

Cahier **4**

Rédiger un article



jeunesjournalistes

Table des matières du cahier n°4

RÉDIGER UN ARTICLE

1. Avant de commencer à rédiger 4

Déterminer le sujet	4
Choisir la forme de l'article	4
Où trouver les informations ?	4

2. Le plan 5

Préparer une interview	5
------------------------	---

3. Les sources 6

Les sources, une donnée essentielle	6
Les agences de presse	6
Trouver les "bonnes" informations	6
La citation des sources	7

4. La rédaction 8

Le cadrage	8
Le lecteur est prince	8
Donner envie de lire	8
Eviter le vocabulaire trop "mou"	8
Des phrases courtes	9
Donner la parole	9
Eviter les énumérations	10
Maintenir le suivi narratif	10
Expliquer et argumenter	10
Une fois l'article rédigé	11



Index des 4 cahiers

1. Le rôle des médias

2. Les productions médiatiques

3. Les éléments essentiels d'un article

4. Rédiger un article

Intro

L'ESSENTIEL DU TRAVAIL D'UN JOURNALISTE consiste à s'assurer de la fiabilité des informations. Croiser les regards, recouper les sources... Il doit aussi veiller à développer un réseau personnel d'informateurs. Selon la matière qu'il couvre, un journaliste prendra contact avec tous les acteurs susceptibles d'intervenir dans ce domaine. Des professeurs d'université aussi ou des spécialistes pour obtenir un regard critique. [...] Enfin, faut-il préciser que le journaliste est un observateur du monde en mouvement, un historien de l'instant ? Autrement dit, son travail consiste à arpenter les rues, être à l'écoute, parler avec les gens pour comprendre au mieux, en permanence, la société dans toutes ses composantes.

(Extrait de « Des sources fiables, "recoupées" et personnelles »
par Olivier Mouton)

1. Avant de commencer à rédiger

Avant de se lancer dans l'écriture, le journaliste doit répondre à 3 questions :

1. Quel sera le sujet de l'article ?
2. Sous quelle forme sera présentée l'information (article factuel, interview, reportage...)?
3. Où trouver les informations ?

Déterminer le sujet

Avant d'écrire quoi que ce soit, le journaliste doit savoir de quoi il veut parler. Or, choisir un sujet d'article n'est pas aussi simple qu'il y paraît à première vue car le journaliste doit faire attention à **ne pas choisir un sujet trop général** comme, par exemple, la politique européenne, la culture africaine, l'économie américaine ou encore les religions en Asie. Ces sujets sont en effet trop vastes, trop importants pour être abordés en un seul article car le journaliste ne pourra pas en faire tout le tour.

On ne peut pas non plus tout dire sur le sport dans un seul article. Par contre, parler du dernier match de foot qui opposait l'équipe nationale de France à celle du Brésil est plus précis et peut être abordé en un seul article qui détaillera les moments forts du match.

Il ne faut pas non plus être trop précis et ne parler, toujours dans un exemple d'article sur le sport, que de la blessure au pied du gardien de l'équipe de France au cours du match.

Choisir la forme de l'article

Une fois que l'on a déterminé le sujet, il faut choisir la forme la plus appropriée de rédaction de l'article. Certains sujets se prêtent effectivement mieux à un reportage qu'à un article factuel ou à une interview et inversement.

S'il s'agit d'un événement, le reportage est souvent la forme privilégiée pour informer le lecteur car le journaliste pourra y intégrer de nombreux détails d'ambiance, des extraits d'interview de personnes présentes, des détails d'organisation, etc. Par contre, si le sujet choisi nécessite de nombreuses informations pour aider le lecteur à bien le comprendre, l'article factuel sera préféré. Enfin, si le journaliste souhaite présenter le travail ou la personnalité de quelqu'un, l'interview est plus appropriée.

Où trouver les informations ?

Les réponses aux 2 premières questions que le journaliste doit résoudre avant de se lancer dans la rédaction d'un article déterminent la réponse à la dernière interrogation : où trouver les informations ?

Par exemple, si le journaliste choisit de réaliser un reportage sur un festival, il trouvera l'essentiel des informations dont il a besoin sur place. Il pourra observer l'ambiance du festival, rencontrer des gens présents lors de l'événement, enquêter sur l'un ou l'autre problème d'organisation, etc.

S'il a choisi de parler des dernières élections en Israël, il devra plutôt chercher ses informations du côté des résultats chiffrés du scrutin.

Enfin, si le journaliste veut réaliser une interview, il devra, bien évidemment, rencontrer la personne qu'il souhaite interviewer pour obtenir des informations.

2. Le plan

Une fois que le journaliste a répondu aux 3 premières questions, il doit réaliser un plan du contenu de l'article. Le plan pourra l'aider dans ses recherches, lui évitera d'oublier des informations essentielles et lui permettra de structurer son travail. Pour y arriver, il doit déjà avoir fait quelques recherches sur le sujet.

EXEMPLE

Si nous reprenons l'exemple d'un journaliste qui souhaite parler d'un match de foot, le plan de son article pourrait être :

paragraphe 1 : présenter les équipes

paragraphe 2 : résumer le match

paragraphe 3 : détailler les goals marqués

paragraphe 4 : présenter les conséquences de la victoire des uns et de la défaite des autres sur le classement global



Idée pour aller plus loin

Choisissez un article publié dans un journal imprimé ou sur Internet et déterminez le plan de rédaction qui a permis au journaliste de réaliser son article.

Préparer une interview

Faire un plan est encore plus important lorsque l'on prépare une interview. En effet, si le journaliste ne prévoit pas ses questions à l'avance, il risque d'oublier certains éléments et d'être contraint de solliciter, à nouveau, un rendez-vous avec la personne interviewée. Et pour être certain de ne rien oublier, le journaliste doit avoir réalisé des recherches préparatoires sur la carrière de l'interviewé, sa vie...

Le journaliste qui prépare ses questions doit faire attention à les poser de façon claire et précise. Il doit également veiller à ne pas déranger trop longtemps son interlocuteur, surtout si celui-ci est une personne très occupée. Généralement, le journaliste prépare 3 à 5 questions qu'il veut absolument poser et 3 autres questions plus secondaires qu'il pourra poser s'il en a le temps. Cependant, cela ne doit pas l'empêcher de poser l'une ou l'autre question plus spontanée en fonction des réponses de l'interviewé.

Enfin, le journaliste doit parvenir à poser les bonnes questions. Pour cela, il doit faire attention à ne pas influencer l'opinion de la personne interviewée et à poser des questions dites "ouvertes", c'est-à-dire des questions auxquelles on ne peut pas se contenter de répondre uniquement par oui ou non. Car une interview dont les réponses se limitent à oui ou non ne présente que peu d'intérêt pour le lecteur.



Idée pour aller plus loin

Imaginez que vous êtes chargé de réaliser une interview d'un joueur de football professionnel. Rédigez 5 questions que vous pourriez lui poser et qui permettraient de faire découvrir au public l'ensemble de la carrière du sportif, de ses débuts à ses espoirs pour l'avenir.

3. Les sources

Les sources, une donnée essentielle

Une source, dans le monde des médias, correspond à **l'origine** d'une information.

Une source peut être :

- une personne qui informe le journaliste, parfois en secret,
- une organisation, commerciale ou non,
- une agence de presse,
- un livre,
- un autre journal.

Bien sûr, le journaliste ne doit pas se contenter d'attendre que les informations arrivent sur son bureau mais doit aller **rechercher l'information** par lui-même. Ensuite, il doit **vérifier cette information** auprès d'autres sources.



Idée pour aller plus loin

Choisissez un article de journal imprimé ou sur Internet qui ne mentionne pas ses sources et formulez des hypothèses sur les sources possibles.

Les agences de presse

Les agences de presse sont des entreprises spécialisées qui emploient des journalistes professionnels. Ces agences fournissent de manière permanente à différents médias des informations qui doivent être fiables. Plus de 75% des nouvelles diffusées dans la presse proviennent d'agences de presse. Les plus connues à travers le monde sont l'*Associated Press (AP)*, *Reuters* ou encore l'*Agence France Presse (AFP)*.

Trouver les "bonnes" informations

Il n'y a pas de "bonnes" ou de "mauvaises" sources car toutes peuvent fournir des informations. Cependant, il y a des sources fiables et d'autres qui le sont moins. Le journaliste doit donc non seulement vérifier toutes les informations qu'il publie mais s'assurer également de la fiabilité de ses sources d'information.

Le journaliste doit commencer par identifier l'auteur d'une information et vérifier si ce dernier est un spécialiste du sujet dont il parle ou pas. De plus, il doit se renseigner pour savoir si l'auteur a un intérêt personnel à diffuser cette information ou pas. Le journaliste doit pouvoir identifier la date de propagation de l'information et le contexte de diffusion de celle-ci afin de s'assurer qu'elle n'est pas devenue obsolète. En effet, une information dévoilée 6 mois avant les recherches du journaliste et dans une situation de conflit, par exemple, n'aura pas le même degré de fiabilité que si elle est divulguée la veille et en temps de paix.



Aujourd'hui, la tentation est grande de chercher toutes ses informations sur Internet. Cet espace d'ouverture sur le monde peut effectivement s'avérer être une ressource sans fin d'informations diverses. Cependant, comme n'importe qui peut aujourd'hui produire et diffuser un contenu quel qu'il soit sur Internet, la prudence en matière d'identification des sources est d'autant plus importante.



Idée pour aller plus loin

Faites une recherche sur un site internet d'information. Choisissez un article qui vous paraît fiable a priori. Ensuite, identifiez l'auteur de l'article, la personne ou l'organisation qui anime le site internet en question, la date et le contexte de rédaction de l'article. Déterminez, grâce à ces éléments, si cette source d'information est fiable ou si elle ne l'est pas.

La citation des sources

L'un des droits fondamentaux du journaliste est le secret des sources. Ce droit permet au journaliste de ne pas devoir révéler l'origine des informations dont il dispose. Ce qui permet de ne pas mettre dans l'embarras une personne qui aurait révélé une information en secret par peur des représailles, par exemple.

Cependant, le journaliste a aussi un devoir d'honnêteté envers son public. Lorsqu'une source d'information n'est pas fiable, il doit être honnête avec le lecteur.

Exemple: « *Le Président a rencontré les responsables de la grève ce week-end* » nous apprend l'un des manifestants. Cependant, cette information n'a pas pu être vérifiée.

Si la révélation de ses sources ne pose de problème à personne, le journaliste ne doit pas hésiter à les citer afin de faire preuve d'honnêteté envers le public. Il n'en sera que plus crédible.

EXERCICE

Repérez dans l'extrait ci-dessous le nombre de citations et de sources utilisées :

Les centres fermés sont des centres de détention pour les étrangers n'ayant pas les documents requis pour rester en Belgique. Il en existe aujourd'hui 6 en Belgique. Différentes associations, comme Amnesty International ou la Ligue des Droits de l'Homme (LDH) se sont prononcées contre l'existence de tels centres, et surtout contre l'enfermement des mineurs étrangers. D'ailleurs, selon P-A. Perrouy de la LDH, un centre fermé est un « euphémisme pour désigner une prison où sont enfermées des personnes non belges, y compris des enfants, qui ont poussé le bouchon jusqu'à oser rêver d'une vie meilleure »!

De l'autre côté, l'État présente ces centres comme une nécessité pour faire face à l'afflux des étrangers sur notre sol. La politique choisie est donc d'améliorer les conditions de détention, de désigner un tuteur pour les enfants non accompagnés,... Sans toutefois remettre en question l'existence de ces centres.

4. La rédaction

Une fois que l'on sait ce que l'on veut dire et que l'on a élaboré un plan, on peut se lancer dans la rédaction de l'article. Attention, on commence toujours par le contenu de l'article avant de trouver un titre, un chapeau et une illustration.

Tout article raconte une histoire et donc comprend un début, une fin et des idées qui se suivent en relation les unes avec les autres. On parle parfois du **fil rouge** d'un article. Il s'agit du chemin de lecture qui guide le lecteur et rend un article cohérent.

EXEMPLE

Exemple de fil rouge d'un article : quoi → pourquoi → conséquence → solution envisagée

Les chiffres sont indéniables : les femmes et les jeunes filles sont de plus en plus touchées par le virus du sida (**quoi**). Et si le sida se féminise, c'est entre autres parce que les femmes sont moins bien informées que les hommes en raison des discriminations qui les empêchent d'accéder à l'éducation. C'est aussi parce que les femmes sont plus sensibles au virus d'un point de vue biologique. Ou encore parce que les femmes sont parfois victimes de violences sexuelles (**pourquoi**). Résultat ? Aujourd'hui, près de la moitié des adultes atteints du virus VIH ou malades du sida sont des femmes (**conséquence**).

C'est pour cette raison que l'Onusida, le programme commun des Nations Unies sur le virus du sida, a choisi de mettre l'accent sur la vulnérabilité des femmes et des jeunes filles par rapport à la maladie à l'occasion de la Journée internationale de lutte contre le sida qui a lieu le 1er décembre de chaque année (**solution envisagée**).



Idée pour aller plus loin

Choisissez un article de journal et déterminez le fil rouge de ce dernier.

Le lecteur est prince

Dans l'univers commercial, on dit souvent que "*le client est roi*". Cela signifie qu'il faut tout faire pour le satisfaire. Dans le monde des médias, il ne faut jamais oublier que l'on écrit pour le lecteur.

Bien entendu, on ne peut pas écrire mot pour mot ce que le lecteur souhaiterait lire car il ne s'agirait plus d'information. Il ne faut jamais perdre de vue que l'objectif d'un article c'est d'informer le lecteur. Quant à sa raison d'être, c'est d'être lu et surtout d'être compris. Un journal sans lecteurs n'a pas de sens...

Donner envie de lire

Pour rendre un article plus attractif pour le lecteur, il est nécessaire de faire attention au vocabulaire employé, à la longueur des phrases, à faire intervenir des personnes extérieures, ... Le journaliste doit se mettre dans la peau du lecteur et garder à l'esprit qu'il écrit pour le lecteur et pas pour lui-même.

Éviter le vocabulaire trop "mou"

Certains mots comme *excellent, magnifique, original, créatif, incroyable, exceptionnel, inédit, rare, dangereux, nocif, ...* sont des mots qui attirent le regard. Il ne faut pas en abuser au risque d'y perdre en crédibilité et de donner au lecteur l'impression de lire une publicité.

Il ne faut pas non plus utiliser un vocabulaire compliqué. Quand le lecteur ne comprend pas un mot, il le passe et continue sa lecture. Mais au bout du 3^{ème} mot qu'il ne comprend pas, il abandonne souvent sa lecture.



Idée pour aller plus loin

Choisissez un article de journal qui vous a plu et distinguez les mots qui attirent votre regard de ceux que vous ne comprenez pas ou qui vous semblent rébarbatifs.

Des phrases courtes

Plus les phrases sont courtes, plus le lecteur comprendra rapidement de quoi il s'agit, moins cela lui demandera de se concentrer et moins il sera fatigué. Et plus il ira vite dans sa lecture, plus il y a de chance qu'il lise l'article jusqu'au bout.

Généralement, on estime qu'une phrase d'une vingtaine de mots reste une phrase courte. Au-delà de 30, elle est déjà trop longue. Cette règle n'est pas toujours très réaliste mais il est important d'y prêter attention et de raccourcir ou diviser les phrases dès que c'est possible.



Utiliser un vocabulaire attractif et simple est également important en télévision et en radio où l'auditeur écoute. S'il ne comprend pas quelque chose, il ne peut donc pas revenir en arrière. D'où l'importance d'être clair et facilement compréhensible.



La règle des phrases courtes est encore plus importante sur Internet car le lecteur se fatigue plus vite lorsqu'il lit un article sur un écran d'ordinateur que dans un journal. Les mots doivent donc être simples, les idées claires et les phrases courtes.

Donner la parole

Tout article doit donner, quand le sujet le permet, la parole à des interlocuteurs, des personnes concernées, des témoins, des experts, ... Un article sera toujours plus vivant s'il est ponctué par des citations ou des extraits d'interviews. Et il gagnera en crédibilité si les interviews sont nombreuses et diversifiées.

Attention, le journaliste ne peut jamais reprendre les propos d'un autre à son compte. Une citation doit toujours être identifiée et distinguée du reste de l'article par des guillemets » ou, selon le choix de la rédaction, une mise en *italique*.

EXEMPLE

Pour décrire l'impression générale sur le site du festival *Esperanzah!*, nous avons demandé l'avis de l'une des festivalières. « *Ma première impression est très positive. Je ne suis pas une grande habituée des festivals mais ici je me sens à l'aise, l'ambiance est bonne, on n'est pas "étouffé" par la foule. Et puis c'est marrant ce brassage des âges, des styles, ...* ». Et c'est vrai qu'ici, on se sent bien !

Même les agents de sécurité sont plutôt "cools". Michael, l'un d'entre eux, nous confie d'ailleurs quelques heures après l'ouverture des portes aux festivaliers qu'il n'a aucune appréhension, que les gens sont très tranquilles et qu'il ne craint pas de débordement. Voilà qui est plutôt de bon augure pour la suite.

Un point fort à retenir ? L'aspect alternatif et solidaire qui se retrouve dans tout ce qu'on peut faire. En particulier ces slogans disséminés sur tout le festival et qui invitent les passants à s'engager pour le bien-être de la planète. Et puis, quand les chanteurs crient "*La liberté n'a pas de prix*" sur scène et que le public reprend ces paroles en chœur ... Ça n'a pas de prix.

Éviter les énumérations

Dans un article, il est préférable d'éviter les énumérations. Celles-ci, tout comme les parenthèses, perturbent la lecture d'un article.

Il est conseillé de faire des phrases complètes en utilisant un maximum de synonymes pour éviter les répétitions plutôt que de donner des informations les unes après les autres, sans forme.

EXEMPLE

Au lieu de dire : « Les habitants du Bas-Congo sont favorables au projet de constitution à 60%. Les habitants du Katanga sont opposés au projet de constitution à 70%. Les habitants de Kinshasa sont favorables au projet de constitution à 55%. », **il vaut mieux dire :** « La majorité de la population du Bas-Congo et de Kinshasa est favorable au projet de constitution. Contrairement aux habitants du Katanga dont 70% se disent plutôt opposés au projet. »



Contrairement à un article publié dans un journal imprimé, un article publié sur Internet peut parfois contenir des énumérations dans le but de favoriser la compréhension du lecteur qui pourrait être perturbée par un texte trop long.

Maintenir le suivi narratif

Il est important de maintenir un certain suivi narratif, une fluidité dans la lecture. Dans la mesure du possible, il faut parvenir à ce que toutes les phrases se suivent naturellement entre elles, soient en lien les unes avec les autres. Pour cela, il ne faut pas hésiter à utiliser des mots de liaison tels que *or*, *mais*, *et*, *en effet*, *alors que*, *cependant*, *ces derniers*, *ceux-ci*, ...

EXEMPLE

Au lieu de : « La pollution est un problème important en Europe. 25% des gaz polluants émis sur la planète proviennent de pays d'Europe. La Belgique est le 5^{ème} pays le plus polluant d'Europe. », **il vaut mieux dire :** « La pollution est un problème important en Europe. En effet, 25% des gaz polluants émis dans le monde proviennent des pays européens. Parmi ces derniers, la Belgique est le 5^{ème} pays le plus polluant. »

Expliquer et argumenter

Un journaliste ne peut pas affirmer les choses sans un minimum d'explications et sans argumenter son propos. Une information qui se veut objective doit toujours présenter les *pour* et les *contre*, doit donner les faits qui permettent de comprendre une situation, doit justifier ses appréciations.

Au mois de juillet 2007, la bande dessinée *Tintin au Congo* est au cœur d'une polémique. Relevez, dans l'article ci-dessous les arguments en faveur de l'interdiction de la bande dessinée et les arguments qui justifient son maintien dans les rayons des bibliothèques.

Véritable héros national, Tintin n'a pas que des amis. *Les aventures de Tintin au Congo* sont, depuis la fin du mois de juillet 2007, au cœur d'une nouvelle polémique.

La plainte

Le 23 juillet 2007, Bienvenu Mbutu Mondondo, un étudiant en sciences politiques congolais, dépose une plainte contre X et contre la société Moulinsart qui commercialise les albums des aventures de Tintin. En se rendant devant la justice belge, le jeune étudiant entend dénoncer une nouvelle fois le caractère raciste et xénophobe de *Tintin au Congo*, et demande à ce que la bande dessinée soit retirée de la vente. Il réclame en outre que la société Moulinsart, dont le chiffre d'affaires s'élève à 16,5 millions d'euros, soit poursuivie pour infraction à la loi belge de 1981 condamnant le racisme.

Un caractère raciste et xénophobe

Bienvenu Mbutu Mondondo s'indigne de la manière dont Tintin et son chien Milou traitent les villageois congolais, les faisant travailler comme des forçats et s'adressant à eux comme s'ils étaient des individus sous-développés. Mais il n'est pas le seul à dénoncer des passages à tendance raciste ou xénophobe dans la BD.

Fin juillet 2007, la Commission britannique pour l'égalité raciale (CRE) a elle aussi déclaré ne pas comprendre pourquoi cette bande dessinée connaît un tel succès commercial, alors qu'elle contient un nombre important de préjugés raciaux. Suite à cette déclaration, les albums de Tintin sont passés du rayon "enfant" au rayon "adulte" dans de nombreuses librairies en Grande-Bretagne et aux Etats-Unis. Il ne s'agit cependant pas d'une décision de justice et tous les libraires ne sont pas contraints d'en faire autant.

Une vision "naïve" de l'Afrique

Du côté de Moulinsart, on avance les explications suivantes. Les aventures de *Tintin au Congo* ont été publiées pour la première fois dans *Le Petit Vingtième* en 1930-31, au moment de la colonisation du Congo par la Belgique. Hergé, qui n'a jamais posé un pied sur le continent africain, était probablement sous l'influence des nombreux clichés qui circulaient à cette époque en Belgique à propos du peuple de la colonie. Voilà sans doute pourquoi Hergé a dépeint l'Afrique de façon si "naïve". La société Moulinsart fait par ailleurs remarquer que la BD n'est commercialisée en Angleterre que depuis 2005 et que l'éditeur anglais a pris soin d'apposer sur l'album un bandeau rappelant que cette bande dessinée peut contenir des stéréotypes de l'époque pouvant choquer aujourd'hui.

Une fois l'article rédigé...

Lorsque le journaliste a terminé de rédiger son article, il doit ...

- ✓ ... s'assurer que celui-ci répond bien aux 5 questions essentielles, les 5W,
- ✓ ... vérifier que toutes les informations diffusées ont bien fait l'objet d'une vérification auprès d'au moins 3 sources,
- ✓ ... "coiffer" l'article d'un titre et d'un chapeau et y insérer une image.

Petit glossaire du journalisme :

Les médias, c'est l'ensemble des moyens de diffusion des informations au public.

Le journaliste recherche, vérifie et commente des informations afin de les communiquer au public par l'intermédiaire d'un média.

L'information, c'est la mise en forme d'un fait, d'un événement défini dans le temps et l'espace.

La publicité vise à encourager le plus grand nombre de personnes à poser un acte de consommation.

L'information objective est une information dans laquelle l'opinion du journaliste n'intervient pas afin de donner la représentation la plus fidèle possible de la réalité.

Une source, dans le monde des médias, correspond à l'origine d'une information.

La rumeur est un bruit non-vérifié qui circule rapidement par le bouche-à-oreille.

Le droit d'auteur protège l'auteur d'une œuvre artistique ou littéraire qui est le seul à pouvoir autoriser la reproduction, la diffusion et même la modification de son œuvre.

La ligne éditoriale, c'est l'ensemble des convictions politiques et philosophiques qui définissent un journal et le distinguent des autres.

L'éditorial est un article qui reflète l'opinion de l'ensemble de l'équipe de rédaction d'un média sur un sujet au cœur de l'actualité.

Une critique est un article proposé par un journaliste qui y exprime son jugement à propos, généralement, d'une œuvre culturelle.

L'article factuel est un article qui se concentre sur les faits.

Le reportage est réalisé par un journaliste qui s'est déplacé au cœur d'un événement et qui rapporte les informations qu'il a récoltées.

L'interview a pour but de mettre en valeur l'action d'une personne que le journaliste a interrogée.

La Une est un concentré d'informations publiées sur la première page d'un journal.

Le titre d'un article est une phrase courte qui précède et annonce le contenu d'un article.

L'intertitre est un sous-titre qui introduit un paragraphe.

L'exergue est une phrase extraite d'un article valorisée par la mise en page.

La légende est une note explicative qui accompagne une image.

Le cadrage, c'est l'action par laquelle on choisit les éléments qui seront présents dans une image.

Un chapeau est un bref résumé qui précède et annonce les points forts d'un article.

L'accroche, c'est l'introduction d'un article qui doit retenir l'attention du public.

La chute, c'est le dernier paragraphe d'un article.

Sources

Intro

Olivier Mouton, « Des sources fiables, “recoupées” et personnelles », publié dans le Dossier pédagogique en complément du Journal de Bord, 3ème édition, Belgique, s.d., page 9.).

Les autres exemples, textes et illustrations sont issus du site internet www.espace-citoyen.net ou ont été réalisés pour les besoins du présent document. Ils ne peuvent en aucun cas être reproduits sans autorisation de l'éditeur responsable et sans mention de la source dont ils sont extraits.

Illustrations : Barly Baruti
Design : Félix Vanneste

Imprimé à Bruxelles en juillet 2008

Ce carnet a été réalisé par l'asbl Gouvernance & Démocratie-Conseils dans le cadre du projet Jeunes-Journalistes en collaboration avec l'ONG congolaise FORED, l'association malienne IDEM, l'organisation internationale Enda Tiers-monde par le biais de l'entité Enda Ecopole Ouest Africaine "Jacques Bugnicourt" et l'association belge Yèlèma avec le soutien de l'Organisation internationale de la Francophonie dans le cadre du 14ème appel à projet du Fonds francophone des inforoutes (www.inforoutes.francophonie.org) et de la Communauté française de Belgique.

jeunesjournalistes

www.jeunesjournalistes-belgique.net

www.jeunesjournalistes-mali.net

www.jeunesjournalistes-rdcongo.net

www.jeunesjournalistes-senegal.net



Avec le soutien de

