

LA PROXIMITE : CRITERE TRANSVERSAL DE CHOIX, DE SELECTION ET DE CLASSEMENT DES INFORMATIONS

 **Gustave MAYAKA WISSAM***

Résumé

Cet article se propose une méthodologie d'analyse de la proximité comme critère transversal de choix, de sélection et de classement des informations pour de nouvelles perspectives critiques. Il regroupe les critères traditionnels autour des trois ordres de proximité. Il s'agit de l'ordre de la proximité temporelle qui inclut l'actualité, la signification ou l'importance liée au temps et l'opportunité, dans l'ordre de la proximité physique qui intègre la proximité simple et la signification ou l'importance liée au lieu et, dans l'ordre psychologique. Cette recherche détermine quelques types de proximité notamment la proximité religieuse, la proximité intellectuelle, la proximité affective, la proximité culturelle, la proximité morale... Dans cette orientation, nous disons que ces catégories portent les critères traditionnels suivant : l'intérêt, la densité événementielle, la notoriété ou la célébrité, le conflit ou le controverse, les conséquences, l'insolite et le progrès...

Cependant, nous remarquons que tous ses critères de la proximité temporelle, physique et psychologique sont très liés au temps et à l'espace. De ce fait, le choix, la sélection et le classement des informations sont des activités réservées aux journalistes selon une approche objective et subjective en même temps.

Mots-clés : Proximité - critère –transversal- information

1. INTRODUCTION

L'information est perçue comme un fait socialement significatif que le journaliste collecte, traite et diffuse. Certes, il revient au journaliste la tâche de déterminer l'information pour le média où il travaille. Par contre, la qualification d'une information respecte une forme. La visée « *informative correspond au contrat d'information, la visée explicative au contrat d'explication, la visée émotionnelle au contrat de divertissement et la visée affective au contrat d'assistance* » (Cette citation d'Elite Ipondo, spécifie l'orientation que prend l'information sous des contrats sociaux utiles tendant à la mission traditionnelle des médias).

Notre préoccupation table sur l'équation selon laquelle la proximité traverse et constitue un champ inducteur qui reprend, englobe tous les autres critères de sélection de l'information. Cette capacité, lui confère un statut transversal, c'est-à-dire cette possibilité d'embrigader les autres critères tout en ayant cette capacité à leur imprimer sens et orientation. D'après nos recherches, nous n'avons trouvé aucun travail sur l'axe transversal de la proximité sur les autres critères des informations.

Dans cette logique de nos réflexions, ces propos s'invitent autour des points suivants :

- *le choix, la sélection et le classement de l'information,*
- *la proximité critère transversal de choix, de sélection et de classement des informations ;*
- *le Journaliste, l'objectivité et l'impartialité dans le processus transversal de la proximité.*

* Assistant à l'UPN/Kinshasa – R.D. Congo

2. LE CHOIX, LA SÉLECTION ET LE CLASSEMENT DE L'INFORMATION

Le choix des informations devant être diffusées par une station audio-visuelle constitue l'une des opérations les plus délicates pour un journaliste. En effet, choisir ce qui devra plaire à plusieurs personnes à la fois n'est pas facile, chacun de nous ayant des goûts différents.

Chaque jour, il se produit des centaines d'événements dans le monde. Il en est de même au niveau de chaque pays. Non seulement que ces événements nombreux et variés ne peuvent être diffusés tous (le temps réservé au journal parlé est limité), mais ils ne sont pas tous intéressants pour être mis à la disposition du public ; il faut donc choisir quelques-uns et ce choix doit être fait par le journaliste.

Le journaliste doit donc se mettre à la place des milliers d'auditeurs ou de téléspectateurs et choisir les informations qui doivent les intéresser. Comme on le devine, cela est délicat et risque de paraître arbitraire. Alors, le journaliste s'entoure d'un certain nombre de précautions.

Il choisira ces événements ou ces faits présumés significatifs, en considérant les critères de choix des informations lesquels critères doivent être objectifs.

La sélection est un processus complexe qui est largement dépendant de la ligne éditoriale de chaque média, de l'identité propre de chacun. Cette sélection s'opère à différents niveaux, depuis celui réalisé par les sources jusqu'à ceux construits collectivement par la conférence de rédaction, en passant par les choix opérés par chaque journaliste dans son secteur. La sélection interne à chaque média va permettre aux journalistes de s'affranchir partiellement de l'uniformité événementielle proposée par des sources, pour ne s'en tenir qu'à certains afin de les traiter ensuite de façon originale. L'auditeur, le téléspectateur se sent concerné par ce qui le touche, ce qui lui est proche, quelles qu'en soient les raisons.

Les critères de choix des informations permettent de décider quels reportages ou événements constituent la copie en puissance pour le journal. Mais, ils n'aident pas à classer les informations par ordre de priorité. D'ailleurs, une grille universelle permettant de classer les informations n'existe pas ; chaque station de radio ou de télévision dispose d'une échelle de classification. De même, la plupart des professionnels de l'information audiovisuelle établissent leur classement distinct en se fondant sur leur longue expérience. En tout cas, c'est à partir de l'analyse des besoins de son public que le journaliste classe ses informations. Malgré cela, pour éviter la routine, il est préférable que le journaliste dans son travail quotidien s'interroge pour dégager l'ordre de priorité des informations à l'intérieur du journal.

A titre indicatif, voici quelques questions que doit se poser le journaliste et qui lui permettent de dégager un schéma de classement des nouvelles, des questions suggestives évoquées par Daniel Garvey et William L. Rivers :

- S'agit-il d'une nouvelle que mon public doit connaître immédiatement, afin de protéger sa santé ou sa sécurité ?

- Mon public doit –il être informé de cette nouvelle pour pouvoir poursuivre sans encombre ses activités quotidiennes normales ou remplir ses devoirs de citoyen dans la société ?
- S'agit-il d'une nouvelle que mon public doit connaître qu'il n'a pas besoin d'apprendre immédiatement?
- S'agit-il d'une nouvelle importante pour une partie considérable de mes auditeurs, mais d'une nature qui permet de la livrer à retardement ?
- S'agit-il d'une nouvelle que mes auditeurs n'ont pas vraiment besoin de connaître, mais qui intéressera vivement la majorité d'entre eux ?
- S'agit-il d'un reportage de divertissement ? (DANIEL, E., GARVEY et WILLIAM L. RIVERS, 1982, pp.14-15).

Si vous répondez «oui» à la première question, l'information est d'une extrême importance. Si c'est à la deuxième, elle l'est un peu moins et ainsi de suite. Ces cinq questions déterminent les informations à contenu prioritaire et peuvent se résumer en deux grandes règles, en matière de classement des informations :

- la première grande règle est d'ouvrir le journal avec les gros titres de l'actualité ou les reportages les plus importants du moment. Ce sont ces nouvelles que vos auditeurs et téléspectateurs désirent entendre avant tout ;
- la deuxième grande règle est d'agencer les reportages de façon que chacun amène logiquement le suivant dans le cadre d'un schéma global facile à saisir.

Ce classement n'est proposé que de manière indicative étant donné que l'expérience et les habitudes de la maison dicteront la conduite à suivre. Cependant, il convient de partir des gros titres du jour et de passer à un ensemble de reportages de même type, qui s'enchaîneront logiquement les uns aux autres. Avec les temps, l'expérience aidant, le journaliste ne se posera plus ces questions telles que nous venons de les énumérer plus haut. Il passera directement aux deux grandes règles que nous venons d'exposer.

Le choix, la sélection et le classement des informations sont fonction du respect de certains critères. Ces derniers sont développés par les spécialistes des sciences de l'information et de la communication selon les considérations retenues par chacun. Suivant quels ordres de la proximité devient-elle un critère transversal ?

A ce sujet, nous formulons le postulat selon lequel les éléments clés de la proximité comme critère transversal ou globalisant de l'information est à intégrer dans l'ordre géographique, sociologique, temporel et psychique. Ce dernier paraît essentiel dans la relation psychologique entre contenu et metteur en forme, en tenant compte de son récepteur.

3. LA PROXIMITÉ, CRITÈRE TRANSVERSAL DE CHOIX, DE SÉLECTION ET DE CLASSEMENT DES INFORMATIONS

Nous pensons qu'enseigner la proximité comme l'un des critères de choix, de sélection et de classement des informations serait réduire son champ d'activités. Pour nous, la proximité est un critère globalisant et donc transversal pour tous les autres. Pour tenter de donner un ordre de configuration proche à chaque critère développé par plusieurs chercheurs, nous nous proposons de démontrer à travers la masse des critères listés, la place transversale de la proximité.

3.1. DANS L'ORDRE DE LA PROXIMITÉ TEMPORELLE.

L'ordre de la proximité temporelle renvoie aux limites du temps dans le déroulement et l'évolution des faits. Nous inscrivons dans cette catégorie : l'actualité, la signification ou l'importance liée au temps et l'opportunité.

- ***L'actualité***

La proximité temporelle correspond à la notion même de nouvelle ; c'est le rapport à l'instant, à la nouveauté. Quand on achète un journal ou quand on tourne le bouton de son récepteur radio, on voudrait savoir ce qui vient de se produire à travers le monde ou dans son environnement immédiat ; ce qui est l'actualité est donc le premier critère de choix pour un événement. La valeur d'une information journalistique, c'est bien sa nouveauté, c'est-à-dire en quelque sorte sa fraîcheur, le fait qu'un temps minimum s'est écoulé entre le moment où le public en prend connaissance. Il y a donc une contrainte de temps et donc une volonté permanente de réduire ce délai entre l'événement et sa mise à la disposition du public. La concurrence des médias repose essentiellement sur cet aspect de la valeur de l'information, à savoir sa nouveauté.

- ***La signification ou l'importance liée au temps***

La signification ou l'importance est la dimension historique et sociale de l'événement. Elle s'apprécie par rapport au public et dans le temps. Elle est un critère qui intègre essentiellement la valeur de l'information. A ces deux critères de l'ordre de la proximité temporelle ci-dessus, nous estimons nécessaire d'ajouter l'opportunité, suite aux situations d'autres genres journalistiques pratiqués (enquête, dossiers ou magazine), d'autres supports utilisés (magazine) et d'autres natures d'informations (information sous embargo) qui demandent un décalage de temps pour sa mise à la disposition du public.

- ***L'opportunité***

L'opportunité décide si tel événement est récent ou vient-il de se produire ? Voici un caractère qui détermine s'il mérite d'être publié. En effet, la notion d'« événement récent » varie selon le support d'information. Pour un magazine hebdomadaire, tout événement qui a eu lieu depuis l'édition précédente peut être considéré comme digne d'analyse et de publication. En revanche, pour une chaîne de télévision d'information continue, la nouvelle « opportune » est celle qui « vient de tomber », l'événement qui se produit à la minute même et qui peut être couvert en direct, sur place, par un journaliste.

3.2. DANS L'ORDRE DE LA PROXIMITÉ PHYSIQUE OU PAR RAPPORT À L'ESPACE.

La proximité géographique correspond au quadrillage de l'espace géographique constitué par la zone de diffusion du média. Il s'agit en fait d'un critère territorial : le champ le plus large et le plus lointain au champ le plus petit et le plus proche.

- ***La proximité simple***

Pour un public donné, les événements qui surviennent dans son environnement immédiat sont plus intéressants et plus importants que ceux qui se passent dans un univers éloigné. Prenons cet exemple : l'événement s'est-il produit près de chez vous, ou concerne-t-il des habitants de votre ville ou de votre région ? Ainsi, un accident de bus

Transco survenu à Kinshasa en République Démocratique du Congo fera les ouvertures des journaux audio-visuels de Kinshasa ; mais il est peu probable que cette information fasse également la une en Irak, excepté si le bus transportait des Irakiens.

La radio n'est faite que pour répondre aux besoins et aux attentes du public ; le critère de proximité constitue donc un critère déterminant dans le choix des informations. L'auditeur est au centre et plus on s'éloigne de lui, moins on a des chances de l'intéresser. Pour entretenir une relation fusionnelle avec ses auditeurs, le journaliste fait appel au choix du critère de la proximité : « elle représente des personnes proches de nous, auxquelles nous pouvons nous identifier, en train de vivre des situations dans lesquelles nous pouvons nous reconnaître » (JESPERS, JJ., 2009, p. 70). C'est la fameuse « loi du mort-kilomètre » qui stipule que plus la distance qui nous sépare d'un décès s'accroît, plus l'intérêt pour les circonstances de ce décès ne décroît. Un mort au coin de la rue est un événement intéressant. Pour M. Coulomb-Gully, la proximité assume le lien social qui s'établit avec les auditeurs.

- **La signification ou l'importance liée à l'espace**

Nous pensons qu'il est aussi juste de reprendre le critère de l'importance ou de la signification parce qu'intimement lié à la dimension historique et sociale de l'événement. Elle s'apprécie par rapport au public et à l'étendue de ses répercussions dans l'espace, contrairement à la signification liée au temps.

3.3. DANS L'ORDRE DE LA PROXIMITÉ PSYCHOLOGIQUE OU PSYCHIQUE :

Dans l'ordre de la proximité psychologique, nous pouvons distinguer plusieurs types des proximités. Mais, nous retenons seulement la proximité religieuse, la proximité intellectuelle, la proximité affective, la proximité culturelle et la proximité morale... C'est dans ce lot que nous intégrons les critères analysés ci-dessous parce qu'ils se compénètrent les uns aux autres face aux types de proximité retenus ci-dessus. Certes, même dans l'ordre de la proximité psychologique le temps et l'espace reste également l'angle de l'évolution et de considération des faits.

- **L'intérêt**

On entend par intérêt, ici, le pouvoir d'attraction, son degré d'aptitude à capter l'attention du public. L'intérêt doit donc correspondre à un centre d'intérêt du public. Le critère d'intérêt est proportionnel au degré de participation ou d'identification que l'information crée chez le public.

- **La densité événementielle ou l'impact**

La densité événementielle réside dans la capacité de l'événement à toucher le plus grand nombre (de gens). Entre deux événements qui viennent de se produire, le journaliste accordera la priorité à celui dans lequel a été impliqué le plus grand nombre de personnes ou de vies humaines et dont les conséquences (positives ou négatives) sont les plus importantes. Par exemple, la nouvelle de la mort de 30 bébés qui ont bu du lait mal-conservé dans une boutique d'une ville assez éloignée aura également un certain impact ailleurs, car elle suscitera une émotion forte dans les esprits.

- La notoriété ou la célébrité

Le critère de notoriété met en exergue l'identité, mieux la position sociale de la personne dont l'action est rapportée par la presse. On sait que les personnalités en vue agissent d'avantage sur la vie des autres ou sur le cours des événements. Exemple : la maladie d'un chef d'Etat est plus importante que celle d'un étudiant, même le plus brillant.

- Le conflit ou la controverse

Chaque jour, quelque part dans le monde, il se déroule un conflit. Contrairement à ce que nous croyons, la paix ne constitue pas l'état naturel de notre existence. C'est probablement le conflit qui constitue l'ordre habituel de choses. Les conflits, les luttes entre des individus, des groupes ou des nations sont susceptibles d'éveiller l'intérêt. Ils entraînent parfois des changements qui peuvent avoir des répercussions sur notre vie.

- Les conséquences

Un fait d'apparence banale peut se révéler par la suite riche en rebondissements ; il est recommandé au journaliste de faire souvent preuve d'esprit d'observation et de déduction. Cela dépend évidemment de la capacité de raisonner correctement et du volume des connaissances générales dont on dispose. Le flair du journaliste expérimenté lui permettra aussi de repérer les faits aux conséquences graves.

- L'insolite

Nous avons dit que le premier critère de choix des informations, c'est l'actualité, ce qui est nouveau ; on peut ajouter aussi l'insolite, ce qui sort de l'ordinaire. On se souvient de la plaisanterie qui dit « quand un chien mord un homme », ce n'est pas de l'information, mais « quand un homme mord un chien », c'est de l'information ; il faudrait cependant respecter certaines limites. Tout ce qui est inhabituel n'est pas nécessairement intéressant.

- Le progrès

Les moyens d'information mettent souvent en relief des informations sensationnelles. Ces événements ainsi mis en exergue ne nous procurent pas de satisfaction durable. C'est pour cela que l'on doit mettre plus d'accent sur les faits qui contribuent au progrès, au développement des hommes et de leur société. Les défis liés à la vie de l'homme et à l'existence même de l'humanité font qu'il est désormais nécessaire que les questions de développement occupent une place de choix dans les médias, surtout dans les médias des pays en voie de développement ou simplement sous-développés. En effet, les médias sont considérés comme des outils pouvant promouvoir, accompagner ou booster le développement. Aux Nations Unies, on est convaincu du rôle important que les médias doivent jouer pour aider les populations des pays du Sud principalement, à adopter de nouveaux comportements qui soient en adéquation avec la modernité.

L'information est ce qui arrive aux gens, aux endroits et aux choses qui comptent. Ce sont les noms qui font des titres, ce sont les noms célèbres qui font les grands titres mais à condition de relever de l'intérêt général. Bill Kovachet Tom Rosenstiel conseillent vivement aux journalistes de tenir compte des attentes et des besoins du public en connaissant ses goûts et ses attentes. Il existe, cependant, des critères pour sélectionner et classer les nouvelles, comme le note Jean Kouchner (KOUCHNER, J., 2006, p. 83) :

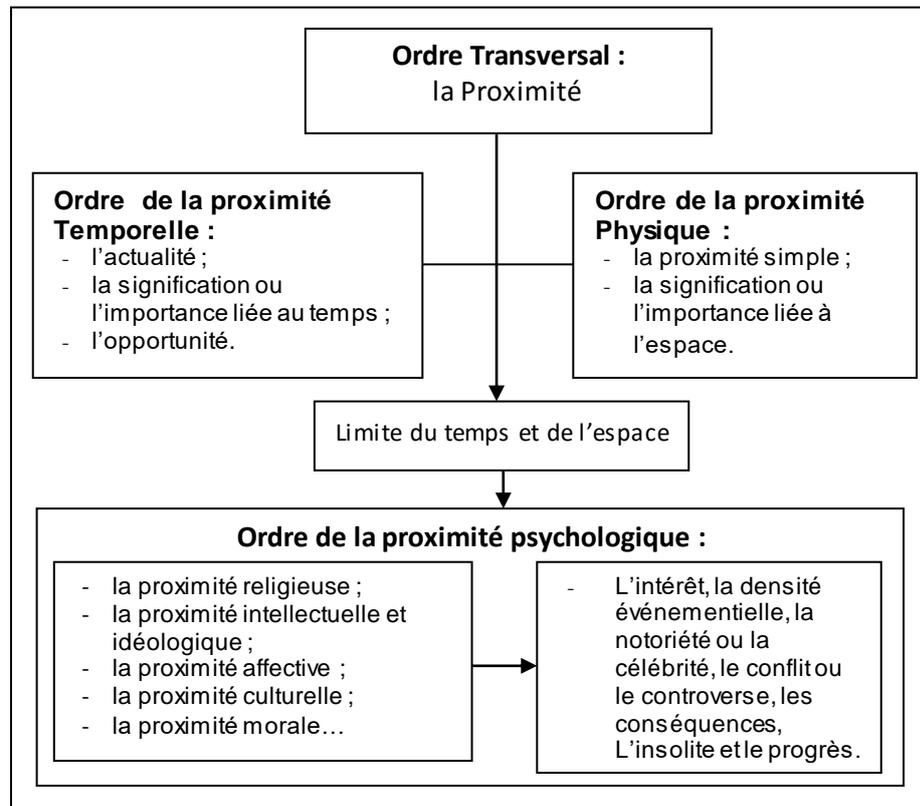
-
- le sujet qui s'impose ;
 - l'information la plus récente ;
 - l'information la plus utile ;
 - l'information qui a le plus grand dénominateur social ;
 - l'information de la plus grande proximité.

Dans ces conditions, l'information ou le news doit répondre aux caractéristiques ci-après :

- News is new : l'information porte sur un fait nouveau;
- News is now: l'information porte sur l'actualité;
- News is near: l'information porte sur un fait qui est proche des préoccupations du public ;
- News is star : l'information porte sur un fait en rapport avec les vedettes et les personnalités ;
- News is weird : l'information porte sur un fait étonnant et l'insolite ;
- News is bad news : l'information porte sur un fait qui dérange, un fait anormal, ce qui ne va pas.

La proximité comme critère transversal peut se concevoir de plusieurs manières ou sous plusieurs dimensions : socioprofessionnelle, géographique, temporelle, affective, intellectuelle, psychologique, de manière spécifique. « *Mais ce qui touche le public est aussi ce qui lui est proche. La notion de « proximité » est un critère fondamental pour comprendre les choix des journalistes* » (LETEINTURIER, C. et CHAMPION, R., 2012 : 398).

La proximité psychoaffective recouvre ce qui est de l'ordre de l'émotionnel, la vie, la mort, l'amour, l'argent qui constituent à la fois le contenu des faits divers, mais aussi des magazines. La proximité socioprofessionnelle et la proximité socioculturelle concernent la condition sociale, la profession, la culture, le milieu social de l'auditeur. La proximité politico-idéologique renvoie aux engagements politiques des individus relayés en partie par la presse politique qui garantit l'exercice des libertés démocratiques. Ce tableau illustre mieux toute l'analyse proposée dans ces réflexions.

Schéma de la transversalité de la proximité.

Dans ce schéma, nous développons les implications qu'a la transversalité de la proximité sur les autres critères des informations. Ces critères sont intégrés dans trois ordres de proximité et limités dans le temps et l'espace. En tenant compte de cet aspect, essayons d'évoquer le rôle de metteur en forme de l'information, la nature de l'objectivité et l'impartialité dans l'ordre transversal de la proximité.

4. LE JOURNALISTE, L'OBJECTIVITE ET L'IMPARTIALITE DANS LE PROCESSUS TRANSVERSAL DE LA PROXIMITE

4.1. LE ROLE DU JOURNALISTE

Dans un monde complexe et compliqué où l'information n'est plus une subsistance inhabituelle, la responsabilité du journaliste est plus significative que jamais. A la distinction du propagandiste, le journaliste accomplit le choix, la sélection et le classement des informations disponibles pour en déterminer les préceptes acceptables et crédibles, avant de les diffuser. Toute information, qu'il s'agisse d'actualité immédiate ou magazine, doit être authentique. C'est pourquoi, le journaliste doit non exclusivement collecter les informations, mais aussi les inspecter ou vérifier avant utilisation (BUNDJOKO, A. et Alii, 2014, pp. 25 – 42).

Dans tous les cas, le journaliste se base sur des observations de première main; puis il consulte différentes sources, afin de s'assurer de la fiabilité des événements. Et, sauf dans de rares cas, il révèle ses sources, afin de permettre au public d'en évaluer la crédibilité. Le journalisme ne s'arrête pas à la simple diffusion d'une nouvelle fondée sur des faits.

Certes, le journaliste s'efforce d'être impartial et exhaustif. Il s'efforce de relater une histoire de manière exacte et authentique, en tenant compte des critères des informations de l'ordre de la proximité temporelle, physique et psychologique. Cet effort de l'indépendance reste objectif mais également subjectif.

Enfin, le journaliste n'est pas un simple guide de transmission à la liturgie d'une position personnelle ou des nouvelles collectées. Le journaliste réalise une recherche particulière, ne confond pas les faits avec les opinions ou les rumeurs, et est capable de faire des choix éditoriaux verticaux.

4.2. L'objectivité et l'impartialité

L'idée d'objectivité en journalisme est apparue il y a près d'un siècle, en répercussion au journalisme du caractère surprenant et hypothétique qui prévalait alors dans l'ensemble de la presse. Le concept indiqua avant tout la démarche ou méthode journalistique : le journaliste devait s'efforcer de présenter les nouvelles de manière objective, sans parti pris particulier ou corporatiste.

Mais, actuellement, plusieurs journalistes s'accordent que l'objectivité totale est irréalisable parce que les journalistes sont humains, attachés à leur travail et sollicités par des opinions singulières. Prétendre qu'ils peuvent être intégralement objectifs rejoint l'idée de dire qu'ils n'ont pas de sentiments ou valeurs propres.

Cependant, les journalistes sont conscients dans l'ensemble, qu'ils doivent être perspicaces de leurs opinions spécifiques afin de les maîtriser. De ce fait, le récepteur ne doit pas apercevoir le jugement du journaliste. C'est après avoir vérifié les nouvelles de manière objective que le journaliste peut tenter de rester neutre, c'est-à-dire travailler sous les principes et les critères établis par la profession.

Enfin, le journaliste doit approfondir la notion de l'équilibre artificiel ; sinon, il risque de faire un récit exceptionnellement erroné. Ainsi, l'enjeu que doit sauver le journaliste autorise à exposer honnêtement et entièrement la totalité des points de vue importants, mais également à choisir, sélectionner et classer les nouvelles minimisant le taux de sentiments suite au caractère objectif et subjectif de certains critères étudiés ci-dessus.

CONCLUSION

Cet article est la réponse à un questionnement sur l'angle de la transversalité de l'ordre de la proximité qui nous a toujours embarrassé durant nos études en journalisme et notre expérience comme disciple auprès des enseignants du cours de Méthodologie de l'Information Radiotélévision à l'Institut Facultaire des Sciences de l'Information et de la Communication et à l'Université Pédagogique Nationale.

De manière générale, tous les jours, les multitudes d'événements se produisent. Et pourtant, tous les événements qui se produisent chaque jour dans le monde ne sont pas forcément relatés par la presse écrite ou audiovisuelle.

Certes, sous ce registre se trouvent les critères qui conditionnent le choix, la sélection et le classement des informations, soit pour maintenir une nouvelle ou l'écarter soit pour faire passer une information avant ou après l'autre. Deborah Potter (POTTER, D., 2006, pp. 5-6) suggère sept critères qui servent d'évaluation dont le journaliste doit tenir compte, notamment : l'opportunité, la proximité, le conflit, la densité événementielle, la notoriété, l'actualité et l'insolite.

Cet article propose une méthodologie d'analyse de la proximité comme critère transversal de choix, de sélection et de classement des informations. Il regroupe les critères traditionnels autour des trois ordres de proximité. Il s'agit de l'ordre de la proximité temporelle qui inclut l'actualité, la signification ou l'importance liée au temps et à l'opportunité, l'ordre de la proximité physique qui intègre la proximité simple et la signification ou l'importance liée au lieu. Dans l'ordre psychologique, cette recherche détermine quelques types de proximité, notamment la proximité religieuse, la proximité intellectuelle, la proximité affective, la proximité culturelle, la proximité morale... Dans cette orientation, nous disons que ces catégories portent les critères traditionnels suivant : l'intérêt, la densité événementielle, la notoriété ou la célébrité, le conflit ou la controverse, les conséquences, l'insolite et le progrès.

Cependant, nous avons remarqué que tous ses critères de la proximité temporelle, physique et psychologique sont très liés au temps. De ce fait, le choix, la sélection et le classement des informations sont des activités réservées aux journalistes selon une approche objective et subjective en même temps.

Ainsi, « nous dirons que la nouvelle est un élément signifiant récent, qui va affecter les auditeurs et susciter leur intérêt » (DE MAESENEER, P., 1992, p. 26). En tenant compte de l'exigence du temps et de l'espace très limité à la radio et à la télévision, si l'on doit consacrer le temps ou l'espace d'antenne à un sujet plus important, il faut se résoudre à différer la diffusion d'autres sujets de l'actualité en les reportant aux journaux ou bulletins ultérieurs.

REFERENCES

- AGNES, Y., 2002 ; *Manuel de journalisme. Ecrire pour le journal*, Paris, La Découverte.
- BUNDJOKO, A. et Alii, 2014 ; « Mwana magazine : Média alternatif pour jeune à Kinshasa, (RDC). Essai d'approche sociographique de l'organisation médiatique », in *Revue Congolaise de Gestion et de Développement*, n° Spécial, Volume I, Kinshasa, GRIGED.
- DANIEL, E., GARVEY et WILLIAM L. RIVERS, 1982 ; *L'information radiotélévisée. Principes. Exemples. Applications*, Bruxelles, De Boeck.
- DE MAESENEER, P., 1992 ; *A vous l'antenne ! Précis de journalisme de radio*, Paris, Nouveaux Horizons.
- ELITE, GG., 2014 ; *Sociographie de la télévision congolaise, Voyage au cœur du système télévisuel du Congo-Kinshasa*, Paris, L'Harmattan.
- JESPERS, JJ., 2009 ; *Le journalisme de télévision. Enjeux, Contraintes, Pratiques*, Bruxelles, éd. De Boeck.
- KOUCHNER, J., 2006 ; *Les Radios de proximité. Mode d'emploi*, Paris, Victoires Editions.

LETEINTURIER, C. et CHAMPION, R., 2012 ; *Médias, information et communication*, Paris, Ellipses.

POTTER, D., 2006 ; *Guide du journalisme indépendant*, Paris, AfricanRegional Services.
<http://www.marche-public.fr/Marches-publics/Textes/QE-senat/qe-12974-masson-criteres-choix-origine-implantation-geographique.htm>, consulté le 28 Février 2016.

<http://www.marche-public.fr/Marches-publics/Textes/QE-senat/qe-10874-bailly-developpement-durable-20100121.htm>, consulté le 29 Février 2016.

<https://www.mapaq.gouv.qc.ca/SiteCollectionDocuments/Formulaires/ProgProximite-Criteresevaluationdesprojets.pdf>, consulté le 02 Mars 2016.

TP de Méthodologie de l'information Radio-télévision-RTV1

Groupe N°10a. Résumez cet article en deux pages (5 personnes par groupe).