



Les sources de l'information

Au quotidien, le journaliste navigue entre informations reçues, qui lui parviennent par de multiples canaux, et informations recherchées, qu'il va recueillir de sa propre initiative.

Institutionnelles, associatives, privées... les sources de l'information sont multiples, plus ou moins crédibles.

Recueil de l'information et vérification sont donc indissociables.



Des organisations aux modes de transmission très divers

Quelles proviennent de la sphère politique (élus et administrations publiques), militaire (gendarmerie par ex.) judiciaire, économique et sociale, des services aux citoyens, culturelle et de loisirs, associative, bon nombre d'informations parviennent aux journalistes sans qu'ils aient besoin de les solliciter. Pour les transmettre, les modes de transmission vont du plus simple au plus complexe :

- **entretien téléphonique, courrier, fax, courriel.** Ils sont très couramment employés pour transmettre des informations
- **le communiqué de presse.** Cet instrument d'alerte du journaliste a un caractère pratique. Bien fait, il est souvent repris quasiment tel quel. Ses modes de transmission sont variés : poste fax, coursier, agence, courriel ;
- **Le dossier de presse.** Il se veut document de référence et présente le plus complètement possible un sujet.
- **La conférence de presse.** Une personne organise un contact avec un groupe de journalistes (exposé du sujet, réponses aux questions, remise d'un dossier, puis contacts individuels). Un point presse est une mini-conférence.
- **Le déjeuner de presse** (et sa variante le petit-déjeuner). Plus intime et plus convivial que la conférence, Seulement quelques journalistes y participent.
- **Le voyage de presse.** Un journaliste ou un groupe de journalistes est invité à, découvrir, tester...

Les rédactions sont donc « assaillies » en permanence. Au journaliste de rester lucide, de trier, d'analyser toutes ces demandes, sans oublier de vérifier. Toutes ces sources communiquent, mais donnent-elles de la matière pour une vraie information ? Le journaliste ne doit pas devenir un instrument de promotion.



Les agences

Les agences de presse, qui ne sont pas des sources stricto sensu, sont indispensables à la confection des journaux.

Il ne reste dans le monde que trois grandes agences : Associated Press (AP) (américaine), Reuters (britannique), et l'Agence France Presse (française). Dans notre pays, l'AFP est la référence, c'est un vrai service public. Elle diffuse 10 000 dépêches par jour, 700 photos et 50 infographies. Elle emploie plus de 2 000 salariés dont 900 à l'étranger. Bureaux à l'étranger, équipes de journalistes dans les grandes villes et correspondants dans chaque département constituent un maillage serré ? Mille deux cent cinquante journalistes dont 150 reporters photographes plus 2 000

Les sources de l'information

Journalistes répartis dans 160 pays, quatre-vingt-une nationalités sont représentées. Les techniques modernes ont permis de multiplier le nombre des dépêches diffusées sur les différents services ou fils, en six langues. « Article d'information brute », soit très bref ou très long, la dépêche peut être reprise telle quelle ou réécrite par les rédacteurs du journal abonné. Dans de nombreux quotidiens régionaux, ces dépêches servent à rédiger les pages nationales et internationales. Les agences sont donc plus des sources d'information pour les journaux que pour les journalistes.



Les sources documentaires

Mieux connaître un sujet, vérifier un chiffre, un fait, un nom... le journaliste est souvent amené à faire des recherches. Il dispose de nombreux outils. Il y a bien sûr les rapports, études... tous les documents produits par différents organismes, les instituts de sondage... La presse généraliste ou spécialisée peut aussi être utile. On peut aussi avoir recours à la documentation de son journal, ou aux centres de documentation spécialisés ou polyvalents. Et, devenu, incontournable maintenant, Internet, qu'il faut cependant manier avec précaution. Les informations qu'on y trouve doivent être validées. Il faut privilégier les sites des médias ou des institutions identifiées et reconnues.

Autres sources, pour un journaliste en charge d'une rubrique, les documents qu'il accumule au fil du temps, et qui peuvent constituer de véritables archives personnelles auxquelles ont parfois recours... les confrères.



Le réseau « d'informateurs »

Au fil du temps, un journaliste se constitue un carnet d'adresses. Cette tâche, jamais achevée, lui permet de recueillir différents points de vue, de se faire confirmer un point précis, de comprendre un sujet ardu... bref, la qualité de son travail quotidien dépend beaucoup de celle de ses sources personnelles. Membres d'associations, d'organisations, experts, chercheurs, spécialistes... sont autant de personnes qui peuvent être interrogées en cas de besoin. Mais pour se constituer un réseau efficace et fiable, le journaliste ne doit pas oublier quelques règles. Pour établir des relations de confiance (qui n'est pas connivence), il ne doit jamais dissimuler sa condition de journaliste, ne pas se procurer des documents par des moyens illicites, ne pas être juge ou partie, respecter embargo et accords « off the record ». Il faut aussi rester lucide pour éviter d'être manipulé, instrumentalisé; toujours vérifier ses informations et ne jamais oublier qu'on n'écrit pas pour ses informateurs, mais pour le lecteur.



Monsieur « Tout le monde »

S'il a une information à transmettre tout un chacun peut le faire par courrier, courriel, fax, téléphone. Monsieur Tout le monde s'adresse assez facilement à la rédaction de son quotidien régional, pour lui donner compléments d'information, éclairages, ou pour rectifier certains éléments. Ce rapport à l'informateur, qui se conjugue avec la relation avec un lecteur, peut amener le journaliste à mener d'autres recherches, à explorer un sujet.

Phénomène relativement récent, le « journalisme citoyen » prend une place de plus en plus grande dans le paysage médiatique. Via le téléphone portable, Internet (blogs), tout un chacun peut devenir un producteur d'informations.