

AFP - 20 principes concernant les sources

31.07.2024

Vingt principes concernant les sources

La multiplication des fausses informations et des rumeurs sur internet et les réseaux sociaux rend plus importante que jamais notre mission consistant à fournir des informations fiables, vérifiées et fondées sur des sources identifiées et dignes de foi. La crédibilité de l'Agence France-Presse dépend dans une large mesure de la transparence et de la qualité de ses sources.

Le présent document décrit les règles fondamentales de notre pratique relative aux sources. Chacun doit appliquer ces directives en s'aidant de son expérience et de son bon sens. Il ne faut jamais hésiter non plus à demander l'avis de la rédaction en chef, qui est disponible 24 heures sur 24 pour avis ou pour arbitrage.

Référez-vous également à elle si vous avez des questions sur ces règles, si vous estimez qu'il y a des omissions dans ce document, ou si vous rencontrez des situations nouvelles qui n'y seraient pas abordées.

SOMMAIRE

- 1) Donner la source dans le premier paragraphe
- 2) Identifier la source
- 3) Les sources anonymes
- 4) L'intelligence artificielle et les sources
- 5) Savoir douter de ses sources
- 6) L'attribution
- 7) Les sources indirectes
- 8) Diversité des sources
- 9) Les analystes, experts et expertes
- 10) Les citations
- 11) Le desk face à la question des sources
- 12) Les contenus tiers
- 13) Le domaine public
- 14) Les rumeurs et la désinformation
- 15) La protection et le respect des sources
- 16) Conserver ses notes et ses enregistrements
- 17) Les relations avec les sources
- 18) Les annonces de décès
- 19) La couverture des conflits
- 20) La couverture de l'actualité économique et financière

1) DONNER LA SOURCE DANS LE PREMIER PARAGRAPHE

La source doit être donnée immédiatement dans les flashes, les alertes, les urgents et les leads, afin de permettre aux clients et aux lecteurs de savoir d'emblée où nous avons obtenu l'information.

Nous faisons exception pour les événements relevant manifestement du domaine public (un discours présidentiel, un mariage royal, ...). Les titres doivent être sourcés de façon concise, à moins que l'événement ne soit dans le domaine public et que l'information ne prête pas à contestation.

La source est placée habituellement à la fin de la phrase (« a déclaré un porte-parole de la Commission européenne. »), sauf si le fait de commencer la dépêche par la source ajoute du poids à l'information (« L'OMS a annoncé... »).

Il peut aussi être nécessaire de débiter par la source, y compris pour les alertes et les titres, lorsque nous ne sommes pas en mesure de vérifier nous-mêmes immédiatement une information ou d'avoir une seconde source, ou bien lorsque l'information est susceptible d'être contestée.

Nous n'avons pas à citer la source dans le premier paragraphe-des papiers généraux dès lors que les faits ont été établis sans le moindre doute. Dans ce contexte, nous pouvons aussi utiliser des formules telles que « La France a annoncé jeudi... ».

Les résultats sportifs, les informations de marché et certains indicateurs économiques ne requièrent pas de sources.

2) IDENTIFIER LA SOURCE

Les sources doivent être clairement identifiées en mentionnant leur nom, leur titre, leur fonction et tout autre facteur permettant de renforcer leur crédibilité, notamment âge et profession quand il s'agit d'un micro-trottoir.

Nous ne devons pas utiliser une même source deux fois dans la même dépêche en la nommant une fois et en ne l'identifiant pas la seconde, ce qui donnerait la fausse impression au lecteur que nous avons parlé à deux personnes différentes.

Nous ne devons pas exagérer l'importance d'une source, ni transformer une source unique en plusieurs – « ont déclaré des responsables », « ont annoncé les médias officiels » - dès lors qu'un seul responsable ou un seul média est cité.

Un journaliste AFP texte, photo ou vidéo qui a été témoin d'un événement est une source de première main ajoutant de la crédibilité à l'information. Nous pouvons le sourcer ainsi : « a rapporté un reporter/photographe/journaliste vidéo de l'AFP sur place ».

3) LES SOURCES ANONYMES

Avoir recours à des sources anonymes s'avère parfois nécessaire pour traiter certaines informations. C'est notamment le cas lorsque les sources sont tenues au secret (en matière policière et judiciaire notamment) mais aussi pour avoir certaines informations sensibles, concernant tous les domaines (économie, sport, diplomatie ou politique). Le fait d'avoir recours à l'anonymat permet aussi d'avoir accès à des témoignages que nous ne pourrions pas obtenir autrement.

L'AFP a à cœur de protéger les sources et est consciente des risques encourus par certaines personnes lorsqu'elles parlent aux médias.

Toutefois, nous devons aussi assurer nos clients et lecteurs de la transparence et de la fiabilité de nos informations, et avoir à l'esprit que, lorsque nous citons des sources anonymes, l'AFP met en jeu sa crédibilité dans la véracité de l'information.

Ces sources doivent être utilisées lorsque nous ne pouvons pas obtenir une information importante par un autre moyen et leur utilisation doit être l'exception plutôt que la règle. Nous devons nous efforcer d'expliquer de la façon la plus détaillée possible pourquoi nous ne pouvons pas identifier la source et la qualifier de la manière la plus précise possible.

Nous devons insister en toutes circonstances auprès de nos sources pour qu'elles s'identifient, et ne pas tomber dans le piège de proposer l'anonymat trop facilement. Des personnalités ou leur entourage se retranchent régulièrement derrière l'anonymat pour s'adresser aux médias, afin de servir leurs propres objectifs de communication. Nous n'avons pas à être utilisés de cette façon. Les sources s'exprimant anonymement se déchargent de leur responsabilité en cas d'information fautive ou imprécise. Nous devons nous interroger sur ce qui motive leur insistance à s'exprimer sur ce mode, nous efforcer de changer la culture d'anonymat qui prévaut dans certains domaines de la couverture, et expliquer à nos sources que leur identification est un facteur décisif de notre crédibilité. Il est également essentiel que nous puissions savoir si la source a un lien direct avec l'information ou si cela lui a été rapporté par une tierce personne.

Il est toujours préférable de chercher à avoir au moins deux sources a fortiori lorsqu'elles sont anonymes. Si nous pensons qu'une source anonyme unique est suffisante pour donner une information importante et que nous sommes confiants dans la véracité de l'information, nous devons toujours informer le responsable du service concerné, en toute confidentialité. Quand cela est nécessaire, la rédaction en chef peut être sollicitée pour prendre la décision finale, en respectant toujours la confidentialité.

Les journalistes doivent être conscients que les sources parlent à l'AFP, et non dans le contexte d'une relation personnelle entre la source et le journaliste.

Nous n'utilisons pas de formulations telles que « source fiable » ou « source bien informée ». Nous nous efforçons d'indiquer le plus clairement possible la nature de sa fonction, qui elle représente et les raisons pour lesquelles elle ne peut être identifiée nommément (« un responsable de haut rang du ministère des Affaires étrangères qui n'est pas autorisé à s'exprimer auprès des médias », « un chef local de milice ayant demandé l'anonymat par crainte de représailles »).

Les témoins d'un événement peuvent demander l'anonymat, par peur ou pour d'autres raisons. Nous devons dans ces circonstances donner au moins une indication de ce qu'ils sont (« la mère d'une des victimes, qui a requis l'anonymat »). Les personnes citées dans le cadre d'un micro-trottoir doivent être complètement identifiées. Des formulations telles que « un habitant de la ville », « un homme », « une femme » ne peuvent suffire et peuvent questionner sur la crédibilité de l'information ou de notre reportage.

Nous n'utilisons pas de pseudonymes pour nommer nos sources, à moins que cela soit une condition indispensable pour donner l'information. Dans ce cas, nous le signalons et en expliquons la raison.

4) L'INTELLIGENCE ARTIFICIELLE ET LES SOURCES

Les systèmes d'intelligence artificielle, tels que ChatGPT ou Gemini, ont la capacité de répondre à un grand nombre de questions, y compris difficiles, et reposent sur le traitement d'énormes masses de données de sources très diverses. S'ils peuvent être consultés par les journalistes et peuvent aider à la recherche et la compréhension, il faut garder en tête que cette technologie est susceptible de produire des résultats inexacts et datés, et qu'ils ne doivent donc pas être considérés comme une source d'information fiable ou faisant autorité.

Si nous devons citer des créations de l'intelligence artificielle, nous devons être vigilant aux biais de l'IA, qui peut reproduire machinalement des stéréotypes courants de nos sociétés. Il est aussi important de se rappeler que ces applications n'ont pas d'opinion, ni de sentiment, et éviter de les décrire avec des termes trop humanisants.

5) SAVOIR DOUTER DE SES SOURCES

La responsabilité de l'AFP est de rapporter des faits exacts. Nous devons donc savoir nous interroger sur les éléments donnés par nos sources, quels que soient le rang ou la fonction de celles-ci. Comment le responsable connaît-il le bilan des tués, le nombre des survivants ? Comment sait-il que la victime est décédée ? Son bilan est-il un comptage officiel, ou bien une estimation ? Où le responsable a-t-il obtenu son information, et de qui ? L'information relève-t-elle de ses compétences ou de son aire d'expertise ? Et si ce n'est pas le cas, ne se contente-t-il pas de répéter des rumeurs, des informations données par d'autres médias ou sur les réseaux sociaux ? Quelle est la motivation de la source qui nous donne l'information ? En somme, reproduire simplement ce qu'on nous dit n'est pas suffisant. Nous devons toujours poser des questions supplémentaires, et demander comment la source a elle-même été informée. La vérification des faits et leur corroboration doivent être une habitude. Ne nous cachons pas derrière la phrase : « C'est ce que m'a dit la source ». Notre travail, c'est de rechercher la vérité des faits.

Les éléments fournis par des témoins directs sont des sources très importantes, mais nous devons être prudents dès lors qu'il s'agit de les citer comme des faits établis, en particulier s'il s'agit de bilans de victimes. Bâtir une version cohérente de l'événement nécessite d'avoir parlé au plus grand nombre possible de ces témoins oculaires.

Les élections posent des difficultés spécifiques. Nous devons être particulièrement vigilants quand nous rapportons les déclarations des candidats, qui peuvent être tentés de fausser les statistiques officielles et de donner des représentations fausses du bilan de leurs concurrents. Nous pouvons les citer, mais nous devons vérifier leurs dires et demander un commentaire aux candidats rivaux.

Même si l'information donnée par une source ou par un témoin oculaire paraît irréfutable, nous devons tenter d'obtenir une confirmation ou un démenti auprès d'autres sources. Les récits les plus convaincants peuvent parfois s'avérer des demi-vérités, voire complètement faux.

6) L'ATTRIBUTION

A moins que la source ne le précise d'avance, tout ce qui est dit est considéré comme intégralement citable et attribuable ("on the record"), et ne peut être déclaré "off the record" par la suite. Le journaliste peut toutefois exercer son jugement s'il est évident que la source s'est manifestement trompée, ou bien si, par inadvertance, elle s'est mise en danger ou a mis en danger d'autres personnes.

Les journalistes doivent s'efforcer d'éviter que des règles soient établies à l'avance. Evitez de demander : "Ceci est-il +on+ ?" - nous avons le droit de présumer que ça l'est). Si de telles règles préétablies sont inévitables, nous devons négocier la plus grande transparence possible. Dans de tels cas, l'accord sur les termes ne doit pas souffrir d'ambiguïté : comment la source est identifiée, et si ses propos sont citables ("on the record"), pas citables ("off the record"), ou bien utilisables anonymement pour fournir du contexte.

Il convient de faire la distinction entre les personnalités publiques et autres personnes habituées à s'adresser aux médias, telles que des responsables des relations presse, et les particuliers.

Les premiers savent que leurs propos vont être utilisés publiquement, ce qui n'est pas le cas d'un particulier. Il nous incombe donc d'expliquer que nous travaillons pour une agence de presse internationale et de préciser à nos interlocuteurs que nous allons les citer.

Dans des circonstances très exceptionnelles, dans le cadre d'une investigation par exemple, lorsque nous citons une personne susceptible de subir des répercussions juridiques, ou autres, à la suite de la publication d'un article, nous pouvons souhaiter obtenir un accord de consentement signé de la part de ce témoin. Dans ce type de situation, vous devez contacter le service juridique pour obtenir des conseils.

7) LES SOURCES INDIRECTES

Dès lors que nous ne disposons sur place ni d'un journaliste AFP, ni d'une source directe, nous pouvons utiliser des sources indirectes. Une vérification encore plus approfondie de la véracité de l'information est alors nécessaire.

Quand l'AFP cite une source indirecte, nous lui conférons de la crédibilité et l'information devient la nôtre. En cas d'erreur, nous ne pouvons pas nous retrancher derrière l'excuse d'avoir simplement répété ce qui était dit.

C'est au bureau ou au service d'évaluer la valeur d'une source. L'expérience est bonne conseillère en ce domaine. Nous pouvons citer des agences de presse, des télévisions, des radios, et des journaux. Mais nous devons être extrêmement vigilants quand nous avons affaire à des sites peu connus, voire douteux, et à des comptes de réseaux sociaux non vérifiés ou certifiés.

Nous avons la responsabilité de juger de la véracité et de la crédibilité de l'information, en particulier si la source indirecte cite des sources non identifiées. Nous devons nous demander si le travail de la source indirecte respecte nos critères, mais aussi si ses informations contiennent des accusations susceptibles de déclencher un droit de réponse. Par ailleurs, des responsables anonymes utilisent-ils le média pour diffuser un message spécifique ? Le média répète-t-il une rumeur en train de se

répandre sur les réseaux sociaux ? Dès lors qu'il est impossible d'obtenir une confirmation "on the record", nous devons tout au moins insister sur le contexte de l'information, mais aussi citer nos propres analystes, qui pourront évaluer la crédibilité de l'information.

Même si nous disposons d'un accord le permettant, nous ne devons pas présenter le travail d'une agence de presse locale comme le nôtre. Nous devons au contraire l'identifier clairement comme la source de l'information.

Soyons vigilants en cas d'informations rapportées indirectement par des médias d'un pays au sujet de pays tiers, en particulier si les informations n'ont pas de rapport direct avec le pays du média concerné. Ce type d'information ne doit pas être reprise, mais adressée à la rédaction en chef, qui la fera suivre au bureau local pour vérification.

Avec l'accord de la rédaction en chef, les bureaux peuvent reprendre des informations non encore diffusées concernant leur territoire et qui ont une autre origine (par exemple, Delhi reprenant un communiqué sur le site du Département d'Etat. L'autre bureau doit dans ce cas être informé.

Nous devons toujours identifier clairement la source ("un porte-parole de la diplomatie chinoise cité par l'agence Chine Nouvelle").

Si nous reprenons des citations d'une émission télévisée, nous décrivons la circonstance ("... a déclaré à la presse lors d'une conférence de presse télévisée", "a déclaré à des journalistes qui attendaient devant la salle").

Si nous reprenons une interview exclusive à la télévision, nous la sourçons comme telle ("a déclaré David Cameron dans une interview à Al-Jazeera").

Quand une photo ou une séquence filmée a été fournie (handout), nous devons le dire et indiquer qui nous l'a fournie.

Nous ne plagions pas - tout contenu repris d'une partie tierce doit être crédité.

Nous identifions clairement le contenu issu d'un pool.

Nous pouvons habituellement citer des livres, des revues, des interviews et d'autres matériaux dans les limites du raisonnable. En cas de doute, il faut consulter la rédaction en chef.

8) DIVERSITÉ DES SOURCES

En tant qu'agence de presse mondiale, il nous faut veiller à la diversité de nos sources, chercher à parler à des analystes reflétant des points de vue opposés, donner la parole à des voix multiples et montrer des visages pluriels dans nos contenus, et avoir recours à davantage d'expertes féminines. De nombreuses études ont montré que les femmes sont trois fois moins représentées que les hommes dans les médias et on estime qu'elles représentent moins de 25% des experts cités.

Il est essentiel parmi nos sources de ne pas oublier d'interroger les personnes directement concernées par la problématique traitée, par exemple l'utilisateur d'un service, l'habitant d'un quartier, une personne handicapée, une personne issue d'une communauté ciblée, etc.

Nous devons également nous garder de tout stéréotype concernant l'identité des personnes, ou essentialisation des personnes en fonction de critères sociaux, ethniques ou genrés, en interrogeant par exemple uniquement des hommes pour un sujet sur le football, des personnes handicapées pour parler de handicap, des personnes transgenres pour évoquer des sujets concernant la communauté LGBT+, ou des femmes pour parler de la parentalité ou de la vie domestique, etc.

La diversité de nos sources et des angles traités dans nos contenus est essentielle pour une meilleure représentation de toutes les sociétés à travers le monde dans leur ensemble et pour s'adresser au public le plus large.

9) LES ANALYSTES

Les analystes occupent une place essentielle dans la liste des sources du journaliste. Nous y recourons pour mettre en perspective et en contexte l'information, ainsi que dans des dépêches d'analyse proprement dites. L'analyste doit être clairement identifié, tout comme son champ d'expertise et l'organisation qui l'emploie. A la différence des sources anonymes apportant des éléments factuels et vérifiables, les analystes anonymes manquent de crédibilité. Ils ne doivent pas être utilisés, hormis dans certaines situations où leur expertise est cruciale pour la compréhension de l'information ("des experts aéronautiques participant à l'enquête sur le crash, et qui sont légalement contraints au secret"). La hiérarchie éditoriale est fondée à refuser des analyses utilisant des sources anonymes.

Nous devons éviter l'expression générale "estiment des analystes" dans le premier paragraphe, mais plutôt préciser leur type de compétences ("selon des analystes militaires"). Dans une dépêche rapportant un fait, nous pouvons citer un ou deux analystes. En revanche, il en faut au moins trois dans une dépêche d'analyse ou un Questions/Réponses.

Nous citons des analystes pour ajouter de la valeur à la dépêche, et pas pour énoncer des évidences. Il est plus intéressant de comprendre en quoi la mort d'un chef jihadiste « relance une lutte pour le pouvoir entre des factions rivales » que de lire qu'elle « porte un coup à l'organisation ».

Nous sommes une agence de presse mondiale : nous devons rechercher des analystes offrant des vues contrastées ou opposées, et ne pas nous contenter d'experts adoptant une seule vision des faits. Quand on écrit une analyse, il ne faut pas décider d'un angle, et ensuite parler aux analystes qui étayent cet angle. On commence par interroger l'échantillon d'analystes le plus large possible, puis on construit son papier.

Pour favoriser la diversité et être en prise avec la réalité, nous devons donner la parole à des experts locaux, pas uniquement à des experts d'instituts internationaux qui s'expriment de façon générale. Il faut aussi veiller à chercher la nouveauté et la spécificité, plutôt que la généralité ou les experts les plus médiatiques. Il est important également de rechercher à parler à des expertes féminines, moins représentées dans les médias de façon générale.

Les services en France doivent en outre chercher à citer davantage d'experts internationaux, et pas seulement français, afin que la copie soit utilisable à l'international et dans les autres langues.

10) LES CITATIONS

Nous devons rapporter les citations précisément, et ne pas risquer de dénaturer leur sens en les modifiant, ou en sélectionnant une citation trop partielle.

Corriger les erreurs grammaticales n'est pas de notre responsabilité, à l'exception de petites fautes ou de répétitions. Mais nous n'avons pas non plus à exposer quelqu'un volontairement au ridicule – bien qu'il soit légitime de citer une personnalité publique ayant fait une erreur. Si nécessaire, on peut paraphraser.

Il faut éviter les ellipses, et de façon générale, il est préférable de donner une citation complète que tronquée. En cas de doute, il faut expliquer où et comment a été obtenue la citation.

Lorsque nous changeons de source au fil d'un papier, il est important de l'indiquer immédiatement pour éviter une confusion entre deux sources distinctes.

Nous devons bannir les citations sans attribution, en particulier dans les titres et les premiers paragraphes de nos dépêches. Pour chaque citation, nous devons savoir qui a prononcé ces mots. Les guillemets ne doivent pas être utilisées pour prendre de la distance avec une formule ou faire référence à un cliché si la citation n'est pas attribuée.

Nous ne devons pas utiliser le conditionnel pour prendre de la distance avec ce que dit une source qui emploie l'indicatif. Nous devons respecter le mode utilisé par la source.

11) LE DESK ET LES SOURCES

Si le desk a des doutes sur la qualité d'une source, s'il estime que l'information ne tient pas ou qu'il doute de la véracité de son contenu, sa responsabilité est d'informer la rédaction en chef. Celle-ci retient au besoin la dépêche et contacte l'auteur, le service ou le bureau pour des vérifications supplémentaires.

Le desk ne doit en aucun cas "muscler" une source ni la modifier en aucune façon (« a dit un haut responsable de la Maison Blanche » ne doit pas devenir « a déclaré la Maison Blanche »).

L'unique exception est la faculté d'abrégé un titre dans le premier paragraphe en vue de raccourcir ce dernier. La recherche de concision ne doit pourtant pas aboutir à diluer la source. « Le porte-parole de la Maison Blanche, XXX XXX, a déclaré... » a plus de force que « a déclaré un porte-parole de la Maison Blanche ». N'oublions pas que le premier paragraphe est souvent extrait pour former une dépêche à lui seul.

12) LES CONTENUS TIERS

Les réseaux sociaux forment une partie intégrante de la collecte d'information. Leur apparition a créé des responsabilités nouvelles pour les journalistes, qui doivent vérifier leur contenu.

Le journaliste doit s'assurer que tout matériau (photos, vidéos, citations...) obtenu sur les réseaux sociaux provient d'un compte véritable, et dans le cas d'images, que ce matériau est authentique et vérifié (par exemple que les images montrent bien l'événement auquel on s'intéresse), que celui qui le partage en est l'auteur et le détenteur des droits, enfin que nous avons la permission de le reproduire.

Les réseaux sociaux doivent être considérés comme une plateforme de communication utilisée par des personnalités, des entreprises, des gouvernements etc. Nous devons vérifier avec beaucoup d'attention qu'un compte est authentique avant d'utiliser toute information.

Notre rôle est de vérifier les informations postées sur les réseaux avant de les publier. Un point d'attention particulier doit être porté au risque de deep fake difficile à détecter. On continue d'attendre de nous la rapidité, mais l'exactitude est la priorité absolue.

Comme pour toute autre source, nous devons être conscients des risques encourus par ceux qui partagent des informations sur les réseaux sociaux lors de situations dangereuses. Ceux-ci n'ont souvent pas d'expérience des médias. Ils peuvent être traumatisés ou mis en danger.

Toutes les sources entrant dans la composition d'une infographie/datavisualisation doivent être citées clairement. L'origine et la qualité des données doivent être soigneusement vérifiées. Les éléments visuels protégés par le copyright, comme les logos notamment, ne doivent pas être utilisés sans l'autorisation de leurs auteurs. Si le graphique contient des informations controversées, leur source doit être identifiée de façon très visible, au besoin avec une note d'explication.

De la même façon, s'agissant du datajournalisme, le journaliste a la responsabilité de vérifier que la donnée provient d'une source fiable et solide, qu'elle n'a pas été manipulée, et enfin qu'elle est présentée de manière impartiale.

Nous pouvons rapporter des informations provenant de fuites, mais devons connaître la législation sur le secret, qui varie d'un pays à l'autre. En cas de doute, contactez la rédaction en chef, qui sollicitera un avis juridique.

13) LE DOMAINE PUBLIC

De façon générale, notre information doit être sourcée, et cela vaut aussi quand elle se produit dans le domaine public. S'il y a le moindre risque qu'un client se demande comment l'AFP a appris un fait, nous devons sourcer l'histoire en citant un journaliste de l'AFP sur place, au moins en première instance. Mais nous devons également faire preuve de bon sens. Il ne serait pas nécessaire, par exemple, d'écrire que « le président X a été investi pour un second mandat, a constaté un journaliste de l'AFP ».

Le journaliste de l'AFP sur place doit s'en tenir à une description détaillée de ce qu'il voit et s'abstenir de mentionner toute déduction, extrapolation, supposition ou attribution. Pour ces derniers cas, il doit citer des témoins ou des sources au fait du sujet.

14) RUMEURS ET DESINFORMATION SUR LES RESEAUX SOCIAUX

Les réseaux sociaux font partie intégrante de la collecte d'information et doivent être considérés comme une plateforme de communication. Nous devons traiter avec vigilance ce qui y est publié.

Une vérification approfondie est donc indispensable avant d'utiliser un message dans un factuel ou une alerte.

Les réseaux sont particulièrement inondés de rumeurs, de désinformation et de canulars. D'une manière générale, nous ne rapportons pas les rumeurs et infox sur le fil.

Toutefois, si après vérification auprès de sources, il se confirme qu'il s'agit d'une rumeur/infoc, et qu'elle est largement partagée et crue et que le sujet est suffisamment important, cela peut valoir une dépêche.

Nous pouvons donc faire état, après approbation de la rédaction en chef, de la réaction significative à une rumeur, en l'expliquant à travers une source. Par exemple : des courtiers de la banque HSBC ont indiqué que l'indice Footsie avait baissé à la suite des rumeurs d'une démission de David Cameron ; ou bien : des civils ont fui la ville parce qu'ils avaient entendu la rumeur d'une approche des combattants du groupe EI.

Lorsqu'une rumeur a atteint des proportions suffisantes, et que nous avons confirmation qu'elle est fautive, nous pouvons écrire une dépêche à ce sujet. Par exemple : un porte-parole du palais de Buckingham a démenti des rumeurs sur internet selon lesquelles le roi avait été hospitalisé.

La rédaction en chef doit être informée par précaution lorsqu'un journaliste ou un bureau vérifie une rumeur d'ampleur un tant soit peu significative. Soyez particulièrement prudents lorsque vous vérifiez des rumeurs relatives au marché financiers, afin d'éviter d'être accusés de répandre des rumeurs, qui peut avoir des conséquences judiciaires dans certains pays.

Si des journalistes constatent qu'une infoc/rumeur se répand, il doit prévenir le service d'investigation numérique de l'AFP, qui pourra le cas échéant rédiger un article de vérification spécifique, si tant est que l'infoc soit vérifiable autrement que par un simple démenti. Les fact-checkers pourront aussi si besoin les aider à déterminer qu'il s'agit bien d'une rumeur, d'une photo décontextualisée, ainsi que sa viralité.

15) LA PROTECTION ET LE RESPECT DES SOURCES

Les journalistes ont le devoir de protéger l'identité de leurs sources confidentielles et des fixeurs, et de leur éviter de prendre un risque en nous parlant. Les sources confidentielles doivent savoir qu'elles peuvent se fier aux journalistes de l'AFP pour protéger leur identité.

A l'ère de la collecte et de la surveillance massive des données, les autorités et d'autres instances peuvent facilement tracer les mouvements d'un reporter, tout comme ses échanges électroniques. Cela doit être pris en compte lorsqu'on est en contact avec des sources courant un risque. Il peut être nécessaire, dans des circonstances exceptionnelles, de rencontrer une source sans porter sur soi de matériel électronique, et de s'en tenir à un calepin.

Un journaliste de l'AFP ne doit jamais divulguer à un tiers extérieur à l'AFP l'identité d'une source. Si cela lui est demandé, il doit en informer la rédaction en chef. Les lois dans ce domaine varient d'un pays à l'autre, et les reporters peuvent être confrontés à une pression extrême de la police et d'autres entités, officielles comme officieuses, pour qu'ils révèlent leurs sources. Si un refus poli ne suffit pas, dites que cela vous est interdit par la politique de votre employeur et que vous allez contacter vos supérieurs hiérarchiques.

L'AFP défendra le droit du journaliste à garder secrète l'identité de la source, et demandera l'aide d'avocats si nécessaire. Le journaliste doit toutefois, si cela lui est demandé, informer son responsable hiérarchique direct de l'identité de la source, avec la stricte garantie de la confidentialité.

Protéger les sources consiste aussi à être attentifs à la façon dont nous les traitons sur le plan humain. Nous devons faire preuve de délicatesse lorsque nous interviewons des personnes subissant ou ayant été victimes d'un événement traumatisant. Pour bien des gens, avoir affaire aux médias est une cause de désarroi supplémentaire, et nous devons en tenir compte.

Lorsqu'il s'agit de micro-trottoir, nous citons des personnes qui n'ont pas l'habitude de s'exprimer dans les médias, et nous devons nous assurer qu'elles comprennent que nous sommes une agence de presse et que leurs commentaires peuvent être publiés dans la presse et en ligne, tant au niveau national qu'international. En les avertissant, nous leur permettons de nous donner leur consentement éclairé pour être cités.

Veiller au risque de cyberharcèlement auquel les personnes évoquées dans notre production sur certains sujets peuvent être particulièrement exposées dans leur pays et sur les réseaux sociaux. Vous devez les informer clairement des conséquences que peuvent avoir une publication de leur nom ou de leur image par l'AFP et des répercussions possibles, dont ils n'ont pas forcément conscience.

Soyez particulièrement vigilants lorsque vous interviewez, filmez ou photographiez des enfants, en cherchant avant toute chose à obtenir le consentement de leurs parents ou d'un adulte responsable. Il se peut que cela soit rendu difficile lors de situations extrêmes, telles que des conflits ou des catastrophes naturelles. N'hésitez pas à solliciter la rédaction en chef au moindre doute.

Assurez-vous de connaître les lois du pays où vous vous trouvez, relatives à la majorité ainsi que la législation concernant la couverture des mineurs.

Les réseaux sociaux sont des outils essentiels pour contacter les témoins d'événements. Mais dans des cas fréquents, des personnes sont inondées de demandes émanant de médias du monde entier, jusqu'au harcèlement. Nous devons d'abord nous assurer qu'un seul journaliste de l'AFP contacte un témoin - nombre d'entre eux se plaignent d'avoir affaire à de multiples interlocuteurs au sein d'un même média. Nous devons aussi nous montrer courtois et avoir du tact, et enfin nous assurer que nous ne mettons pas en danger le témoin, par exemple en lui demandant de recueillir des éléments supplémentaires.

16) CONSERVER SES NOTES ET ENREGISTREMENTS

Nous devons enregistrer les interviews et les conférences de presse, et conserver les enregistrements originaux en cas de contestation ou d'action judiciaire à notre encontre. Si vous saisissez vos notes et les citations sur un écran, enregistrez-les séparément et n'enregistrez pas par-dessus au moment d'écrire votre dépêche.

Ne confiez jamais vos notes ni vos enregistrements à des tiers. Si on vous demande de le faire, contactez la rédaction en chef, qui demandera si nécessaire un avis juridique.

Les éléments postés sur des sites internet peuvent être retirés d'un instant à l'autre. Il est donc souhaitable de télécharger et d'enregistrer le matériau sourcé d'une source internet ou mobile. A défaut, une capture d'écran peut être effectuée et conservée.

17) LES RELATIONS AVEC LES SOURCES

Le développement de bonnes relations de travail entre les journalistes et leurs contacts est une pratique acceptée, et cultiver ses sources est une part importante de notre travail. Cela ne doit toutefois pas se faire au détriment de notre impartialité. Il doit demeurer bien établi que la relation est d'ordre professionnel, et que le contact ne doit pas s'attendre à un traitement de faveur.

Les journalistes de l'AFP n'acceptent pas d'hébergement, de cadeaux, de voyages, ou d'autres avantages de la part de leurs sources, à l'exception d'objets n'ayant qu'une valeur symbolique. La rédaction en chef doit être consultée quand une couverture nous contraint à déroger à ce principe - une invitation à prendre un avion privé pour visiter une usine lointaine par exemple.

Un journaliste ne doit jamais promettre comment, quand et sous quelle forme une dépêche sera produite. Nous pouvons, à notre initiative, nous tourner vers nos sources pour vérifier un élément factuel, ou bien pour préciser ou éclaircir une citation. Mais nous ne devons jamais soumettre une dépêche pour approbation.

Nous ne payons jamais une source pour de l'information. Nous n'acquérons pas de matériau par le vol ni d'autres moyens illégaux. Nous n'enregistrons pas des sources à leur insu.

Nous devons veiller à toujours respecter la présomption d'innocence.

Les réseaux sociaux sont un outil indispensable pour les journalistes, en même temps qu'un moyen de maintenir un contact constant en ligne avec les sources. Il faut toutefois garder à l'esprit que la présence des journalistes de l'AFP sur les réseaux sociaux peut susciter des questions sur notre impartialité et nous devons nous montrer équilibrés.

A cet égard, il est indispensable de respecter le guide de la présence sur les réseaux sociaux.

18) L'ANNONCE DES DÉCÈS

Nous devons consacrer un soin particulièrement attentif à la couverture de l'annonce d'un décès. Nous devons nous assurer que le décès a été confirmé par la famille, par un responsable directement informé de la situation, ou bien par une personne autorisée, telle qu'un agent littéraire ou le porte-parole d'une entreprise. Nous devons également savoir comment la source a connaissance du décès, de façon à nous assurer qu'elle ne fait pas que répéter des on-dit, d'autres informations venant de médias ou des bruits circulant sur les réseaux sociaux. Nous devons nous assurer que la famille a été informée.

Nous pouvons citer la mort d'une personnalité publique de premier plan si elle est rapportée par un média digne de foi avec une source identifiée et qui soit à la hauteur des critères de vérification de l'AFP (par exemple, la BBC citant le palais de Buckingham sur la mort d'une tête couronnée). Dans toutes les autres circonstances, nous devons chercher une confirmation indépendante.

L'annonce erronée ou anticipée d'un décès peut causer des peines et un désarroi évitables. Elle est extrêmement dommageable pour la réputation de l'AFP et doit être évitée à tout prix.

19) COUVRIR LES CONFLITS

La couverture des conflits présente des difficultés propres. L'AFP doit s'efforcer de maintenir un ton neutre, et tout mettre en œuvre pour fournir une couverture équilibrée des parties en conflit, tout en présentant un tableau juste de la situation sur le terrain, fondé sur nos propres informations.

Nous devons veiller particulièrement à éviter tout ce qui pourrait donner le sentiment d'une partialité dans le conflit israélo-palestinien, dans le cadre duquel notre couverture est scrutée de près au quotidien.

La vérité figure souvent parmi les premières victimes de la guerre. Il faut garder cet élément à l'esprit lorsque nous recueillons les déclarations des combattants, qu'il s'agisse des armées ou d'autres groupes armés. Nous devons être particulièrement vigilants face aux annonces de succès militaires, de gains territoriaux et de bilans de victimes.

Nous comptons de plus en plus, dans des zones auxquelles nous ne pouvons pas accéder, sur les éléments postés en ligne et sur les réseaux sociaux par des groupes armés qui y opèrent. Aussi vraisemblables que puissent apparaître ces contenus, nous devons toujours les accompagner d'une mise en garde ("...paraissant montrer l'exécution de XXX, qui n'a pas été confirmée"). Nous devons également nous assurer que des pigistes locaux travaillent indépendamment de l'une des parties, et traiter leurs informations avec la même vigilance.

Les éléments fournis par les armées ou les groupes armés doivent être clairement identifiés comme tels, de sorte qu'ils ne puissent être confondus avec la production de l'AFP.

Les journalistes en embed, c'est-à-dire temporairement « incorporés » avec les armées pour les besoins de la couverture, sont obligés, parce qu'ils vivent et travaillent dans un environnement militaire, de suivre des règles strictes que nous n'accepterions pas en d'autres circonstances. Ils doivent en tenir compte lorsqu'ils reçoivent des informations émanant des personnels militaires et

veiller à ne pas être partisans. Leur production texte, photo et vidéo doit indiquer clairement que les informations ont été recueillies alors que le journaliste était en embed.

Nous devons faire preuve d'une extrême prudence lorsque nous sommes invités à accompagner des groupes armés, afin d'éviter d'être mis en danger physiquement, mais aussi d'être manipulés. Ces missions doivent être approuvées à l'avance par la rédaction en chef.

20) L'INFORMATION ÉCONOMIQUE ET FINANCIÈRE

Les journalistes AFP ne doivent pas tirer de bénéfice financier de toute information, financière ou non, obtenue de leurs sources avant sa publication, ni transmettre cette information à d'autres pour leur bénéfice. S'ils couvrent les informations économiques et financières, ils doivent connaître la législation relative au délit d'initié.

La couverture des marchés et d'indicateurs tels que le PIB ou l'inflation ne nécessite pas de fournir la source dans le titre, dès lors que celle-ci est la source officielle habituelle.

Quand une rumeur a un effet sur les marchés financiers, nous pouvons rapporter ce fait, en anglant sur l'impact de la rumeur.

Nous devons tenter d'obtenir la confirmation des rumeurs auprès d'au moins deux sources représentant des institutions différentes.

Il faut prendre garde de ne pas répandre de rumeurs, ce qui pourrait nous exposer à l'accusation de manipulation des marchés. Nous pouvons demander en revanche ce qui est à l'origine d'une réaction du marché. Par exemple, n'appellez pas un courtier en lui demandant s'il est en mesure de confirmer que l'entreprise X est sur le point de faire faillite. Vous pouvez lui demander en revanche s'il sait pourquoi les actions de la société X baissent. Nous citons ensuite cette source sur l'impact de la rumeur : « Selon les traders, le marché réagit à la rumeur de... »

AVANT D'IMPRIMER, PENSEZ A NOTRE PLANETE !

