

La Couverture des Élections au Niger



LA MAISON
DE LA PRESSE DU NIGER



Open Society Initiative
for West Africa

La couverture des élections au Niger

DIRECTIVES DES MÉDIAS POUR LA COUVERTURE DES ELECTIONS AU NIGER

ISBN: 978-9988-1-4842-3

Droit d'auteur © Open Society Initiative for West Africa (OSIWA)
Tous droits réservés.

Publié par l'Institut International de Journalisme de TIC
(International Institute For ICT Journalism-Penplusbytes)
Accra, Ghana Février 2011

Équipe de production et de conception:

Jerry Sam, Roselyne Hamenoo-Kpeda, Nnenna Nwakanma
Abdou LO

Auteurs:

Kwami Ahiabenu II
Gerald Guèdègbé

Éditeur:

Gerald Guèdègbé

Imprimé au Ghana

Les copies numériques de ce livre sont disponibles en ligne

NEW MEDIA
SKOOL

www.newmediaskool.org



African Elections Project

www.africanelections.org



INTERNATIONAL INSTITUTE OF ICT JOURNALISM

www.penplusbytes.org

La couverture des élections au Niger

A propos du Projet sur les Elections en Afrique

L'institut International de ICT journalism (Penplusbytes), est une société à but non lucratif enregistré au Ghana depuis le 18 Juillet 2001. Il s'agit d'un réseau de journalistes et les organisations de médias (453 membres actifs provenant de 49 pays) qui utilisent des TIC pour l'autonomisation des médias et de faire avancer la cause du journalisme. À ce jour, il a formé plus de 500 journalistes provenant de diverses régions de l'Afrique et à travers le monde dans l'utilisation des applications technologiques de media progressives dans la salle de rédaction et de journalisme contemporain TIC.

Penplusbytes a été impliqué dans d'autres projets importants tels que le Design Communication Course (Cours annuel de Communication Design). Ce cours renforce les connaissances et les compétences de souvent négligé éditeur de design de presse sur la conception contemporaine du papier journal, d'une ressource en ligne des nouveaux médias. En outre un nouveau cours pour les journalistes sur les utilisations de la technologie dans la salle de rédaction et le Reporting Oil and Gas Project (Project sur le reportage du pétrole et de gaz) qui renforce les compétences des journalistes dans le suivi et les rapports indicateurs pertinents dans le secteur pétrolier et gazier.

Dans l'année 2008, Penplusbytes a établi ce projet révolutionnaire : Projet sur les Elections en Afrique (AEP) avec la vision d'accroître la capacité des journalistes, les journalistes citoyens, et les médias des nouvelles à fournir les pertinentes informations et connaissances électorales plus rapidement tout en surveillant des aspects spécifiques et importants de la gouvernance. Le African Elections Project utilise une gamme de TIC et des outils d'information traditionnels comme outils de sensibilisation efficaces visant à renforcer la démocratie et les processus électoraux et en Afrique. African Elections Project (www.africanelections.org) a couvert les élections au Ghana, la Côte d'Ivoire, la Guinée, la Mauritanie, le Malawi, le Mozambique, la Namibie, le Botswana, le Togo et le Niger.

Avec un financement de Open Society Initiative for West Africa (OSIWA), Penplusbytes a lancé le AEP Niger avec l'objectif de renforcer les capacités des médias dans la couverture des élections en utilisant les nouveaux médias. Ceci a été réalisé par la formation des journalistes dans les TIC et la couverture des élections, la couverture du premier et deuxième tours des élections au Niger et l'édition d'un guide des médias dans les élections

Le principal partenaire d'exécution du Niger élections projets, est la Maison de la Presse du Niger.

Table des Matières

Preface.....	3
Chapitre I : Bref aperçu sur le Niger.....	4
Chapitre II : Le rôle des médias pendant les élections.....	8
A. Les médias, chiens de garde.....	8
B. Les médias et la liberté de la presse pendant les élections.....	8
C. La couverture des élections : que faut-il savoir ?.....	9
1. Les partis politiques en lice.....	10
2. Les programmes et projets de société.....	10
3. Le système électoral.....	10
4. Les sujets d'intérêt des médias en période électorale.....	11
5. Les droits des candidats et partis politiques.....	11
6. Les droits des électeurs.....	11
7. Le processus électoral.....	12
8. Au-delà des candidats et des partis politiques.....	12
D. Le bon journalisme en période électorale.....	13
E. Le journalisme d'investigation en période électorale.....	15
F. L'éthique et la déontologie Précision, impartialité, responsabilité.....	17
Chapitre III : Les Technologies de l'information et de la communication (TIC) au service de la couverture des élections.....	18

Préface

La formation en journalisme revêt un caractère spécifique et se démarque des autres secteurs de la communication. Le journalisme remplit de nombreuses fonctions dans les sociétés modernes. Toutefois, la première fonction du journalisme est de servir la société en informant le public, en surveillant l'exercice du pouvoir et en stimulant le débat démocratique afin de soutenir le Développement politique, économique, social.

Le rôle crucial du journalisme dans la promotion de la démocratie a été de plus en plus reconnu depuis les années 90 en Afrique subsaharienne avec la vague de libéralisation de l'espace communicationnel dans la plupart des pays du continent.

Une bonne formation en journalisme donnera professionnels des connaissances sur le métier sur l'éthique et la déontologie du journalisme, sur les bonnes pratiques journalistiques et sur le rôle que le journaliste doit jouer dans la société, le sens à donner à sa responsabilité sociale. Il n'est point besoin démontrer ici l'importance d'un journalisme de qualité au cours des périodes sensibles telles que celles des élections où la transparence et la paix constituent les maîtres mots. Et c'est justement ce qui motive le partenariat entre l'Institut International de journalisme TIC Penplusbytes et la Maison de la Presse du Niger pour la mise en œuvre du Projet African Elections dont nous saluons l'originalité qu'il porte en objet à savoir : contribuer à une meilleure couverture des élections par les medias, au Niger, en utilisant les Technologies de l'Information.

Notre devoir en tant que journaliste est d'œuvrer pour garantir et préserver le droit des électeurs d'être informés et de pouvoir s'intéresser aux élections à travers des médias objectifs et responsables et impartiaux qui les aident à voter plus consciemment.

Le présent guide se veut un outil pratique à la disposition des journalistes du Niger pour faciliter la compréhension de leur mission et pouvoir bien l'exercer pendant tout le processus électoral. Mieux l'exercice professionnel du métier de journaliste au Niger a déjà reçu un coup de pouce significatif avec l'adoption par le gouvernement en février 2010 de la charte d'accès à l'information et aux documents administratifs. Un texte innovateur qui permet tra au journaliste de mieux faire son travail sur le terrain. Je voudrais inviter tous les journalistes nigériens à faire de ce guide du reporter un usage précieux pour une bonne couverture des élections en République du Niger.

Boubacar Diallo, PCA, MPN

Chapitre 1

Bref aperçu sur la République du Niger

La République du Niger est un pays steppique d'Afrique de l'Ouest situé entre l'Algérie, le Bénin, le Burkina Faso, le Tchad, la Libye, le Mali et le Nigeria. Sa capitale est Niamey. Ses habitants sont les Nigériens. Le pays est multiethnique et constitue une terre de contact entre le Maghreb et l'Afrique subsaharienne. Le Niger fait partie de la CEDEAO.

La situation géographique du Niger fait de lui un carrefour d'échanges entre l'Afrique du Nord et l'Afrique subsaharienne. Situé en Afrique occidentale, entre les parallèles 11 37 et 23 33 de latitude Nord d'une part, et les méridiens 16 de longitude Est et 0 10 de longitude Ouest d'autre part, le Niger s'étend sur 1 267 000 km . Il est le pays le plus vaste de toute l'Afrique occidentale, et le sixième à l'échelle continentale (après le Soudan, l'Algérie, le Congo, la Libye et le Tchad).

Le territoire du Niger est constitué à 80 % du Sahara et du Sahel. Seule une bande verte s'étend au sud du pays. L'accès à l'eau est un problème pour une grande partie de la population, même si des châteaux d'eau voient peu à peu le jour dans les villes. Le Niger est divisé en 8 régions, qui ont pour nom celui de leur capitale : Niamey, Agadez, Dosso, Maradi, Tahoua, Tillabéri, Zinder et Diffa.

Ces régions sont elles-mêmes divisées en 35 départements, qui étaient jusqu'en 2004 des arrondissements. Par exemple, la région d'Agadez est constituée des départements d'Arlit, de Bilma et de Tchirozerine. Chaque département a à sa tête un préfet, en lieu et place des anciens sous-préfets. Niamey, la capitale, constitue une communauté urbaine distincte.

Les principales ethnies du pays sont les Haoussas, les Djermas et Songhaïs, les Touaregs, les Kanouris, les Boudoumas et les Peuls.

Membre de la Communauté économique des États de l'Afrique de l'Ouest (CEDEAO), le Niger appartient aussi à l'Union économique et monétaire ouest-africaine (UEMOA). Les plus importantes ressources naturelles du pays sont l'or, le fer, le charbon, l'uranium et le pétrole.

Situation politique

Ancienne colonie française, devenu un État indépendant en 1960, le Niger a d'abord connu, pendant quatorze ans, un régime civil à parti unique sous la présidence d'Hamani Diori. En 1974, la conjonction d'une sécheresse dévastatrice et d'accusations de corruption aboutit à un coup d'État mené par le lieutenant-colonel Seyni Kountché. Ce dernier dirigera le pays jusqu'à sa mort, en 1987, avec un petit groupe de militaires. Son chef d'état-major, le colonel Ali Saibou, lui succède ensuite. Il fait libérer certains prisonniers politiques, libéralise la législation et la politique nigériennes et promulgue une nouvelle Constitution. Toutefois, les efforts déployés par le Président Saibou en faveur de ces réformes échouent face aux revendications de la société civile, qui demande l'instauration d'un régime démocratique et multipartite – des demandes que le régime finira par accepter à la fin de l'année 1990. De nouveaux partis et mouvements civiques font leur apparition, tandis qu'une Conférence nationale pour la paix civile est réunie en juillet 1991 pour préparer la transition vers des élections libres et transparentes. Ce débat contradictoire permet l'émergence d'un consensus qui aboutit, en novembre 1991, à la formation d'un gouvernement de transition qui se maintiendra jusqu'à l'adoption des institutions de la Troisième République, en avril 1993. Mahamane Ousmane est alors investi Président, après avoir été élu démocratiquement. Si, durant cette période, l'économie va en se dégradant, certaines réalisations méritent tout de même d'être soulignées : l'organisation réussie d'un référendum constitutionnel, l'adoption d'un code électoral et d'un code rural, ou encore la tenue d'une série d'élections libres, à l'échelle nationale, dans un climat pacifié. La liberté de la presse permet par ailleurs l'éclosion de nombreux journaux indépendants.

En 1995, les résultats des élections législatives contraignent à la cohabitation le Président et son rival, l'ancien Premier ministre. Cette paralysie gouvernementale conduit le colonel Ibrahim Baré Maïnassara à abandonner la Troisième République en 1996. La même année, l'autorité militaire dont celui-ci prend la tête le temps d'une transition de 6 mois, le Conseil de Salut national, rédige une nouvelle Constitution en vue d'instaurer une Quatrième République. Baré Maïnassara organise une élection présidentielle en juillet 1996. Mais alors que le processus électoral est déjà en cours, il remplace les membres de la Commission électorale. La nouvelle Commission, qu'il vient de désigner, le déclare vainqueur.

En novembre suivant, des élections législatives truquées lui offrent une majorité de 57 % des sièges au Parlement. Ce déni de démocratie fait reculer les donateurs étrangers et limite les possibilités de restauration de l'aide internationale, poussant le Président Baré Maïnassara à rechercher l'aide de la Libye pour soutenir l'économie nigérienne.

La Conférence nationale de 1991 aura toutefois permis une avancée positive : l'initiative alors engagée pour parvenir à un processus de paix avec la première rébellion touarègue et touboue, qui aboutira à la signature d'un accord de paix en avril 1995. Les Touaregs revendiquent une plus grande autonomie sur leur territoire et entendent bénéficier des retombées économiques des activités minières qui s'effectuent sur leur territoire – en réclamant, par exemple, des emplois dans ces mines. Leurs revendications sont également sociales et politiques. Les Touaregs dénoncent leur marginalisation et demandent au pouvoir en place de bénéficier d'une plus grande autonomie. Mais c'est par les armes que le gouvernement nigérien répondra à leurs revendications, via l'armée nationale.

Le 9 avril 1999, Baré Maïnassara est tué dans un coup d'état conduit par le commandant Daouda Malam Wanké. Celui-ci met en place un régime de transition en vue d'un retour à la démocratie. Lors des élections législatives et présidentielle d'octobre et novembre 1999, la coalition formée par le Mouvement National pour la Société du Développement (MNSD) et par la Convention démocratique et sociale (CDS), emmenée par Mamadou Tandja, remporte les élections.

La nouvelle Constitution du Niger est approuvée en juillet 1999. Elle restaure le régime semi-présidentiel prévu par la Constitution de 1992, dans lequel le Président est élu pour 5 ans au suffrage universel et nomme le Premier ministre, avec qui il partage le pouvoir exécutif. Pour tenir compte de la croissance démographique du pays, les effectifs de l'Assemblée nationale s'élèvent désormais à 113 députés, élus pour 5 ans au scrutin majoritaire.

Lors des élections législatives de décembre 2004, sept partis politiques intègrent le Parlement. Le Président Mamadou Tandja est réélu en décembre 2004. Il nomme à nouveau Hama Amadou Premier ministre. En juin 2007, suite à une motion de censure qui conduit au renversement du gouvernement d'Hama Amadou, Seyni Oumarou est nommé Premier

ministre. Mais de 2007 à 2008, une seconde rébellion touarègue prend les armes au nord du Niger, aggravant les perspectives économiques du pays et tournant une nouvelle fois la page des progrès politiques accomplis.

Le 4 août 2009, le Président Mamadou Tandja réussit un véritable coup de force en imposant un référendum constitutionnel pourtant décrété illégal par la Cour constitutionnelle et contesté dans tout le pays. Ce référendum vise à autoriser la modification de la Constitution nigérienne. Les deux principaux changements qu'il engendre sont la non-limitation du nombre de mandats présidentiels et le passage d'un régime semi-présidentiel à un régime présidentiel. Mamadou Tandja bénéficie d'une extension exceptionnelle de 3 ans de son mandat, pour « achever les chantiers entrepris ». La tenue du référendum est précédée et suivie de grandes manifestations et de mouvements de contestation.

Le 18 février 2010, un coup d'état est organisé dans la capitale, Niamey, aux abords du palais présidentiel. Les insurgés placent le Président en état d'arrestation, tandis qu'un Conseil Suprême pour la Restauration de la Démocratie (CSRD) est mis en place sous la présidence de Salou Djibo, un chef d'escadron de l'armée nigérienne. Le lundi 1er mars 2010, le Conseil suprême pour la restauration de la démocratie présente un gouvernement de 20 membres, parmi lesquels figurent cinq militaires. Mahamadou Danda est nommé Premier ministre. La Septième République est proclamée le 25 novembre 2010 par le chef de la transition.

Chapitre 2

Le rôle des médias pendant les élections

A. Les médias, chiens de garde

Les médias jouent un rôle important dans la construction d'un État de droit, et leur influence est particulièrement significative dans le cadre d'un processus électoral. En période électorale, la responsabilité des médias est d'autant plus grande que la conquête du pouvoir constitue un enjeu capital. Les campagnes électorales représentent une période cruciale pour les médias, surtout dans les jeunes démocraties africaines. Il s'agit en effet de périodes pendant lesquelles les passions soulevées par la perspective et le désir d'accéder au pouvoir se trouvent attisées, cristallisant l'attention du public et des médias. La responsabilité croissante des médias en période d'élections impose aux journalistes l'obligation de maintenir un état de veille permanent sur les normes élémentaires de professionnalisme requises, à savoir l'exactitude, l'équilibre de l'information, l'éthique et le sens des responsabilités.

B. Les médias et la liberté de la presse pendant les élections

La presse occupe une place privilégiée dans la Constitution et dans les lois des nations. Les médias permettent aux citoyens d'exercer leur droit à la libre expression, prévu par l'article 19 de la Déclaration universelle des droits de l'homme. Au cours d'une campagne électorale, la tâche d'un journaliste responsable consiste à informer correctement les citoyens pour que ceux-ci puissent prendre une décision responsable le jour du scrutin. Néanmoins, la fiabilité n'est pas le seul critère du journalisme professionnel.

Les médias ont surtout le droit de demander au gouvernement et à l'opposition de rendre des comptes concernant leurs agissements lors du mandat précédent. Les médias sont le moyen le plus efficace pour informer le peuple sur les élections et les choix politiques. Les médias ont besoin d'être libres afin de réaliser objectivement des reportages consacrés aux

campagnes électorales de chaque parti politique, permettant ainsi aux électeurs de discerner les différences entre chaque parti et leur donnant l'opportunité de faire des choix judicieux quant au dirigeant entre les mains duquel ils placeront leur destinée. Les médias doivent aussi fournir aux électeurs les mêmes informations sur le processus électoral. Ils doivent par ailleurs s'interroger sur la transparence des élections et informer librement les électeurs des éventuels dysfonctionnements constatés, afin d'y remédier rapidement.

Mais la liberté de la presse, comme toute forme de liberté, n'est jamais gagnée d'avance : elle s'arrache. En période électorale, les manœuvres visant à restreindre la liberté de la presse s'amplifient et prennent différentes formes : menaces, intimidations, ou même opérations de charme en direction du média concerné. En effet, par des contrats juteux rémunérant la couverture médiatique de leurs campagnes électorales respectives, les partis politiques favorisent chez la plupart des médias – privés, notamment – la tentation de l'autocensure, ce qui entrave l'accomplissement de leur mission première, qui est de donner à la population une information juste. Parfois, la liberté de la presse est mise à mal par les instances de régulation et d'autorégulation des médias. Par souci de dissuader des dérapages jugés préjudiciables à la paix pendant les périodes électorales, ces instances tendent en effet à mettre en place des codes de conduite jugés parfois liberticides par les observateurs des médias.

C. La couverture des élections : que faut-il savoir ?

Le travail du journaliste pendant les élections n'est pas aisé. Il demande un peu plus de rigueur et de professionnalisme dans le choix des sujets et dans la collecte, le traitement et la diffusion de l'information. En tant que journalistes professionnels, nous devons consolider notre connaissance et notre savoir-faire avant d'informer les électeurs sur les élections. Le journaliste qui se propose de couvrir les activités électorales, que ce soit dans son pays ou dans un pays tiers, se doit de maîtriser un certain nombre d'éléments indispensables à la bonne compréhension du système et au bon accomplissement de sa mission de journaliste

1 Les partis politiques en lice

Les partis politiques occupent une place de choix dans l'animation de la vie politique. Ils sont les acteurs privilégiés de tout processus électoral, et il est important pour le journaliste d'avoir une connaissance approfondie des partis politiques en lice : leur idéologie, leur programme, leurs bastions électoraux, leurs militants et, surtout, le ou les candidat(s) que ces partis politiques soutiennent. Au-delà des candidats issus des partis politiques, il importe de ne pas perdre de vue certains candidats indépendants qui tissent leur légitimité au sein de la population.

2 Les programmes et projets de société

Les programmes de société des candidats aux élections constituent l'une des principales sources d'information pour les journalistes, qu'il s'agisse de produire des articles ou des commentaires qui favoriseront le débat public au sein de l'opinion. Mieux, ils sont autant d'éléments qui permettront de mesurer le respect par les candidats des engagements pris durant la campagne électorale.

3 Le système électoral

Une bonne couverture médiatique des élections requiert du journaliste une parfaite maîtrise du système électoral de son pays. Le système électoral regroupe, entre autres, le code électoral, qui constitue l'ensemble du dispositif légal et réglementaire régissant l'organisation des élections. Il comprend notamment la Commission électorale (Commission Electorale Nationale Indépendante – CENI – au Niger), qui est un organe indépendant chargé d'organiser les élections et de leur assurer les meilleures conditions de transparence possibles. Le rôle du journaliste sera de suivre les activités de la Commission électorale pour savoir si celle-ci assure au mieux sa mission, dans les conditions fixées par la loi électorale, tout en s'assurant qu'elle est suffisamment équipée pour remplir sa tâche et qu'elle est dotée des moyens de son indépendance, afin d'être considérée comme une organisation impartiale.

Les sujets d'intérêt des médias en période électorale

4

Au cours du processus électoral, les médias sont confrontés à une flopée de questions qui peuvent inspirer des articles et renforcer le débat public. Certains des sujets ci-après peuvent être pris en compte par les médias.

Les droits des candidats et partis politiques

5

Les partis et candidats en règle sont-ils autorisés à se présenter aux élections ?

Les candidats représentant les minorités, les différentes régions et opinions politiques sont-ils autorisés à se présenter aux élections ?

Chaque parti politique présente-t-il un projet de société ? Quels sont les axes principaux de ces projets ?

Les règles électorales s'appliquent-elles équitablement à tous les partis ?
Les différentes composantes de l'armée assurent-elles la protection des partis politiques au cours des meetings ?

Comment les partis politiques sont-ils financés ?
Les responsables du gouvernement sont-ils neutres ?

Les ressources publiques servent-elles les intérêts d'un parti politique en particulier ?

Les droits des électeurs

6

Les noms des citoyens éligibles figurent-ils tous sur la liste électorale ?

Les électeurs peuvent-ils débattre librement et sans crainte des problèmes qui se posent et des programmes électoraux des partis politiques ?

Les partis menacent-ils les électeurs et les responsables électoraux ?
Forcent-ils les électeurs à voter pour certains candidats ?

Les partis politiques essaient-ils d'acheter les voix des électeurs avec de l'argent, des cadeaux ou des promesses d'emploi ?

Les électeurs sont-ils conscients de leur rôle et de l'importance du vote ?
Sont-ils conscients des choix qui se présentent à eux ?

7 Le processus électoral

Les listes électorales sont-elles à jour ?

Les électeurs qui ne figurent pas sur les listes peuvent-ils participer au scrutin sur simple présentation d'une pièce d'identité valide ?

Les bulletins de vote sont-ils faciles à comprendre par les électeurs illettrés ? Les électeurs comprennent-ils facilement la procédure du vote ?

Y a-t-il suffisamment de bulletins de vote, d'urnes et de responsables pour surveiller la procédure électorale et les opérations de dépouillement ? Les mesures de sécurité destinées à protéger les urnes contre les tentatives de fraude sont-elles suffisantes ?

La Commission électorale fait-elle preuve d'impartialité, d'indépendance et de transparence ? Des observateurs internationaux ou indépendants sont-ils censés contrôler la transparence des élections ? Si oui, que pensent-ils des activités de la Commission électorale ?

Les médias privés accordent-ils des espaces publicitaires équitables à tous les partis ? La presse publique couvre-t-elle les activités des candidats et partis d'une façon équitable ?

La couverture médiatique est-elle exacte, impartiale, fiable et équitable ?

8 Au-delà des candidats et des partis politiques...

Pour faire la couverture médiatique d'une élection, le journaliste ne doit pas se limiter aux partis politiques et aux candidats. Les électeurs sont en effet des partenaires importants. Pendant la campagne, les médias doivent recueillir et rendre public le point de vue des gens ordinaires. Les partis politiques et les candidats devraient être à l'écoute des électeurs pour, au besoin, prendre en compte leurs préoccupations et proposer des solutions idoines, dans la mesure où ce sont eux qui seront amenés à choisir le candidat pour lequel ils voteront. Pour mieux cerner les attentes des électeurs, le journaliste doit se mettre à leur place.

Les électeurs veulent, par exemple, savoir si la sécurité sera assurée le jour des élections. Ils veulent également pouvoir connaître les opinions de leurs voisins et savoir quels sujets sont importants pour eux. Les électeurs veulent aussi savoir comment les politiciens envisagent de résoudre les problèmes qui se posent à la société.

D. Le bon journalisme en période électorale

La presse joue un rôle déterminant dans la bonne conduite du processus électoral. Dans ce contexte, ce rôle devient plus important que jamais car le journaliste doit faire preuve d'objectivité journalistique, d'impartialité et d'équité dans la collecte, le traitement et la diffusion de l'information. Pour accomplir cette mission avec efficacité, le code d'éthique et de déontologie doit demeurer son bréviaire et son « compagnon de lutte ».

1 Objectivité

L'objectivité du journaliste qui couvre une élection tiendra au fait qu'il rapporte les accusations et les démentis des différents partis en lice en prenant soin d'épargner aux lecteurs et auditeurs les propos qui font, délibérément ou non, appel à la haine tribale et ethnique ou qui peuvent générer de la violence parmi les électeurs. L'article devra donner la priorité aux faits et ne pas se laisser aller aux commentaires tendancieux. Le journaliste devra surtout donner la parole aux communautés à la base, dont il recueillera les avis et préoccupations.

2 Impartialité

La question de l'impartialité est abordée par l'ensemble des codes d'éthique et de déontologie du métier car elle est l'essence même de l'approche journalistique. Le journaliste doit en effet se référer uniquement aux faits, sans se laisser influencer par sa propre sensibilité politique ni par des considérations idéologiques ou partisans. Un journaliste impartial doit réaliser des reportages équilibrés. L'impartialité exige que le journaliste fasse preuve de professionnalisme, notamment en période électorale, pour ne pas laisser transparaître son affiliation à un groupe ou à un mouvement politique. Si ce dernier affiche son militantisme politique, en public ou dans ses reportages, il perdra toute crédibilité auprès de ses lecteurs ou auditeurs, même si son travail se révèle équilibré et équitable.

Le journaliste doit éviter de prendre une part active dans l'organisation d'une campagne électorale, quel qu'en soit le bénéficiaire, et il ne doit jamais offrir ou recevoir de l'argent ou des cadeaux des partis politiques.

3 Responsabilité

Un journaliste doit faire preuve de sincérité et d'engagement envers sa profession. En période électorale, les journalistes ont une responsabilité énorme envers le public. Ils ont l'obligation morale et déontologique de protéger leurs sources dans certaines conditions. Les journalistes doivent se fier à leur code de déontologie et d'éthique en bannissant la diffamation, la nuisance, la corruption, etc., toutes choses pouvant les conduire hors des normes professionnelles requises. Principes généraux de l'éthique

4 Le principe éthique élémentaire – et non négociable – qui s'impose au journaliste est très simple : la vérité. Si vos articles ne sont pas fondés sur l'exactitude des faits, vous n'êtes pas un journaliste. Vous pouvez éventuellement avoir du talent dans un autre genre professionnel lié à l'écriture – romancier, par exemple –, mais vous n'êtes pas un journaliste. La vérité est simplement basée sur la collecte et la vérification de l'information aussi largement, aussi profondément et aussi méticuleusement que possible, de manière à la présenter d'une manière qui préserve cette vérité.

5 L'éthique est une responsabilité personnelle et professionnelle qui s'impose à tous les journalistes. Ce n'est pas seulement une discussion théorique. La prise de décision à propos de l'éthique est étayée par cinq grands principes.

Les principes éthiques du journalisme, universellement admis, sont : - le respect de la vérité ; - le souci de ne pas nuire ; - l'impartialité et l'indépendance ; - l'ouverture, la transparence et la responsabilité envers les pairs ; - des actions au service de l'intérêt public.

6 À l'épreuve de l'interview

Aussi banale qu'elle puisse paraître, l'interview relève d'un genre complexe dont la réalisation réussie n'est pas à la portée de tous les

journalistes. À chaque interview, la mission est claire : communiquer l'essentiel au public, avec les mots justes. La préparation d'une interview est capitale. Avant d'interviewer un politicien ou un chef de parti, il faut tout d'abord rassembler le maximum d'informations possible sur la personne interviewée. Ce travail de recherche vous permet de savoir s'il manque quelque chose d'important dans ses réponses, et aussi de savoir si l'interviewé vous a tenu des déclarations contradictoires par rapport à ce qu'il avait pu déclarer auparavant. Ce travail de recherche est essentiel. Les questions commençant par « quoi », « pourquoi » ou « comment » incitent la personne interviewée à vous fournir plus d'éléments de réponses et à discuter davantage de la réponse, au lieu de se contenter de réponses laconiques du type « oui » ou « non ». Ces questions sont appelées questions ouvertes. Ces trois mots favorisent l'information.

- 1 Posez des questions courtes.
- 2 Ne posez jamais des questions commençant par de longues introductions.
- 3 Ne formulez jamais deux ou trois questions dans la même question.
- 4 Posez des questions complémentaires, ou les mêmes questions sous d'autres formes, pour obtenir davantage d'informations.

E. Le journalisme d'investigation en période électorale

Le journalisme d'investigation a pour objet de révéler au public des informations et des faits qui ne sont pas à sa portée. L'investigation requiert du journaliste des aptitudes en matière de recherche et dans l'utilisation des sources et documents confidentiels. Les journalistes, les universitaires et les commentateurs de tous types de médias s'accordent sur certains aspects du journalisme d'investigation :

1 Il s'agit de fouiller un sujet ou une question en profondeur. Comme le mot « investigation » l'implique, le compte rendu d'un simple événement ou une information portant sur « une foire au bétail qui se tiendra dans le village de Détohou le mois prochain » ne pourra être qualifié de reportage d'investigation.

2 Le sujet ou la question doit être d'intérêt public. « L'intérêt public » signifie qu'une communauté serait désavantagée en ignorant cette information ou, à l'inverse, en tirerait bénéfice (matériellement ou par la prise de décision susceptible d'en découler) si elle la connaissait. Parfois, ce qui avantage une communauté peut en désavantager une autre. Les journalistes ont besoin d'avoir une idée claire de ce qu'est leur mission, ce qui peut entraîner des discussions houleuses au sein d'une rédaction. « L'intérêt public » signifie l'intérêt de la communauté affectée. Il doit faire appel à plusieurs sources. Une simple source peut vous livrer des révélations fascinantes et (selon le profil de la source) permettre d'accéder à une information qui, autrement, resterait cachée. Mais jusqu'à ce que l'information livrée par cette source soit recoupée avec d'autres sources – empiriques, documentaires et humaines – et que sa signification soit explorée, aucune véritable investigation n'a encore eu lieu.

Les traits caractéristiques d'un journaliste d'investigation sont :

- 1 Patience
- 2 Flexibilité
- 3 Art de la persuasion
- 4 Courage
- 5 Intuition
- 6 Bonne culture générale
- 7 Intégrité

En période électorale, le journaliste d'investigation peut se positionner sur certains sujets-clés, à savoir :

- 1 Le processus de vote et de proclamation des résultats
- 2 Le suivi des comptes de campagne des candidats
- 3 Les fraudes électorales éventuelles, sur le terrain ou au niveau de la Commission nationale indépendante.

Cas pratique : Exposé des faits

En tant que journaliste, vous êtes saisi, en pleine période électorale (de préférence le jour du scrutin), d'un cas de prétendue fraude massive dans une région de votre pays. Vos informateurs vous communiquent les noms de personnes qui seraient responsables de ladite fraude, ainsi que leur affiliation politique. Ils vous fournissent également des documents électoraux (bulletins de vote, copie de procès-verbaux de délibération, etc.) attestant, selon eux, la fraude, dont ils souhaitent que l'opinion publique soit informée.

Questions

- 1 *Quelles sont vos premiers réflexes ?*
- 2 *Comment allez-vous conduire cette investigation de manière efficace ?*
- 3 *Focalisez votre attention sur les étapes : recherche des sources d'information – vérification des faits – considérations éthiques.*

F. Éthique et journalisme d'investigation font-ils bon ménage ?

La plupart des codes d'éthique journalistiques indiquent que les journalistes devraient dévoiler leur identité et leurs intentions lors des interactions avec leurs sources. Pourquoi mettre l'accent sur ce point ? En partie parce que « journalisme et vérité vont de pair » et que l'exactitude est une norme que nous devons appliquer à ceux au sujet de qui nous écrivons. À chaque fois que nous trompons un interlocuteur, nous exposons notre profession à toutes les formes d'accusations, ce qui peut se retourner contre nous en termes de réactions publiques, de baisse de confiance chez nos sources potentielles ou encore de condamnations judiciaires. Nous ne traitons pas également assez nos sources, employant la puissance de notre accès à la technologie secrète, pour les duper pour obtenir de l'information.

Chapitre 3

Les Technologies de l'information et de la communication (TIC) au service de la couverture des élections

Le journalisme en ligne est devenu un métier à part entière. Présents dans les rédactions des journaux et des médias audiovisuels, les journalistes en ligne tendent de plus en plus à constituer des équipes spécifiques qui diffusent de l'information sur le site Internet de leur média. Un point essentiel distingue le journaliste en ligne du journaliste papier : l'écriture. En effet, on n'écrit pas de la même manière sur Internet et dans un journal, tant le mode de fonctionnement diffère. Par exemple, un article sur Internet va intégrer les autres liens existants sur le sujet pour permettre au lecteur de compléter son information.

Les qualités dont doit faire preuve le journaliste en ligne sont multiples à côté des qualités traditionnelles du journaliste, comme l'éclectisme, la réactivité ou l'anticipation, la qualité des montages éditoriaux et une connaissance technique minimale d'Internet sont indispensables.

Les Technologies de l'information et de la communication facilitent la pratique du journalisme au quotidien et renforcent le professionnalisme des acteurs des médias. L'utilisation de ces technologies pour la couverture des élections reste un atout important pour assurer dans les meilleures conditions possibles la collecte, le traitement et la diffusion de l'information.

Dans l'exercice du journalisme contemporain, un professionnel sera nettement désavantagé s'il ne dispose pas de l'ensemble des outils technologiques permettant d'améliorer le niveau de la profession. Aujourd'hui, dans le monde entier, les TIC jouent un rôle important au sein des rédactions. Certaines d'entre elles, que l'on ne soupçonnerait d'être familières de ces technologies, le sont pourtant. Leur vitesse, leur instantanéité, leur faible coût et l'accès universel qu'elles offrent font des TIC des outils très excitants pour un journaliste.

L'utilisation des TIC en journalisme

Il existe mille et une opportunités d'utilisation des TIC en journalisme, et il serait vain de tenter d'en dresser une liste exhaustive. Les journalistes peuvent faire usage des TIC dans quatre domaines majeurs :

- 1 La recherche et la collecte de l'information à utiliser dans leurs articles ;
- 2 La production de contenu pour tous types de médias, nouveaux comme traditionnels ;
- 3 La diffusion de leurs articles auprès d'une audience plus large ;
- 4 L'apprentissage, la formation, le changement et de nouvelles opportunités illimitées.

Il n'y a pas de doute sur le fait que l'utilisation des TIC permet aujourd'hui de publier plus rapidement les articles. C'est-à-dire que le cycle de l'information est devenu plus court grâce à l'existence d'outils permettant de produire l'information plus rapidement, en ayant recours à la technologie. Celle-ci permet, de plus, de disposer d'informations de haute qualité en un laps de temps plus court. Sans les outils qu'offrent les TIC, il serait quasiment impossible de réaliser certains reportages ou enquêtes.

(A) Un journalisme TIC tout inclusif ?

Il y a plusieurs mots-clés dans ce domaine si l'on utilise le journalisme TIC comme un terme tout inclusif qui permet de capturer toutes les questions relatives et convenables/sujet trouvé dans le lien entre journalisme et TIC

Ces mots-clés sont :

1. Les nouveaux médias.
2. Les blogueurs.

3. Rédaction assistée par ordinateur.
4. Technologie dans les médias électroniques (radio digitale et télévision).
5. Le système de gestion électronique d'une rédaction.
6. Rédaction virtuelle.
7. Journalisme assisté par ordinateur (logicielles : manipulation des bases de données, systèmes d'informations géographiques, etc.).
8. Reportage assisté par ordinateur.
9. Journalisme d'investigation assisté par ordinateur.
10. Journalisme en ligne.
11. Publication en ligne.
12. Recherche en ligne.

(B) Les TIC dans la couverture des élections

Les TIC procurent d'immenses opportunités aux journalistes couvrant les élections dans le monde entier. À chaque élection ou presque, la couverture médiatique laisse une large place aux TIC. Ces technologies offrent une panoplie d'outils intéressants pour réaliser une couverture convaincante des élections. En voici quelques exemples :

- 1 La recherche en ligne.
- 2 Le vote et le test d'opinion.
- 3 Rédaction virtuelle.
- 4 Interview en ligne.
- 5 L'enrichissement des articles avec des cartes d'information.

- 6 Le traitement des statistiques.
- 7 Le téléphone mobile dans la rédaction.
- 8 L'interaction avec l'audience.

Instruction 1 : la phase en ligne

Toutes les productions journalistiques, que ce soit en radio, en télévision ou en presse écrite, s'intègrent parfaitement aux plateformes de diffusion en ligne comme les sites Web, les blogs, les podcasts, les téléchargements, les réseaux sociaux, les forums, les commentaires de blogs, ainsi que d'autres plateformes de publication en ligne. La règle générale devrait être que si un contenu n'est pas adapté à la radio, ni à la télévision, ni à la presse écrite, il conviendrait de le publier en ligne.

La modération des contenus publiés par les utilisateurs est vivement recommandée pour éviter de relayer des contenus diffamatoires ou biaisés, qui pourraient engendrer des actes de violence. Dans le domaine du référencement d'autres sites Web, il devrait y avoir une modération complète des opinions et avis. Par exemple, votre rédaction devrait créer des liens vers les partis politiques, en cherchant et en indiquant les références de leurs sites Web. Des sondages en ligne pourront aussi être effectués de façon régulière.

Instruction 2 : les messages électroniques

Les courriers électroniques (e-mails), tout comme le téléphone ou les messages-texte, constituent l'expression d'une opinion mais pas une indication du poids de cette opinion ; ils doivent cependant être utilisés de façon sélectivement impartiale. Le téléphone et les messages-texte sont parfois utilisés pour faire avancer les programmes politiques.

Il est important d'être vigilant quant aux campagnes de masse ayant recours aux courriers électroniques. Si possible, vous devrez solliciter des informations additionnelles, comme les numéros de téléphone, pour vérifier ces adresses e-mails.

Instruction 3 : SMS/messages courts

Les messages-texte sont similaires au téléphone. Toutefois il est vivement recommandé d'identifier la source de ces messages avant de les utiliser. Vous pouvez chercher à obtenir davantage de clarifications en appelant l'utilisateur ou en lui envoyant un SMS. Il faut se montrer prudent quant aux messages provenant des fournisseurs de messageries groupées, qui ne donnent pas la possibilité de procéder à des vérifications. Il est important de ne pas déformer les messages quand on en vient à les éditer.

Les résultats de votes par SMS devront être présentés comme un échantillon de l'opinion publique au cours d'une période donnée, et non comme le reflet de l'opinion publique dans son ensemble. Il est conseillé de diffuser un message d'avertissement pour souligner que ces messages-texte ne reflètent pas l'opinion de votre rédaction.

Instruction 4 : Le téléphone

Les appels téléphoniques présentent des similitudes avec les e-mails et les messages-texte. Le modérateur devra écarter les messages téléphoniques qui véhiculent des informations inexactes ou déformées, ou incitent à la violence. Il est fortement recommandé de recevoir les messages téléphoniques hors antenne avant de les diffuser sur les ondes.

Des équipements permettant une diffusion en différé devront être utilisés. Pour les questions sensibles, il est recommandé que les intervenants appellent la station radio afin d'être enregistrés, après quoi la station les rappellera pour avoir confirmation de leur identité avant de diffuser leurs propos en ligne. Une base de données des intervenants, comportant leur numéro de téléphone, devra être mise en place ; elle servira uniquement de point de référence. Les réalisateurs devront se méfier des appels anonymes et des appels groupés.

Instruction 5 : les médias sociaux

Aujourd'hui, les médias sociaux jouent un rôle important dans une rédaction. De Facebook à Twitter, les rédactions s'en servent abondamment pour interagir avec leur audience. En général, les instructions relatives à la communication en ligne sont applicables ici. Il faudra en particulier s'attacher à distinguer les sites de médias sociaux officiels de ceux qui ne

le sont pas, puisqu'il est désormais possible à un simple individu de créer une plateforme au nom d'un parti politique. Or les informations diffusées sur une telle plateforme pourraient poser un problème en termes de crédibilité.

A. Les blogs

Le terme « blog » est une abréviation de « weblog », qui peut se traduire par « journal sur Internet ». Souvent défini comme un site personnel, il s'agit d'un espace individuel d'expression créé pour donner la parole à tous les internautes (particuliers, entreprises, artistes, hommes politiques, associations...). Nés aux États-Unis à la fin des années 1990, les blogs se sont multipliés après les attentats du 11 septembre 2001.

- Pourquoi créer un blog ? Un blog vous permet d'échanger avec d'autres internautes, mais aussi de diffuser des informations sur les sujets que vous souhaitez. Ainsi, de nombreux blogueurs parlent de leurs passions, de l'actualité, de ce qui les touche ou les intéresse. Un blog est un réel espace de communication.

- Comment ça fonctionne ? Les articles (ou billets) sont publiés de façon antéchronologique (le billet le plus récent apparaît en haut de la page d'accueil) et permettent à tous les visiteurs de réagir sur le sujet évoqué en postant leurs commentaires sous l'article, créant ainsi une relation privilégiée entre l'auteur et ses lecteurs.
Tout le monde peut créer un blog.

- Les avantages d'un blog :

1 Le blog peut être partagé avec le monde entier ou avec une communauté restreinte : c'est vous qui décidez !
Chaque visiteur réagit à tout moment en laissant ses impressions : vous créez une relation privilégiée avec vos lecteurs.

2 Votre blog vit : il s'anime et s'enrichit régulièrement. Vous pouvez le mettre à jour et le consulter depuis n'importe quel ordinateur.

3 Un blog est très simple à utiliser : un service unique accessible depuis Internet ; pas d'application ni de logiciel à télécharger ; facile et intuitif à utiliser.

4 Un média personnalisable : possibilité de personnaliser la structure du blog, la police de caractères, la typographie, les fonds de couleur, les photos...

Le choix d'un hébergeur dépend du coût (certains sont gratuits), des fonctionnalités offertes et de la présentation esthétique de l'interface : nous vous conseillons, entre autres :

Blogger (gratuit) : <http://www.blogger.com/>

Haut et Fort (gratuit ou formule payante) : <http://www.hautetfort.com/>

Over-Blog (gratuit et sans publicité) : <http://www.over-blog.com>

Skyblog (gratuit) : <http://www.skyblog.com/>

Space-blogs (gratuit) : <http://www.space-blogs.com/>

WordPress (gratuit ou formules payantes) : <http://fr.wordpress.com/>

B. Twitter

Twitter est un site Web (www.twitter.com) qui propose un service que l'on appelle le microblogging. Il permet aux Internauts de publier de courts messages, limités à 140 caractères, et de les publier immédiatement en ligne, de sorte que n'importe qui puisse les lire (ou seulement quelques personnes lorsqu'il s'agit de groupes privés).

Les « tweets » sont de petits messages textuels qui peuvent être soumis à Twitter par différents modes de transmission : messages instantanés, e-mails, téléphone portable ou via le Web. Les tweets peuvent aussi être envoyés directement à une personne donnée en utilisant le symbole « @ » avant son « username » (nom d'utilisateur). Ce tweet sera alors lisible par cette personne, mais sera également partagé avec les autres membres du groupe.

Un tweet tient en moins de 140 caractères ; il vous permet de vous exprimer sur n'importe quel sujet. C'est une forme d'expression immédiate. Les tweets s'étendent du simple commentaire sur des sujets qui vous sont

proches à des critiques portant sur l'actualité.

Twitter est aussi un réseau social d'échange de plus en plus utilisé pendant les élections. Le projet sur les élections en Afrique a mené une expérience fort intéressante avec Twitter au cours de l'élection présidentielle au Niger : <http://twitter.com/nigerelections>.

Twitter permet aux messages d'être recherchés et trouvés sur l'Internet. Les sujets sont créés à partir d'un hashtag. Le (#) joint à un mot transforme le mot automatiquement en un sujet. À partir de cet instant, on peut inviter les autres à envoyer leurs messages sur le même sujet. Il devient alors facile de suivre le fil des messages. En dehors de Twitter, les contenus, surtout ceux avec un (#) sont facilement repérés.

Instruction 6 : l'utilisation des sources en ligne

Certains sites Web ont tendance à diffuser des informations fausses et non-conformes. Aussi est-il très important de vérifier les informations collectées à partir de sources en ligne avant de les utiliser. Les informations reçues sur Internet ne doivent pas être considérées a priori comme exactes.

Instruction 7 : le journalisme citoyen

Alors que les journalistes citoyens peuvent être présents en tout lieu où l'information prend corps, ce n'est pas le cas des journalistes travaillant dans les médias traditionnels. Il devient alors important, pour chaque rédaction, de développer une stratégie visant à travailler main dans la main avec les journalistes citoyens. Il faudra également faire preuve de prudence en utilisant les produits du journalisme citoyen, et les attribuer à leurs auteurs.

Instruction 8 : Agrégation des informations

Les rédactions collectent généralement leurs informations (ou peuvent collecter les informations) à partir d'autres sources. L'agrégation des informations consiste à collecter et à publier les informations sur son propre site Web à partir d'autres sites Web. Il faut mettre en œuvre un processus prudent avant d'utiliser des informations provenant d'autres sites Web puisqu'il pourrait exister des conflits en ce qui concerne les politiques éditoriales respectives.

La règle devrait être de « copier et passer au tamis de votre politique éditoriale avant de coller », et non de copier et coller. Il est important de donner les références complètes des sites à partir desquels vous copiez les informations, et de ne pas se limiter à mentionner leur nom.

Instruction 9 : Vie privée et droit d'auteur

Il est important de noter que certains produits provenant de l'Internet sont soumis à la protection du droit d'auteur. Il est donc important d'éviter toute violation du droit d'auteur en demandant l'autorisation auprès de la plateforme-source avant toute utilisation. En plus du droit d'auteur, il existe d'autres protections liées à la créativité. Certains produits sont soumis à une licence de libre utilisation. D'autres imposent des restrictions particulières.

La vie privée de votre audience devrait également être protégée lorsque vous collectez des informations à son sujet, notamment lorsque vous lui demandez de s'enregistrer sur certains sites. Une politique éditoriale comportant une composante liée à la vie privée est une nécessité pour une rédaction. Dans une telle politique, nous devons protéger la capacité de notre audience à exercer un contrôle sur l'information qu'elle révèle la concernant, tout en contrôlant qui pourrait avoir accès à de telles informations.

TRAITEMENT DE PHOTOS : PICASA - MISE EN LIGNE DE PHOTOS (flickr.com)

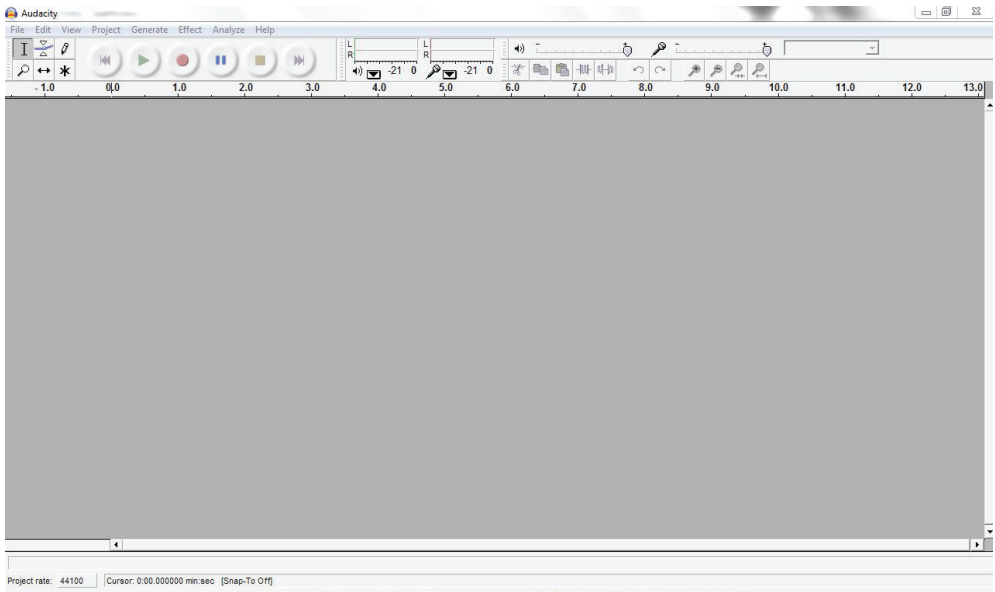
Picasa est un logiciel gratuit de retouche d'images lancé par Google, qui vous permet d'obtenir de superbes photos.

Il vous aide à rechercher, modifier et partager instantanément toutes les photos de votre PC. Avec Picasa, les modifications avancées sont à la portée de tous. Vous pourrez effectuer des retouches et ajouter des effets spéciaux étonnants, en toute simplicité. Enfin, Picasa vous permet de partager vos photos en un instant : envoi par e-mail, impression à domicile, création de CD ou même publication sur votre propre blog. Pour la mise en ligne de vos photos, Flickr.com, le site Web de partage de photos gratuit, est à votre disposition. En plus d'être un site Web très

populaire parmi les Internautes, qui leur permet de partager leurs photos personnelles, il est également utilisé par des photographes professionnels. Le site héberge plus de 2 milliards de photos.

La page d'accueil du logiciel se présente comme suit : LOGICIEL DE TRAITEMENT AUDIO : AUDACITY

Audacity est un enregistreur et un éditeur audio libre et facile d'utilisation pour Windows, Mac OS X, GNU/Linux et bien d'autres systèmes d'exploitation. On l'utilise pour :



- 1 Enregister en direct.
- 2 Convertir vos disques et cassettes sur support numérique.
- 3 Éditer des fichiers audio Ogg Vorbis, mp3 et wav.

- 4 Couper, copier, coller et assembler des extraits sonores.
- 5 Modifier la vitesse ou la hauteur d'un enregistrement.

LOGICIEL DE MONTAGE VIDEO : WINDOWS MOVIE MAKER

Windows Movie Maker est un logiciel incorporé à différentes versions du système d'exploitation Windows, de Microsoft. Dédié au montage vidéo, il vous permettra de réaliser vos propres films à partir de vos vidéos ou photos personnelles.

LE JOURNALISME PAR TÉLÉPHONE MOBILE / SMS

Il s'agit de transmettre en temps réel des informations d'actualité sur un champ d'alerte présélectionné par le destinataire. Les applications les plus courantes se font dans le domaine du sport ou de la finance. Des SMS (Short Message System) peuvent être envoyés pour les résultats d'une journée de foot ou pour transmettre les résultats du comptage des voix dans un bureau de vote.

Pour faire du journalisme par SMS, on peut utiliser une gamme complète de solutions pour : la communication SMS, les systèmes d'alerte, le logiciel SMS, le serveur SMS, la plateforme SMS... Les systèmes utilisés ont les caractéristiques suivantes : - Création d'un annuaire de correspondants.

- 1 Création de groupes de correspondants.
- 2 Possibilité d'importer un annuaire depuis un tableur ou une base de données.

Envoi des messages

- 1 Gestion de l'envoi d'un même message à un groupe.
- 2 Possibilité d'envoyer vos messages vers tous les opérateurs mobiles, quel que soit l'opérateur.

Le projet sur les élections en Afrique : www.africanelections.org

Le projet sur les élections en Afrique vise à développer la capacité des médias dans le domaine des TIC, pour leur permettre de les utiliser comme un outil dans le cadre de la couverture des élections, tout en mettant à leur disposition des informations et des connaissances en rapport avec les élections dans plusieurs pays africains, comme c'est déjà le cas pour le Ghana, la Côte d'Ivoire, la Guinée, le Mozambique, la Namibie, le Botswana, le Togo et le Niger .

Les différentes composantes du projet sont :

- 1 La formation des rédacteurs en chef et des journalistes.
- 2 Le développement et la diffusion du Guide du reporter pour les élections.
- 3 SMS / Mobile en couverture des élections et pour en assurer la surveillance.
- 4 Diffusion en ligne de l'information sur les élections : www.africanelections.org
- 5 Suivi du contenu des médias.

Le projet sur les élections en Afrique est coordonné par l'Institut international des TIC et du journalisme (www.penplusbytes.org), en partenariat et avec le concours financier de l'Open Society Initiative for West Africa (OSIWA - www.osiwa.org) et de l'Open Society Initiative for Southern Africa (OSISA - www.osisa.org).

Création et animation d'un blog sur le site www.africanelections.org

Voici les instructions qui vous permettront de créer et d'animer votre blog sur le site Web www.africanelections.org

- 1 Allez sur : www.africanelections.org/editor

2 Entrer nom d'utilisateur (user name) mot de passe (password)

3 vous trouverez Blogs Manager en dessous, vous trouverez : Bienvenue à vous, vous pouvez accéder à n'importe quelle section pour mettre à jour l'information en cliquant sur les liens ci-dessous ou sur le menu ci-dessus. Une description de la façon d'employer ce système peut être trouvée ici.

Vous pouvez également contacter l'administrateur du site Web à l'adresse suivante : info@africaelections.org

 **Africa Election Portal**
content manager

Users | Blogs Administration | Election Center | Polls Manager | Features | Knowledge Center | News | Audio | Post Election | Home Page News | Home | About Us | Partners | Contact Us | Related Links | Media Links | Events | News Mailer | Gallery | Comments | SMS Subscribers | Video |

BLOGS » CREATE A NEW BLOG

[Blogs List](#)
[Add New Blog](#)

Create a New Blog


[Select Image](#)

Blog Title :

Blog Description :

Comments :

Author:

Start Date: [...](#)

[Save New Blog](#) [Cancel](#)

- 1 Cliquer sur Blogs Manager
Votre navigateur s'ouvrira sur une page dont voici un exemple ci-dessous :
- 2 Pour créer votre blog
- 3 Cliquez sur : ADD NEW BLOG, et vous verrez la page suivante s'afficher :
- 4 ENTREZ LES RENSEIGNEMENTS DANS LES CASES CI-DESSUS
- 5 ET CLIQUEZ SUR : SAVE NEW BLOG
- 6 POUR ACTUALISER VOTRE BLOG
- 7 CLIQUEZ DESSUS COMME CI-DESSUS
CLIQUEZ SUR : ADD NEW ENTRY TO POST

Blogs

[Back to List](#)

CANDID CORNER » » POST NEW ENTRY

 **CANDID CORNER**
AUTHOR: **CREATED ON : 01-NOV-2007**

Post New Entry

Title:

Date: 



- 1 Ajoutez le titre du blog
- 2 Cliquez sur « date » et remplissez
- 3 SUPPRIMEZ LE BOUT DE PHRASE : « enter text here »
- 4 Copiez et collez l'article
- 5 Et cliquez sur : « Save new post »

A propos de Penplusbytes

L'institut International de ICT journalism (Penplusbytes), est une société à but non lucratif enregistré au Ghana depuis le 18 Juillet 2001. Il s'agit d'un réseau de journalistes et les organisations de médias (453 membres actifs provenant de 49 pays) qui utilisent des TIC pour l'autonomisation des médias et de faire avancer la cause du journalisme. À ce jour, il a formé plus de 500 journalistes provenant de diverses régions de l'Afrique et à travers le monde dans l'utilisation des applications technologiques de media progressives dans la salle de rédaction et de journalisme contemporain TIC.

Penplusbytes a été impliqué dans d'autres projets importants tels que le Design Communication Course (Cours annuel de Communication Design). Ce cours renforce les connaissances et les compétences de souvent négligé éditeur de design de presse sur la conception contemporaine du papier journal, d'une ressource en ligne des nouveaux médias. En outre un nouveau cours pour les journalistes sur les utilisations de la technologie dans la salle de rédaction et le Reporting Oil and Gas Project (Project sur le reportage du pétrole et de gaz) qui renforce les compétences des journalistes dans le suivi et les rapports indicateurs pertinents dans le secteur pétrolier et gazier.

Dans l'année 2008, Penplusbytes a établi ce projet révolutionnaire : Projet sur les Elections en Afrique (AEP) avec la vision d'accroître la capacité des journalistes, les journalistes citoyens, et les médias des nouvelles à fournir les pertinentes informations et connaissances électorales plus rapidement tout en surveillant des aspects spécifiques et importants de la gouvernance. Le African Elections Project utilise une gamme de TIC et des outils d'information traditionnels comme outils de sensibilisation efficaces visant à renforcer la démocratie et les processus électoraux et en Afrique. African Elections Project (www.africanelections.org) a couvert les élections au Ghana, la Côte d'Ivoire, la Guinée, la Mauritanie, le Malawi, le Mozambique, la Namibie, le Botswana, le Togo et le Niger.

Avec un financement de Open Society Initiative for West Africa (OSIWA), Penplusbytes a lancé le AEP Niger avec l'objectif de renforcer les capacités des médias dans la couverture des élections en utilisant les nouveaux médias. Ceci a été réalisé par la formation des journalistes dans les TIC et la couverture des élections, la couverture du premier et deuxième tours des élections au Niger et l'édition d'un guide des médias dans les élections

Le principal partenaire d'exécution du Niger élections projets, est la Maison de la Presse du Niger.

ISBN 978-9988-1-4842-3



9 789988 148423 >