De manière plus globale, selon vous, comment les médias ont-ils évolué ces dernières années au Liban ?

M.H. : « Malgré ce paysage dévasté, il y a quand même des médias qui émergent. Notre modèle est véritablement nouveau. Nous avons montré qu'il y avait une voie possible pour le journalisme de qualité au Liban et je pense que c'est très important. Il y a eu des initiatives intéressantes, comme Daraj, Raseef 22 ou Mégaphone, et certaines commencent à prendre de l'ampleur. Mégaphone a eu un vrai impact lors de la révolution de 2019, Daraj a une excellente équipe d'investigation et les journalistes de Raseef 22 sont aussi très bons sur les sujets culturels et de société. Ce sont des médias véritablement indépendants, qui défendent une certaine idée du Liban et du journalisme, et je pense qu'il faut les soutenir absolument. » ■

***El Khabar,* le quotidien algérien des premières heures**

Créé en 1990 à la faveur d'une ouverture politique qui autorisait les médias privés, *El Khabar*, qui signifie en arabe «la nouvelle», est l'un des plus anciens journaux du pays. Mais le média se veut aussi très moderne dans les outils numériques qu'il déploie depuis quelques années.

En s'associant au journal francophone algérien *El Watan*, *El Khabar* a pu s'équiper de machines rotatives et devenir l'un des seuls journaux privés à posséder son propre matériel d'impression, pour atteindre, en 2006, un record de tirages s'élevant à 600 000 exemplaires. Le média se consacre à plusieurs thématiques : politique, sport, santé, société, avec une couverture des contestations sociales : « Nous donnons les informations brutes à partir d'enquêtes », affirme Farouk Ghedir, rédacteur en chef du site internet du quotidien.

Depuis six ans, le journal amorce une transition numérique majeure avec un site internet qui reprend seulement quelques articles du journal papier, le reste du contenu étant créé essentiellement pour lui. Les journalistes du groupe sont également encouragés à se former au journalisme web, à travers des MOOC (*Massive Open Online Course*, formation en ligne

ouverte à tous) et des formations. Comme celle organisée par CFI dans le cadre du projet 4M transition numérique des quotidiens arabes, axée sur l'écriture pour le web et la gestion des réseaux sociaux. À terme, le groupe envisage d'installer un studio dédié uniquement au multimédia, équipé de caméras, et songe à opter pour une formule d'abonnements pour sa version papier, bien que les publicités via Google constituent la plus importante source de revenus pour lui.

Selon Farouk, « comme partout ailleurs, les Algériens ont moins confiance en leurs organes de presse, surtout depuis la naissance des médias dits "citoyens". » Cette défiance s'explique selon lui par « la course au scoop et l'absence de travail de fond des journalistes actuels en Algérie ». Pour autant, il estime que dans ce contexte, *El Khabar* est parvenu à conserver sa crédibilité acquise au fil des années, tout en évitant le sensationnalisme.

« Les gens pensent qu'avec les réseaux sociaux et les initiatives citoyennes, le journalisme va disparaître. Mais on aura toujours besoin de journalistes qualifiés, formés et professionnels, pour traiter les actualités avec impartialité. »

Farouk Ghedir

Les ambitions de l'agence de presse tunisienne

En Tunisie, le secteur des médias a connu des mutations profondes depuis les printemps arabes, traduisant concrètement les aspirations démocratiques des citoyennes et citoyens. Depuis 2013, dans un contexte de réforme visant à transformer les médias publics en médias de service public, CFI accompagne les évolutions engagées par Tunis Afrique Presse (TAP).

La TAP bénéficie d'un vaste réseau de correspondantes et correspondants régionaux répartis dans vingt bureaux sur le territoire tunisien. Diffusant des dépêches en arabe et en français, elle produit aussi des photos grâce à des journalistes qui couvrent toute la région arabe. Consciente de l'intérêt que représente l'information locale pour ses clients médias, elle souhaitait, en 2013, diversifier son offre et améliorer la qualité de ses contenus éditoriaux. Son objectif affiché : devenir une agence multimédias tout en demeurant la source principale d'informations en Tunisie.

CFI a proposé à l'agence de procéder à un audit axé sur trois thématiques : le passage à un média de service public, la mise en place d'un système de production multimédia et la promotion de ses propres ressources dans la perspective de son autonomie financière. L'audit réalisé par deux experts de l'Agence France Presse (AFP) a fait



l'objet d'une restitution en interne. Il comportait plusieurs recommandations, notamment l'accompagnement dans la rédaction d'un Manuel de l'agencier. Le processus de rédaction, confié à une équipe de journalistes de la TAP, a été encadré par un rédacteur en chef de l'AFP. Entre 2013 et 2017, la TAP a aussi bénéficié de formations au marketing et à la production de reportages de proximité et d'investigation pour les journalistes de ses bureaux régionaux. Fin 2017, deux experts ont procédé à une évaluation de l'offre d'information en provenance des régions sur le site de l'agence. Le but était de valoriser ces contenus produits par les journalistes des bureaux dont elle dispose à travers tout le pays. ■

« Cette formation m'a permis d'améliorer mes compétences en rédaction de reportages, de varier mes papiers tout en leur donnant une touche humaine et vivante, loin d'une rédaction brute de l'information. »

Monia Trimeche, responsable
du bureau régional de Monastir

7

Former les futures générations de journalistes

Benoît Califano

« L'actualité des printemps arabes nous a vraiment incités à accompagner cet essor démocratique. »

Benoît Califano est directeur de l'ESJ Pro Montpellier depuis 12 ans, après avoir été formateur à l'ESJ de Lille et Montpellier. Il a également été documentariste à la télévision pour France 5

et Arte ainsi que journaliste à France Inter. Il évoque les projets de formation de l'ESJ Pro Montpellier avec les jeunes journalistes du monde arabe menés depuis 2011.



Au lendemain des printemps arabes, un double enjeu est apparu avec l'émergence de deux types de profils de journalistes. « D'une part, il y avait toute cette jeunesse un peu dissidente, très présente sur les réseaux sociaux et la presse alternative, et qui avait une volonté de se professionnaliser. Il fallait donc accompagner cette génération qui n'avait pas été formée au journalisme et allait prendre sa place dans le paysage médiatique du pays. Et, d'autre part, il y avait les journalistes qui n'avaient plus pratiqué de journalisme libre pendant des années, comme en Tunisie sous Ben Ali, et qui devaient se "re-professionnaliser" », raconte Benoît Califano.

L'ESJ Pro Montpellier a ainsi lancé des projets en Tunisie et en Algérie afin de rapprocher écoles de journalisme et écoles d'application professionnelle. L'enjeu dans ces deux pays était de réformer les curricula en introduisant des enseignants professionnels dans les cursus, grâce à des ateliers pratiques. L'école a travaillé avec l'IPSI (Institut de Presse et des Sciences de l'Information) de Tunis sur cet objectif, et, de manière plus globale dans tout le pays, sur

des formations de formateurs et formatrices – notamment sur le web – et des activités autour de l'enquête d'investigation. Avec le CAPJC (Centre Africain de Perfectionnement des Journalistes et Communicateurs) a été lancé, en partenariat avec CFI, un cursus diplômant d'un an sur l'information de proximité destiné à de jeunes journalistes et animé par des formateurs de l'ESJ Pro. Son but : créer un « sas de professionnalisation » avant d'intégrer le monde du travail.

En Algérie, l'ESJ Pro a également œuvré à la réforme des curricula de l'école de journalisme d'Alger (l'ENSJSI). Une convention de partenariat a été signée afin de faciliter leur coopération vis-à-vis des autorités. Au programme : plusieurs formations de formateurs et des ateliers de production avec les élèves. Lors du Salon du livre d'Alger, par exemple, un groupe de l'ENSJSI a couvert l'événement grâce à la création d'une salle de rédaction. L'ensemble de leurs productions a ensuite été proposé aux médias partenaires. En plus de rapprocher le monde de l'école de celui des médias, un autre axe important était consacré au renforcement des ateliers pratiques face

aux cours théoriques. Comme l'explique le directeur de l'ESJ Pro Montpellier: « Nous avons constitué des binômes de formateurs, l'un issu du média et l'autre de l'école, pour favoriser le transfert de compétences. Cette dynamique a été appliquée avec la radio publique algérienne, qui souhaitait former ses jeunes journalistes. Un cursus de formation a alors été proposé aux journalistes en interne, afin qu'ils puissent devenir formateurs pour leurs propres journalistes. »

Avec le soutien de CFI, l'ESJ Pro a également coopéré avec les écoles de journalisme de Jordanie sur des projets de formations de formatrices et formateurs, et de mise en place d'ateliers pratiques professionnels au sein des cursus. En parallèle, des journalistes en activité ont été formés aux nouveaux médias et aux nouvelles pratiques du web.

« L'actualité des printemps arabes nous a vraiment

incités à accompagner cet essor démocratique. Cette jeune génération de journalistes a été porteuse d'un grand espoir en termes de liberté de la presse et de qualité de l'information », souligne Benoît Califano. « Mais le principe de réalité a un peu rattrapé tout le monde et, aujourd'hui, nous ne sommes pas arrivés là où nous l'espérions, dans les médias comme dans les défis démocratiques. » Subsistent néanmoins des liens très forts, tissés au fil des années, entre ces journalistes des deux rives de la Méditerranée. ■

« À l'école, nous sommes convaincus qu'il n'y a pas de construction d'un édifice démocratique sans consolider ces piliers que sont la formation, la liberté de la presse et la qualité de l'information. »

Hamida El Bour

« Œuvrer pour un journalisme de qualité en Tunisie. »

Diplômée de l'Institut de Presse et des Sciences de l'Information (IPSI) de Tunis, Hamida El Bour dirige cette même école depuis 2017, après y avoir enseigné

pendant six ans. Elle évoque les objectifs de l'IPSI et les enjeux de la formation des jeunes journalistes dans son pays aujourd'hui.

« C'est un grand challenge pour les jeunes journalistes de se distinguer dans ce contexte où tout le monde est hyper-connecté. Mais c'est aussi une opportunité, celle de proposer un journalisme de qualité, basé sur des faits vérifiés, et de faire valoir un savoir-faire acquis pendant toutes ces années à l'université. »

L'enseignement du journalisme en Tunisie a beaucoup évolué ces dernières années, à la fois avec l'intégration de nouveautés techniques (*fact-checking*, data journalisme), mais aussi en termes de liberté, comme l'explique Hamida El Bour: « Dans nos programmes, nous mettons l'accent sur la notion d'indépendance du journaliste et abordons différentes problématiques, comme la sécurité, la régulation et le respect de l'éthique de la profession. » De nombreux projets ont été lancés par l'école, tels que l'envoi d'élèves à l'étranger avec l'UNESCO, le développement de partenariats avec des universités américaines ou encore l'organisation de formations au journalisme d'investigation avec l'association Arij (Arab Reporters for Investigative Journalism). « Cela nous a apporté de nouvelles compétences, un savoir-faire technique », souligne Hamida El Bour. « Le dialogue avec des journalistes confirmés est important et le renforcement de capacités *in situ* est très motivant pour les jeunes. » L'IPSI a également participé au projet Shabab up! de CFI, avec une expérimentation de la production en temps réel, durant laquelle des élèves se sont déplacés jusqu'à l'île de Kerkennah pour y réaliser un webdocumentaire.

L'accent a également été mis sur le développement de la recherche, notamment avec un projet de laboratoire et des masters spécialisés. Aujourd'hui,

l'IPSI accueille plusieurs doctorantes et doctorants d'Irak, de Palestine, de Jordanie et du Yémen. Au point de devenir, selon les termes de la directrice, « une sorte de labo pour les études doctorales dans les sciences de l'information et de la communication dans la région arabe ». Malgré un contexte marqué par la crise des médias et la précarité de l'emploi, de plus en plus de jeunes parviennent, selon elle, à se lancer dans la création de leurs médias. L'IPSI valorise ainsi au maximum les projets étudiants innovants, tout en essayant de créer un espace qui aide les élèves à s'épanouir sur tous les plans. ■

➤
Hamida El Bour (à gauche),
lors de la clôture officielle
du projet Shabab up!
à Marseille en juin 2015.

➔
Des élèves de l'IPSI
en tournage sur l'île de
Kerkennah pour y réaliser
un webdocumentaire
en mars 2015.



Princesse Rym Ali de Jordanie

Journaliste algérienne, Rym Ali est devenue princesse de Jordanie en épousant le prince Ali Bin Al Hussein. Elle a fondé en 2007 le Jordan Media Institute (JMI), une institution éducative qui forme des journalistes en Jordanie et dans la région.



« Les journalistes ont tendance à faire preuve d'une extrême prudence dès qu'ils touchent à des sujets délicats, même si la fameuse ligne rouge se situe un peu plus loin qu'ils ne le pensent. »

Pour quelles raisons avez-vous décidé de créer le JMI ?

Après avoir pratiqué le journalisme pendant une douzaine d'années, y compris comme reporter de guerre, j'ai tout d'abord voulu étudier comment offrir des formations de haut niveau de manière plus systématique à ceux qui s'intéressaient au monde des médias. Au long de mes recherches, j'ai réalisé que la priorité était d'axer davantage sur la pratique et de mettre l'accent non pas sur la communication mais sur le journalisme. La formation devant permettre aux journalistes formés de développer un contenu solide tout en étant en mesure d'utiliser les technologies modernes. Je souhaitais également offrir aux étudiantes et étudiants de la région qui aspiraient à cette profession, un diplôme reconnu, beaucoup considérant que seuls la médecine, l'ingénierie ou le droit comptaient vraiment.

Il ne fallait pas seulement proposer un master, mais également des formations, si possible continues, et accessibles aux journalistes déjà établis. En même temps, il fallait assurer la viabilité économique de l'Institut, qui demeure une préoccupation réelle.

Quels sont vos principaux projets de formation avec les jeunes journalistes ?

Nos projets concernent directement ou indirectement les questions relatives aux droits humains, à l'égalité des genres et à la lutte contre l'incitation à la haine, via notre site de vérification des faits Akeed.jo. Avec un accès largement répandu aux réseaux sociaux, il est crucial que nos sociétés sachent employer ces technologies de la meilleure manière qui soit. Nous sommes très satisfaits des formations menées depuis plusieurs années dans le domaine de l'éducation aux médias, avec des

adolescents et des étudiants, ainsi qu'auprès des enseignants. Il reste cependant beaucoup à accomplir dans ce domaine.

Quel rôle votre institut a-t-il joué dans le contexte des printemps arabes ?

De la Tunisie au Yémen, en passant par l'Égypte, les foules demandaient non seulement des réformes politiques mais aussi une réforme des médias. Le JMI a poursuivi son rôle d'éducation à un moment crucial dans la région. Nous avons noté, durant cette période, une sorte de confusion entre journalistes et activistes, tous deux utilisant souvent une même technologie. J'espère qu'en créant le site Akeed de vérification des faits et en maintenant le cap sur notre rôle d'éducateurs, nous avons pu contribuer à former des journalistes capables de favoriser les réformes du paysage médiatique de la région.

Quel bilan tirez-vous de ces projets menés au cours de ces dernières années par le JMI ?

Je peux vous citer quelques chiffres : à la fin de 2020, 287 étudiantes et étudiants ont décroché leur master et 88 % ont trouvé un emploi. Nous avons réalisé 367 formations auxquelles ont participé 7227 journalistes et stagiaires journalistes, incluant les formations de CFI pour lesquelles nous avons eu des retours très positifs. Il est important aujourd'hui de proposer des formations continues de haut niveau, qui mêlent journalisme et technologie, surtout en langue arabe. En effet, une connaissance de la science des données est désormais indispensable et les formations en arabe dans ce domaine sont rares. Les projets doivent de plus en plus inclure des spécialisations. Il faut que les journalistes sachent poser les bonnes questions pour apporter au public des informations

claires. Et continuer à tout prix l'éducation aux médias pour les enfants, mais aussi les parents et les enseignants, afin d'aiguiser leur sens critique.

Selon vous, à quels défis est confrontée la jeune génération de journalistes jordaniens d'aujourd'hui ?

Un des défis essentiels est de trouver du travail dans ce domaine. Comme partout ailleurs, les médias en Jordanie font face à de grands problèmes financiers. La vente de journaux a considérablement baissé, ce qui limite les rentrées financières. Les publications ont besoin d'aide pour convertir leurs contenus en versions en ligne génératrices de revenus. Les autres défis concernent les nouvelles lois relatives aux médias électroniques et à l'autocensure. Les journalistes ont tendance à faire preuve d'une extrême prudence dès qu'ils touchent à des sujets délicats, même si la fameuse ligne rouge se situe un peu plus loin qu'ils ne

le pensent. Beaucoup d'entre eux se limitent donc à publier des déclarations officielles sans prendre la peine de poser des questions ou de demander des clarifications, alors qu'il existe bel et bien une loi relative au droit à l'information en Jordanie et depuis plus longtemps qu'ailleurs dans la région.

Et plus globalement pour les journalistes de la région ?

De manière générale, beaucoup parlent d'un recul des médias de la région. Il est difficile, voire faux, d'analyser ces médias comme une entité. Le paysage médiatique est aussi diversifié que les conditions dans chaque pays. Les journalistes ont tendance à reproduire largement ce qui est publié hors de la région, évitant ainsi de prendre des risques. Les limites qui leur sont imposées ont, de manière générale, augmenté, alors que tout le monde avait pensé en 2011 qu'il y aurait davantage d'ouverture. ■

En ligne avec la stratégie
genre de CFI, le présent texte
applique les règles prévues
dans notre charte d'écriture
égalitaire qui impliquent
notamment l'utilisation
de l'accord dit de proximité
et l'utilisation modérée
du point médian.

Rédaction

Inès Mercier
Astrid Robin

Conception

**graphique
et mise en page**
La Confiserie

Impression

Cloître imprimeurs

Crédits

photographiques

Benoît Deschodt
Gérald Garitan
Astrid Robin
DR

Édition

CFI
62, rue Camille Desmoulins
92130 Issy-les-Moulineaux

Dépôt légal

Septembre 2021

Cet exemplaire
ne peut être vendu.

