

LA LIBERTÉ D'EXPRESSION :

Les médias « traditionnels » sont confrontés à la désaffection du public qui s'informe de plus en plus sur le Web et est bombardé d'infos à la qualité souvent douteuse. S'ils veulent survivre dans cette jungle, ils doivent, plus que jamais, respecter les règles de déontologie. Ainsi que les journalistes non professionnels qui veulent gagner leur légitimité.

Isabelle Philippon (CSCE)

« Sa femme ne s'est pas suicidée : c'est un ASSASSINAT! », annonçaient en Une les quotidiens du groupe Sudpresse (*La Capitale, La Meuse, La Nouvelle Gazette*) le 6 novembre 2013, à côté d'une photo du député wallon Bernard Wesphael alors au centre de l'actualité depuis son inculpation dans la mort de son épouse. Ce titre présente comme un fait avéré que Bernard Wesphael a bel et bien tué sa femme. A l'époque pourtant, l'affaire est toujours en cours, et aucun verdict n'a été rendu : le titre ne présente que la thèse du parquet. N'est-il pas inadmissible d'induire ainsi les lecteurs et lectrices en erreur, sans compter le tort causé aux personnes concernées ? (*lire Bernard Wesphael, « assassin » avant l'heure, en p. 16*)

« Un dealer fouetté à mort avec un câble électrique : ses cris et ses supplications choquent le monde », découvrait-on le 16 février 2016 sur le site sudinfo.be, avant d'être invités à cliquer sur un lien renvoyant vers une vidéo montrant la torture et la mise à mort d'un homme en Ukraine. Relayer ainsi des images dures et violentes,

sur les réseaux sociaux, ne sont-ils pas de nature à inciter les jeunes – le public ciblé par *Vice* – à consommer de la drogue ? (2)

« Mauvais début d'année pour @M_Opaline : la désormais ex-présidente des Jeunes #cdH n'a pas "démissionné" mais a bel et bien été révoquée. La "pause politique" qu'elle affirme vouloir prendre lui a été, en fait, imposée. #LesContesdeNotreDamedeParis », twittait Michel Henrion le 1^{er} janvier 2022, avant de poursuivre par d'autres tweets tendant à montrer qu'Opaline Meunier aurait en réalité fait preuve de racisme envers une de ses collaboratrices qu'elle cherchait à licencier, et que son comportement aurait eu raison de la patience du président du parti. Un journaliste soucieux de respecter les droits d'autrui n'aurait-il pas dû donner à Opaline Meunier la possibilité de répliquer à ces graves mises en cause ? Alors, oui, le tweet est un format court (difficile de « dire la vérité » et d'octroyer un « droit de réplique » en quelques centaines de signes) : mais ces contraintes de forme peuvent-elles exonérer le journaliste de ces devoirs essentiels ? (3)

De la même manière que les relations solides se basent sur la confiance, le journalisme de qualité repose sur le respect de la déontologie journalistique ; l'un ne va pas sans l'autre

sans les mettre en perspective journalistique, présente-t-il le moindre intérêt, hormis celui de « faire le buzz » ? Est-il par ailleurs tolérable de présenter la victime comme un « dealer en Ukraine », sans mener le moindre travail d'enquête journalistique, et donc sans savoir s'il s'agit là de la vérité ? (1)

« Pour la science, ou peut-être pour un accomplissement personnel saupoudré d'une once de curiosité déplacée, je me suis lancé le défi de faire un maximum de galeries, de lieux et de musées avec un petit carton imbibé d'acide lysergique diéthylamide sur le bout de ma langue », expliquait un journaliste sur la page Facebook de *Vice Belgique* – un producteur de contenus sur le Web - le 3 novembre 2022, le post renvoyant à un article intitulé « Faire le tour des musées bruxellois sous LSD », publié sur le site de *Vice* dans sa rubrique Drogue. Ces mots, postés

« Ilyes, Chaïd, Yasir, Mathys, Fayçal, Kouider et Yanis sont ceux des jeunes majeurs placés en garde à vue dans le cadre de l'enquête sur le meurtre de Thomas Perotto. Eux n'ont pas été diffusés par la presse, jusqu'à maintenant, mais dans le seul JDD. Pour les obtenir, nous avons multiplié les demandes et constaté la crainte de tous les acteurs qui pourraient livrer l'information. Jusqu'à tomber sur l'un d'eux, qui peut être issu du monde politique, de la justice ou des forces de l'ordre, et qui ne supporte plus "ce qu'il se passe, et ce que personne n'assume de dire", lisait-on sur le site du JDD/ *Journal du dimanche* (France) le 26 novembre 2023. Pourquoi publier les prénoms des agresseurs présumés du jeune Français pendant une soirée festive, si ce n'est pour pointer les origines « étrangères » des agresseurs ? Est-ce là le rôle de la presse ?

Journalisme et déontologie sont indissociables

Ces quelques exemples illustrent à eux seuls la multitude des « infos » qui peuvent prêter le flanc à la critique pour défaut de déontologie journalistique et manquement à la responsabilité sociale des journalistes. Le respect de la « déontologie journalistique » implique,

UN DROIT, MAIS AUSSI DES DEVOIRS



pour les journalistes - c'est-à-dire pour tous ceux et celles qui produisent de l'information, sur quelque support que ce soit - de diffuser des informations vérifiées ; de recueillir et diffuser les informations de manière indépendante ; d'agir avec loyauté vis-à-vis des tiers, et de respecter les droits des personnes (4). Les journalistes dignes de ce nom doivent également faire preuve de « responsabilité sociale », ce qui veut dire qu'ils doivent tenir compte de l'impact, sur les tiers concernés et plus globalement sur la société, des infos qu'ils diffusent, et que cet impact doit être mis en balance avec l'intérêt de diffuser, ou non, les infos en question. De la même manière que les relations solides se basent sur la confiance, le journalisme de qualité repose sur le respect de la déontologie journalistique ; l'un ne va pas sans l'autre. Les règles déontologiques recensent les bonnes méthodes de travail de la profession : elles sont à peu de choses près identiques partout dans le monde où existent une presse écrite et des médias audiovisuels libres et indépendants du pouvoir de l'Etat, et elles sont acceptées par l'ensemble des journalistes professionnels.

Ces règles sont organisées autour de quatre grands axes : 1/ la recherche et le respect de la vérité, 2/ l'indépendance ; 3/ la loyauté vis-à-vis de ses sources, de ses confrères, aux tiers ; 4/ le respect des droits des personnes (lire « La quête de la vérité, axe central du travail journalistique », en p. 14).

L'importance d'un socle de valeurs et de références communes

Ces sont les « conseils de presse » – en Belgique francophone, ce « conseil de presse » s'appelle le Conseil de déontologie journalistique (CDJ) - qui, le plus sou-

vent, veillent au respect de ces règles.

Mais, en soi, elles n'ont pas besoin de telles instances pour exister, tant elles sont inhérentes à la pratique journalistique. Ainsi, chaque média possédait sa propre charte déontologique interne avant la création du CDJ, fin 2009, dont les principes étaient plus ou moins poussés selon la ligne éditoriale et le type de presse : il est clair, par exemple, que *Le Soir*, *La Libre Belgique* ou *Le Vif/L'Express* s'appliquaient à eux-mêmes des règles plus « sévères » que celles en vigueur dans les journaux régionaux et les magazines *people*. En l'absence de conseil de presse institué, ces règles diffèrent donc d'un média à l'autre, et elles ne lient que le média par rapport à lui-même et aux tiers qui l'interpellent. Avec un conseil de presse, en revanche, ces règles sont identiques à l'ensemble des médias actifs dans un même paysage médiatique, et tous les journalistes, quel que soit le support sur lequel ils s'expriment, sont tenus de les respecter. Ainsi, depuis l'instauration du CDJ, les référents déontologiques sont communs à tous les journalistes. « Cette uniformisation des règles vient globalement renforcer la déontologie médiatique, souligne Muriel Hanot, secrétaire générale du CDJ. Si un média commet une faute, le CDJ explique quel principe déontologique il a malmené, et la publication de son avis va contribuer à corriger la pratique et à faire évoluer la jurisprudence vers toujours plus de déontologie. » (lire « Bien plus qu'un tribunal d'honneur », en p. 12)

Mais, pour que les conseils de presse interviennent, encore faut-il qu'ils soient saisis d'une plainte (5). Or, si les consommateurs d'informations devaient intro-



L'éducation aux médias et à l'esprit critique est plus que jamais indispensable.

CRÉDIT DR

⇒ duire une plainte à chaque fois qu'ils sont confrontés à des *fake news*, chaque fois qu'un « producteur d'informations » manque à sa responsabilité sociale ou à son devoir de vérifier les infos qu'il diffuse, les conseils de presse ne sauraient où donner de la tête...

Le Conseil de déontologie journalistique, modeste garant des règles

Parlons d'abord des médias « traditionnels » : aux prises de graves difficultés économiques depuis des années, ceux-ci se livrent une concurrence féroce. D'autant plus vive que, désormais, les limites entre presse « écrite » et presse « audiovisuelle » sont brouillées : chaque journal se décline à la fois en version « papier » et sur son site internet et les réseaux sociaux, sur lesquels il publie du contenu audiovisuel. Chaque radio et tv publie désormais maints articles sur le Web. La « qualité » d'un article, d'un titre, d'une photo, d'une vidéo s'évalue au nombre de clics qu'ils suscitent sur le site internet du média et sur les réseaux sociaux. Pour susciter ces clics, il faut faire des titres accrocheurs (« putaclics »), il faut publier du contenu à forte teneur émotionnelle, si possible polémique, ne pas trop s'embarrasser de nuances. Il en va de même sur les plateaux télé : la tendance lourde est de proposer des émissions « trash », de préférer les « duels » - la fameuse « culture du clash » - aux débats politiques de fond, de privilégier le fait divers aux problèmes de fond.

Heureusement, il subsiste toujours des médias de qualité, des journalistes qui font leur boulot avec passion, sérieux et conscience, et ce même si leur boulot est, dans les faits, rendu difficile en raison des restrictions budgétaires imposées aux rédactions, qui s'accompagnent d'un dégraissage des effectifs et de la précarisation du métier (les pigistes taillables et corvéables à merci sont souvent préférés aux journalistes salariés, plus coûteux et plus « exigeants »).

Et l'organe d'autorégulation que constitue le Conseil de déontologie journalistique (CDJ) participe, en Belgique francophone, au maintien des pratiques de qualité par les journalistes oeuvrant dans les médias *mainstream*. Le CDJ s'empare des plaintes introduites par les consommateurs d'infos (lecteurs, lectrices, téléspectateur.trice.s, auditeur.trice.s) heurtés par le contenu ou la forme d'une information. Après une étude minutieuse du dossier, il rend un avis, que les médias

« traditionnels » sont tenus de publier sur leur site. Les journalistes professionnels et les médias n'aiment pas être épinglés pour défaut de déontologie journalistique : ils ont donc tendance à respecter les règles édictées dans le Code de déontologie journalistique. « Cette évolution positive des pratiques journalistiques depuis la création du CDJ, et ce même dans la presse populaire où l'impératif de proximité rend plus difficile le respect de la déontologie, est frappante », se félicite-t-on au CDJ. Les règles d'attribution des aides à la presse, imposant l'adhésion du média qui en bénéficie à l'association faitière du CDJ - et qui engage donc en principe le média à se conformer à la déontologie - participent également à la prise de conscience de la responsabilité qu'ont les médias vis-à-vis du public.

Un paysage médiatique explosé et incontrôlable

Mais le monde des médias et la galaxie des journalistes a littéralement explosé au cours de ces deux dernières décennies : le temps où la transmission de l'info était l'apanage des journalistes et des médias « professionnels » est révolu (lire « Les médias sont innombrables, et les journalistes, légion », en p. 14). La Toile regorge désormais d'infos publiées par des « journalistes » auto-proclamés, qui ne sont pas tous biberonnés aux valeurs du journalisme, ses droits et ses devoirs. Les « producteurs de contenus » (c'est ainsi, désormais, que l'on appelle les journalistes), ainsi que les canaux d'information ont littéralement explosé. L'avènement des réseaux sociaux et des influenceurs comme nouvelles sources d'information est venu bousculer la

La Toile regorge désormais d'infos publiées par des « journalistes » auto-proclamés, qui ne sont pas tous biberonnés aux valeurs du journalisme, ses droits et ses devoirs

position occupée dans le passé par le journaliste au sein de la société : l'influence des journalistes « traditionnels » sur une part significative de l'opinion est désormais bien moindre que celle de ces « nouveaux » producteurs d'info. Lesquels ont parfois une définition très personnelle de l'« info » et des « faits ». C'est ainsi que, sur le Web, se côtoient, dans un grand magma aux contours pas toujours très nets, des contenus d'une grande qualité publiés par des « journalistes citoyens » conscients de leur responsabilité, et des *fake news* qui gangrènent la société et la démocratie.

En termes déontologiques, cette évolution s'est accompagnée d'une redéfinition du champ d'application des normes, lequel s'est étendu aux non-journalistes de profession : eux aussi, s'ils veulent être reconnus comme « journalistes », doivent se conformer aux principes de vérification de l'information, de respect du droit des personnes et aux devoirs de responsabilité sociale. C'est ce respect de la déontologie journalis-

Ce sont les journalistes eux-mêmes – et les organes d'autorégulation de la profession - qui sont les mieux placés pour rappeler que la liberté d'expression se mérite, qu'elle s'accompagne de devoirs à l'égard du public et de la société, et qu'elle n'est pas absolue

tique, bien plus qu'une quelconque carte de presse ou un statut, qui, à présent, permet d'identifier un « vrai » journaliste d'un « pseudo » journaliste.

On est bien d'accord : les producteurs d'info sincères et soucieux de faire au mieux leur boulot ou leur passion seront sensibles à ces devoirs de respecter l'intérêt général, la recherche de la vérité et le droit des personnes. Mais les autres – la multitude d'autres – continueront à n'en avoir cure, et les conseils de presse continueront à n'avoir aucune influence sur cette empoisonnante nébuleuse. « *Je nourris les pires craintes pour l'avenir de l'humanité*, confie Jean-Jacques Jaspers, ancien journaliste à la RTBF et membre du CDJ. *L'emprise que les mensonges publiés sur internet exercent sur les esprits et les jeunes générations me terrifie. On substitue l'inculture à la culture, l'adhésion sectaire à l'esprit critique, la fake news à l'info, la contre-vérité à la réalité. Et je ne vois pas comment endiguer cela, à moins d'imaginer que les Etats prennent des mesures autoritaires.* »

Les dangers de la tentation autoritaire

Et d'aucuns, justement, plaident en faveur de « mesures autoritaires » contre les *fake news*. Ils en appellent à l'intervention des Etats, des responsables politiques, des législateurs, des juges – notons que la justice connaît déjà des délits de presse que constituent, par exemple, l'incitation à la haine ou à la violence, la calomnie, la diffamation (*lire « Et la justice là-dedans ?*, en p. 17) -, pour préserver la vérité. On voit le paradoxe : dans les pays où la liberté de la presse et le droit des citoyens à accéder à une information de qualité sont inexistantes, ce sont précisément les pouvoirs étatiques qui contrôlent les médias. C'est pour éviter pareille situation que les pays démocratiques ont érigé en vertu cardinale l'interdiction de la censure, la liberté et l'indépendance de la presse. L'interventionnisme étatique en matière de médias n'a jamais permis la diffusion d'informations de qualité...

D'autres, plus nombreux, estiment que les plateformes devraient exercer un contrôle plus pointu des contenus publiés sur le Net. Ces plateformes sont en effet *de facto* des éditeurs de contenu ; il est donc légitime de penser qu'elles devraient exercer une responsabilité éditoriale à l'égard de leur public. Sauf que, au contraire des éditeurs de presse « classique », qui sont pour la plupart conscients de leur responsabilité sociale et du rôle qu'ils jouent dans la société, les responsables des plateformes sont mus par le seul intérêt financier : miser sur leur sens des responsabilités pour attendre de leur part une régulation motivée par l'intérêt général serait faire preuve d'une certaine naïveté. Et si d'aventure ces plateformes faisaient montre d'un plus grand enthousiasme à l'idée de séparer les « faits » de l'ivraie que constituent les *fake news*, quelle légitimité aurait leur tri, sur quelles bases reposerait-il, comment imaginer

qu'elles puissent mener un travail d'enquête journalistique pour « labelliser » chaque info publiée ? Le risque est grand que leurs interventions s'apparentent à une forme de censure arbitraire qui, loin de protéger la liberté d'expression, contribueraient à la « normaliser » sur la base de valeurs tout autres que celles qui constituent le socle d'un journalisme de qualité...

Autorégulation et éducation aux médias

Autrement dit : même si les organes d'autorégulation que constituent les conseils de presse ne sont certes pas la panacée et ne parviendront pas, à eux seuls, à lutter contre la désinformation, ils semblent quand même les mieux placés pour renforcer la responsabilité sociale des journalistes - de tous les journalistes et pas seulement des détenteurs de la carte de presse professionnelle -, pour leur rappeler l'importance de veiller à l'intérêt général et au respect des personnes. Face à la digitalisation, à l'éclatement de l'espace médiatique et à la multiplication des producteurs d'info, la question de savoir « qui est journaliste » est plus essentielle que jamais. Ce ne sont ni les juges, ni les autorités politiques, ni les plateformes, qui peuvent y apporter une réponse satisfaisante. Ce sont les journalistes eux-mêmes – et les organes d'autorégulation de la profession - qui sont les mieux placés pour rappeler que la liberté d'expression se mérite, qu'elle s'accompagne de devoirs à l'égard du public et de la société, et qu'elle n'est pas absolue. Le seul rôle utile des pouvoirs publics, en matière de médias, est de contribuer à des médias de qualité, en soutenant financièrement la presse « traditionnelle » – même s'il y aurait ici mille choses à dire sur les modes de financement de la presse qui pourraient être tout différents de ceux qui existent aujourd'hui.

Sans oublier, bien sûr, l'importance fondamentale d'un enseignement de qualité, d'une vraie éducation aux médias, dès le plus jeune âge. Le public a un rôle fondamental à jouer dans la qualité des médias et des infos qu'il consomme (*lire « L'info de qualité, c'est l'affaire de tous »*, en p. 18) : encore faut-il qu'il soit outillé pour ce faire... □

(1) CDJ - Plainte 16-13 - Avis du 22 juin 2016

(2) CDJ - Plainte 22-51 - 20 septembre 2023

(3) CDJ - Plainte 22-14 - 21 juin 2023

(4) C'est la définition qu'en donne le Conseil de Déontologie Journalistique (CDJ), l'organe d'autorégulation actif en FWB, dans l'introduction du Code de déontologie. www.lecdj.be/fr/deontologie/code/

(5) Le CDJ, pour ne parler que de lui, a la possibilité d'introduire une plainte d'initiative (auto-saisine) mais, dans les faits, ne le fait pas.

L'HISTOIRE TUMULTUEUSE DU

La création du Conseil de déontologie journalistique (CDJ) a permis aux médias de répondre à un double défi : rendre les médias plus vertueux et respectueux de la qualité de la démarche journalistique d'un côté ; se prémunir contre des ingérences de l'Etat, de l'autre.

Isabelle Philippon (CSCE)

« Le journaliste appartient à une sorte de caste de parias que la société juge toujours – socialement – d'après le comportement de ses représentants les plus indignes du point de vue de la moralité », écrivait déjà le sociologue allemand Max Weber en 1959 (1). « Ce constat fataliste s'applique à toutes les périodes de l'histoire du journalisme, observe Jean-Jacques Jespers, ancien journaliste à la RTBF, professeur à l'ULB et membre du CDJ. Cet opprobre a depuis longtemps été ressenti par les professionnels eux-mêmes, et depuis longtemps ils ont essayé de s'en prémunir, mais aussi de se protéger d'un autre mal qu'ils redoutaient tout autant : l'ingérence du pouvoir d'Etat (2). »

Une profession en quête d'honorabilité

Pour regagner l'honorabilité de la profession, celle-ci a donc entrepris de s'autodiscipliner. Le premier « jury d'éthique » composé de journalistes et d'éditeurs voit le jour en Suède, en 1874. La Norvège est le premier pays à se doter d'un conseil de presse, en 1916. Aujourd'hui, 31 conseils de presse, dont 19 dans des Etats membres de l'Union européenne, sont regroupés au sein de l'Association of Independent Press Councils of Europe (AIPCE).

La Fédération internationale des journalistes est créée en 1926, avec pour premier objectif de trancher les conflits entre journalistes sur les sujets de déontologie. En 1972, la Fédération internationale adopte la Déclaration des devoirs et des droits des journalistes, code de référence déontologique pour l'ensemble des journalistes du monde. L'article 11 de cette Déclaration stipule le droit, pour le journaliste, de « n'accepter que la juridiction de ses pairs, à l'exclusion de toute ingérence gouvernementale ou autre ». Pas question, donc, pour une tierce partie, de se hasarder à évaluer la déontologie journalistique : cette précaution vise, de toute évidence, à empêcher toute censure ou autre forme d'intrusion visant à limiter la liberté d'expression.

« Mais petit à petit, les éditeurs vont rentrer dans le jeu, remarque Jean-Jacques Jespers, et l'autorégulation bipartite (à deux bancs, éditeurs et journalistes) s'impose. Plus tard, l'idée d'un conseil de presse tripartite, faisant appel à un troisième banc composé de représentants de la "société civile" va finir par s'imposer. » C'est cette composition tripartite qui sera retenue lors de la création de la plupart des conseils de presse contemporains. « On peut voir dans cette évolution un indice du malaise des médias face à la crise de leur modèle économique et à la détérioration de leur image : éditeurs et journalistes préfèrent ne plus être seuls à assumer la défense de leur réputation. »

Et en Belgique ?

En 1947, le congrès de l'Association générale de la presse belge (AGPB) – fondée en 1885 et regroupant journalistes, rédacteurs en chef et éditeurs de journaux francophones et néerlandophones – adopte le premier code de déontologie belge (plus de 200 pages !) intitulé « Droits et devoirs du journaliste ». Seule la presse écrite est concernée : à cette époque en effet, les journalistes et éditeurs de l'audiovisuel ne sont pas admis dans les organisations professionnelles.

En 1978, l'AGPB disparaît au profit de l'Association générale des journalistes professionnels de Belgique (AGJPB), une union professionnelle bicommunautaire de journalistes. En 1981, l'AGJPB et les associations d'éditeurs de la presse imprimée publient ensemble un Code des principes de journalisme.

Dix ans plus tard, en 1988, l'AGJPB crée en son sein un Conseil de déontologie chargé de donner des avis sur les cas litigieux soumis au bureau de l'association. La légitimité de ce conseil monopartite, composé de dix journalistes professionnels (titulaires de la carte de presse), francophones et flamands, élus par leurs pairs, est rapidement mise en cause : il sera dissous en décembre 2002, miné par les contestations portant sur son statut.

Des tentations de contrôle de la presse

Au milieu des années 1990, les médias sentent souffler le vent du boulet. Les mondes judiciaire et politique leur reprochent de lancer des accusations hâtives, et de marcher sur les platebandes de la justice dans la recherche des coupables de quelques grandes affaires : l'assassinat du ministre d'Etat André Cools d'abord, l'affaire Dutroux ensuite. Des propositions de contrôle de la presse émergent de-ci de-là, en vue de juguler les « excès » de certains médias. En décembre 1995, la commission Justice du Sénat lance, avec la collaboration de l'AGJPB, un grand colloque « Justice et médias » auquel participent éditeurs, journalistes chercheurs, enseignants, dirigeants d'associations, magistrats et mandataires politiques : cet échange débouche sur l'idée d'opter pour une autre forme d'autorégulation impliquant tous les acteurs du secteur ainsi que la société civile.

En janvier 2000, des parlementaires proposent de créer, par une loi, un Conseil fédéral de journalisme. « Cette proposition a été considérée par le secteur des médias comme une menace pour son indépendance, souligne Jean-Jacques Jespers. Elle a servi de coup de semonce et encouragé les éditeurs et les journalistes à élaborer des al-

CONTRÔLE DE LA DÉONTOLOGIE JOURNALISTIQUE

ternatives basées sur l'autorégulation. » Le Raad voor de Journalistiek (RvdJ) pour les médias flamands est créé en 2002.

Du côté francophone, les pourparlers vont durer des années et se heurter à de nombreux rebondissements, avant de déboucher, à la fin de l'année 2009, sur la création du Conseil de déontologie journalistique pour les médias francophones.

Le choc *Bye Bye Belgium*

La diffusion, sur la Une (RTBF), le 13 décembre 2006, de *Bye Bye Belgium*, un film de politique-fiction qui met en scène une sécession imaginaire de la Communauté flamande sous la forme d'un faux reportage, avec la participation de journalistes du journal télévisé, provoque un déclic salutaire. Ce film, décrié comme « honteux, manipulateur et provocateur » par les uns, et loué comme « pédagogique » par d'autres, crée en effet un véritable tollé dans les rangs politiques et médiatiques. On parle donc à nouveau, et plus que jamais, de « contrôler les médias ».

Le 9 janvier 2007, le parlement de la Communauté française vote une motion demandant au gouvernement de créer un conseil de déontologie journalistique, et Fadila Laanan, alors ministre de la Culture et de l'Audiovisuel de la Communauté française (PS), enjoint les principaux acteurs à enfin créer ce fameux conseil, en les menaçant, à défaut, de la reprise en main du projet par le gouvernement. Journalistes et éditeurs francophones reprennent alors les débats, mais l'ambiance est conflictuelle.



La diffusion sur la Une (RTBF) de *Bye Bye Belgium*, le 13 décembre 2006, a provoqué un déclic salutaire, qui a accéléré la naissance du Conseil de déontologie journalistique.

tologie : celui-ci stipule que l'organe d'autorégulation sera compétent pour traiter de toute plainte relative à la déontologie de l'information dans les médias audiovisuels. Cette compétence est donc retirée au CSA, ce qui n'empêche pas ce dernier de s'emparer parfois de sujets relevant de la déontologie, au grand dam du Conseil de déontologie, avec lequel les relations sont souvent tumultueuses (lire « Les deux "gendarmes" des télé et des radios », en p. 21).

Au milieu des années 1990, les médias sentent souffler le vent du boulet : les mondes judiciaire et politique leur reprochent de lancer des accusations hâtives, et de marcher sur les platebandes de la justice

Les obstacles à lever

Cela discute ferme, sur la forme du futur conseil de déontologie et de son règlement d'ordre intérieur (18 versions successives seront discutées !) et, surtout, sur trois enjeux de taille : 1/ les champs de compétences respectifs du futur Conseil de déontologie et du Conseil Supérieur de l'Audiovisuel (CSA), aux décisions duquel les médias audiovisuels sont déjà soumis ; 2/ le financement du nouvel organe d'autorégulation ; 3/ les réticences des rédacteurs en chef de confier à des tiers des attributions qui, selon eux, leur reviennent de droit. L'inquiétude des éditeurs de médias audiovisuels sera rencontrée par l'adoption de l'article 4 du futur décret de la Communauté française créant le Conseil de déon-

La question du financement est réglée comme suit : le financement de l'instance d'autorégulation sera garanti pour moitié par les cotisations des éditeurs de médias membres de l'Association pour l'Autorégulation de la Déontologie Journalistique/AADJ (l'ASBL ayant pour objet social la mise en place du nouveau Conseil, qui sera créée le 29 juin 2009) et, pour l'autre moitié, par une cotisation de l'AJP garantie de façon inconditionnelle par une dotation de la Communauté française. Enfin, pour rencontrer la crainte des rédacteurs en chef de se voir dépossédés du « pouvoir » sur leur rédaction, on leur garantit deux sièges spécifiques au sein de l'organe d'autorégulation, aux côtés des éditeurs et de la société civile.



⇒ Et – enfin ! – le Conseil de déontologie journalistique...

Le 30 avril 2009, le Parlement de la Fédération Wallonie-Bruxelles adopte donc le décret « réglant les conditions de reconnaissance et de subventionnement d'une instance d'autorégulation de la déontologie journalistique » (3). Cette instance prend la forme d'une ASBL, l'AADJ (citée plus haut), laquelle servira de coupole à l'organe effectif d'autorégulation en gestation. L'adhésion à cette instance est imposée, par le décret, à tout éditeur de média audiovisuel et à tout éditeur de presse quotidienne souhaitant bénéficier de l'aide publique directe à la presse. « *Le législateur s'assure ainsi qu'un maximum de médias participeront au système d'autorégulation, ce qui est la condition de sa crédibilité et de sa pérennité* », souligne Jespers.

En septembre 2009, le Conseil de déontologie journalistique (CDJ) sort enfin des limbes, et l'AADJ désigne ses 20 membres effectifs (et autant de suppléants), répartis en quatre catégories : six représentants des journalistes, six représentants des éditeurs, deux représentants des rédacteurs en chef, et six représentants de la « société civile ». On retiendra encore que le mandat de membre du CDJ est incompatible avec un mandat politique, et que les membres du CDJ, tous bénévoles, siègent à titre personnel et non comme représentants d'une entreprise ou d'une association. Les missions du

nouvel organe s'articulent autour de trois axes : l'information (sa mission pédagogique en quelque sorte) – qui porte sur la déontologie journalistique en général ; la médiation – qui vise à rapprocher, dans la mesure du possible, les positions des plaignants et celles des journalistes ; l'autorégulation – traitement des plaintes et production de directives et autres recommandations. La présidence du Conseil est confiée, pour un mandat renouvelable de quatre ans, en alternance à une ou un représentant des éditeurs et à une personne issue des rangs des journalistes.

L'AADJ nomme aussi un.e secrétaire général.e chargé.e de l'instruction des dossiers et de la gestion générale, avec l'aide de deux assistant.e.s juridiques et d'un.e adjoint.e administratif.ve. C'est au secrétariat général que revient la tâche de faire le tri entre les plaintes qui portent bien sur un point de déontologie journalistique et qui respectent les conditions de délais – lesquelles sont donc considérées comme recevables –, et les autres.

Si la plainte est recevable, une médiation est tentée. Si celle-ci échoue, le Conseil débat du dossier et prend une décision sur la plainte.

C'est André Linard, juriste de formation, journaliste, créateur de l'agenda de presse InfoSud (et, soit dit en passant, père de Bénédicte Linard, ministre de la Culture, de l'Enfance, des Droits des femmes, de la Santé et des Médias (Ecolo) au sein du gouvernement

LE POIDS DES MOTS... ET CELUI DES PHOTOS

Le choix des illustrations qui accompagnent un article est tout sauf anodin. Le Conseil de déontologie journalistique l'a rappelé à *L'Avenir* : porte-jarretelles débordant de billets de banque et prostitution de mineures font mauvais ménage.

Le 29 septembre 2021, *L'Avenir* publie un article en ligne reprenant une dépêche Belga qui évoque le démantèlement d'un réseau de prostitution de mineures à Bruxelles : « Réseau de prostitution démantelé à Bruxelles : 4 suspects sous mandat ». Le chapeau précise : « Un réseau de prostitution de mineures a été démantelé à Bruxelles, selon une information divulguée samedi par RTL Info ».

On apprend dans l'article que le parquet de Bruxelles a confirmé la mise sous mandat de quatre personnes dans une enquête pour prostitution, que les clients prenaient rendez-vous via des sites de petites annonces spécialisées et se rendaient dans un appartement à Saint-Gilles loué à la semaine sur Airbnb, et qu'une des personnes placées sous mandat serait une jeune fille de 18 ans. Cette dernière conteste toute implication dans l'organisation du réseau, mais reconnaît s'être livrée à des actes de prostitution mineure. L'article mentionne également que les trois autres suspects

ont une vingtaine d'années, que l'un d'eux serait lié à une bande urbaine, que l'enquête a été initiée à la suite de la dénonciation d'une Française de 16 ans qui a avoué à ses parents avoir été forcée à se prostituer, et que les enquêteurs ont identifié neuf victimes, dont quatre mineures.

L'article est illustré par une photographie (créditée Reporters/BSIP) en très gros plan du haut de la cuisse d'une femme qui retire une liasse de billets de son porte-jarretelles.

Cette photo a fait réagir une lectrice, qui a déposé plainte au CDJ : ce choix d'illustrer un article portant sur la traite d'êtres humains avec une photo qui hypersexualise une jeune fille et « glamourise » la prostitution est inacceptable, estime-t-elle en substance.

En réponse à cet argument, le média observe que la prostitution n'est pas glamour mais revêt une réalité de violence et d'inhumanité dont rend compte l'article.

de la Communauté française depuis le 17 septembre 2019) qui a inauguré la fonction de secrétaire général. « Il a considérablement contribué à asseoir le crédit du CDJ », reconnaissent encore aujourd'hui, en chœur, les différentes parties prenantes. Depuis mai 2016, c'est Muriel Hanot, « transfuge » du CSA (où elle a exercé en tant que directrice des recherches et études), qui exerce la fonction de secrétaire générale du CDJ (lire son interview en p. 23).

... et son Code de déontologie journalistique

Le Conseil de déontologie journalistique a tenu sa première séance en janvier 2010 et, le 16 octobre 2013, il a adopté son propre texte déontologique de synthèse, à savoir le Code de déontologie journalistique composé de 28 articles plutôt courts (lire « La quête de la vérité, axe central du travail journalistique », en p. 14), périodiquement mis à jour et assortis de commentaires, qui font désormais référence pour tous les journalistes et toutes les rédactions. C'est lui qui fonde les décisions du CDJ, y compris envers des médias ou des journalistes qui ne sont pas membres de l'AADJ, mais qui s'adressent au public francophone. Le texte du Code est publié en ligne sur le site du CDJ (4), ainsi que dans une brochure largement diffusée de la collection des Cahiers de la déontologie.

Depuis sa création, le CDJ a tenu en moyenne 10 à

12 réunions annuelles. Il a pris de nombreuses directives et recommandations qui complètent et approfondissent le Code de déontologie journalistique, notamment sur l'information relative aux personnes étrangères ou d'origine étrangère et aux violences de genre, sur la distinction entre information et publicité, sur l'information des plateformes en ligne, sur l'identification des personnes physiques, sur l'information en période d'urgence et en période électorale, etc. Il s'est prononcé sur des centaines de plaintes, déclarant certaines fondées, et d'autres non fondées. Il a favorisé des solutions amiables entre plaignants et médias, et a répondu à des centaines de questions ou de sollicitations de journalistes, d'étudiants, de citoyens. « Il a surtout favorisé, par son action, une prise de conscience au sein du public et une prise de responsabilité au sein des rédactions », insiste Jean-Jacques Jespers. □

(1) « Le savant et le politique », Max Weber, Plon, Paris 1959.

(2) Cet article a été réalisé sur la base de l'article « Histoire du Conseil de Déontologie Journalistique (CDJ) » de Jean-Jacques Jespers, publié dans la revue *Recherches en Communication* n°54, le 7/12/2022.

(3) Décret du 30 avril 2009 réglant les conditions de reconnaissance et de subventionnement d'une instance d'autorégulation de la déontologie journalistique, *Moniteur belge*, 10 septembre 2009.

(4) <https://www.lecdj.be/fr/deontologie/code/>

« L'image choisie, argumente-t-il, vise à susciter une prise de conscience chez les lecteurs en montrant les codes de la prostitution : sexualité et argent. »

« L'image choisie ne rend absolument pas compte de la réalité dramatique qu'est la prostitution de mineur.es, c'est-à-dire des violences sexuelles vis-à-vis d'adolescent.es », rétorque la plaignante. Laquelle estime au contraire qu'elle alimente les représentations qui banalisent la prostitution d'adolescent.es et contre lesquelles les acteurs de terrain s'efforcent de lutter : l'argent facile et/ou rapide, l'affichage de la richesse, de l'indépendance et du libre choix ainsi que la présentation hypersexualisée du corps féminin.

L'Avenir, de son côté, soutient que « l'illustration est neutre, ce qui est le propre d'une photo prétexte. »

Le Conseil de déontologie journalistique a donné raison à la plaignante, le 21 septembre 2022 (1). « La photo prétexte était connotée de telle sorte qu'elle minimisait, banalisait et relativisait les faits évoqués ainsi que la souffrance des jeunes filles qui en étaient victimes », a-t-il estimé, notant également que « la photographie qui montrait une jeune femme retirant une liasse de billets de son porte-jarretelles jouait particulièrement sur les registres – stéréotypés - de la sensualité, de la séduction et de l'argent facile, conférant à l'information un caractère léger qu'elle n'avait pas ». « En conséquence, a-t-il conclu, le média a manqué de responsabilité sociale et contrevenu à la Recommandation du CDJ sur le traitement médiatique des violences de genre. » (2)

Cette recommandation prévoit en effet ceci, en son article 2.2 : « Dans le récit des actes de violences de genre, les journalistes évitent toute scénarisation qui ne serait pas au service de l'information. » La photo glamour d'un porte-

ATTENTION AUX RÉPERCUSSIONS DE L'INFO SUR LA SOCIÉTÉ

Le préambule du Code de déontologie journalistique énonce que « les journalistes ont une responsabilité sociale inhérente à la liberté de presse ». Bien que liée à la responsabilité déontologique, la responsabilité sociale va plus loin. Elle demande au journaliste une réflexion approfondie sur l'incidence que peut avoir son information sur la société, sur des tiers.

« L'acte d'informer active donc, de facto, la responsabilité sociale du média envers son public, vis-à-vis duquel il s'engage, comme média d'information, à diffuser une information respectant l'ensemble des principes de déontologie », précise Muriel Hanot, secrétaire générale du CDJ. Par responsabilité sociale, le CDJ entend aussi la prise en compte par le ou la journaliste, lorsqu'il ou elle traite un sujet qui risque de heurter des personnes, des effets prévisibles qui peuvent résulter de la diffusion de cette information. L'impact de la diffusion de l'information s'analyse par rapport à trois acteurs : les lecteurs (auditeurs, spectateurs), les personnes citées, ainsi que les sources du journaliste. La responsabilité sociale est inhérente à la liberté de presse, elle demande de porter attention aux éventuelles répercussions de l'information ainsi diffusée dans la société.

jarretelles débordant de billets de banque relève bien d'une mise en scène qui, non seulement, n'est pas au service de l'info, mais la dessert en envoyant un message bien éloigné de la réalité de la prostitution. □

(1) CDJ - Recommandation « Violences de genre », 9 juin 2021.

(2) CDJ - Plainte 21-43 - 21 septembre 2022.

BIEN PLUS QU'UN TRIBUNAL

L'organe d'autorégulation des journalistes et des médias dépasse la seule fonction du « gendarme de la profession », même si c'est ce rôle-là qu'on lui connaît le mieux. Il contribue à sensibiliser les journalistes aux nouveaux défis sociétaux, et aussi à nourrir le débat public autour des responsabilités de tous ceux qui produisent de l'info.

Isabelle Philippon (CSCE)

Les missions du Conseil de déontologie journalistique s'articulent autour de trois axes : l'information (sa mission pédagogique en quelque sorte) – qui porte sur la déontologie journalistique en général ; la médiation – qui vise à rapprocher, dans la mesure du possible, les positions des plaignants et celles des journalistes ; la régulation – production de directives et autres recommandations et, surtout, traitement des plaintes. C'est pour ce rôle de « gendarme » que les journalistes le craignent le plus, tant ils redoutent (et c'est de plus en plus vrai) se voir reprocher un défaut de déontologie.

Un pouvoir limité...

Le CDJ n'a pourtant aucun pouvoir contraignant, contrairement au conseil de presse de la Suède, par exemple, qui dispose du droit légal d'imposer la publication de ses avis négatifs dans les médias concernés, et peut même lui imposer une amende administrative.

**L'effet de sanction
du CDJ est bien réel :
les journalistes détestent
être pris en défaut aux yeux
de leurs pairs**

Mais l'effet de sanction morale du CDJ est néanmoins bien réel : les journalistes détestent être cloués au pilori, même si l'opprobre reste généralement limité à la sphère professionnelle et arrive peu à la connaissance du grand public. La publication des avis du CDJ est obligatoire pour les médias qui touchent des aides à la presse, ce qui ne concerne donc que les organes de presse *mainstream*. Lesquels ont effectivement pris le pli de publier les décisions du CDJ qui les concernent sur leur site internet : « C'est désormais entré dans les mœurs », se félicite Marc De Haan, directeur général de BXI et président du CDJ de 2022 à 2024 (il le fut aussi de 2014 à 2018). Cela dit, d'autres producteurs d'informations, notamment ceux qui sont actifs sur la Toile, et qui tiennent à être considérés comme des journalistes de qualité et dignes de foi, publient eux



aussi les décisions du CDJ qui les concernent (1). « Un « journaliste » ou un média marginal, qui se moque de la recherche de vérité comme d'une guigne mais dont les pratiques présentent des similitudes de forme avec un travail journalistique – et il y en a -, n'a bien entendu que faire des décisions du CDJ, reconnaît le journaliste Jean-François Dumont, qui a siégé au CDJ de 2009 à 2018. Et nul ne peut le contraindre à publier les décisions du CDJ à son encontre. »

Mais une influence...

Cependant, le CDJ déploie beaucoup d'efforts pour donner le plus de publicité possible à ses avis, et celle-ci permet que les débats autour des limites de la liberté d'expression et des responsabilités journalistiques percolent dans les (hautes-)écoles, les universités, les

D'HONNEUR

réseaux sociaux et, *in fine*, dans le grand public. Ainsi, bien sûr, que dans les rédactions.

En outre, deux facteurs ont eu un impact fondamental sur les pratiques journalistiques et leur régulation au cours des dernières années : d'une part, l'explosion de l'influence des réseaux sociaux et la démultiplication des producteurs d'informations, qui s'est accompagnée d'une crise de confiance du public à l'égard des médias traditionnels ; de l'autre, la sensibilité plus grande à l'égard des discriminations (basées sur le genre, l'orientation sexuelle, l'origine, la religion, etc.) et l'émergence de nouvelles valeurs axées sur l'égalité et la justice sociale. Le CDJ émet des textes normatifs – des « recommandations » - sur ces nouvelles problématiques, lesquelles bénéficient d'une assez bonne visibilité (NDLR : elles sont notamment publiées dans les Carnets de la déontologie) (2) au sein de la profession, et aussi sur les réseaux sociaux, dans le secteur associatif sensible à ces questions, et dans le monde de l'enseignement.

« Le CDJ vise donc surtout à encourager et à faire respecter la responsabilité journalistique, et aussi à outiller les journalistes pour leur permettre de faire face aux mutations sociétales, de lutter contre les fake news, etc., insiste Dumont. Il arrive de plus en plus souvent qu'un éditeur ou un journaliste contacte le CDJ pour avoir son avis sur un point de déontologie avant la publication de l'article ou la diffusion du sujet sur antenne : cela prouve que le recours au CDJ s'ancre dans la pratique professionnelle. Les travaux du CDJ ont permis de faire évoluer les mentalités au sein des rédactions, de plus en plus de journalistes professionnels sont réellement soucieux de faire bien leur boulot, de prendre toutes les précautions déontologiques

possibles, et ce même si leurs conditions de travail restent compliquées. Et parmi les journalistes non professionnels qui produisent de l'info notamment sur les réseaux sociaux, on observe aussi une sensibilité plus grande à la déontologie, même si de manière inégale. »

... de plus en plus grande

Le CDJ observe d'ailleurs une évolution qui en dit long sur l'autorité que représente, désormais, l'organe d'autorégulation des médias : si un plaignant sollicite la justice civile ou pénale pour une infraction commise par un média dans son traitement de l'info, en même temps ou après avoir introduit une plainte devant le CDJ, les tribunaux intègrent souvent les attendus de la décision du CDJ dans leurs jugements. « Il s'agit là d'une belle preuve du pouvoir indirect grandissant du Conseil de déontologie, du crédit qu'on lui porte », se félicite Marc De Haan.

« L'instance s'est professionnalisée au fil du temps : la qualité générale des plaintes s'est améliorée, et la proportion de plaintes non fondées a donc diminué. Les "consommateurs

Les tribunaux intègrent souvent les attendus de la décision du CDJ dans leurs jugements : une évolution qui en dit long sur l'influence croissante du conseil de déontologie

des médias" ont compris qu'il ne s'agissait pas de contester la véracité des propos tenus par les journalistes, mais bien de contester la qualité de sa démarche journalistique. La professionnalisation du CDJ est aussi liée au fait que, soucieux de faire valoir leurs droits vu l'autorité morale que représente pour eux le CDJ, un nombre croissant de plaignants – c'est surtout vrai pour les représentants de l'autorité publique qui sont épinglées dans un article ou un reportage audiovisuel – se présentent au CDJ flanqués d'un avocat. » « Et il en va de même pour les journalistes, en tous cas pour ceux qui possèdent la carte de presse professionnelle et travaillent dans un média "traditionnel", poursuit Jean-François Dumont : eux aussi, de plus en plus, se font assister par un avocat pour défendre leur position devant le CDJ. » Notons que, dans l'immense majorité des cas, le journaliste – même pigiste – est couvert par son employeur, qui se charge donc le cas échéant des frais inhérents à l'intervention d'un avocat dans le cas d'une plainte au CDJ. Si l'affaire est portée devant la justice civile ou pénale, alors les frais de justice sont généralement pris en charge par l'Association des journalistes professionnels, la cotisation des membres comprenant une assistance juridique. □



Nul ne peut contraindre les médias non professionnels à publier les avis du CDJ, mais certains (ici, le blog de Marcel Sel) le font : question de légitimité.

(1) C'est le cas par exemple du blogueur Marcel Sel : <https://blog.marcelsel.com/> épinglé à plusieurs reprises pour défaut de déontologie journalistique par le CDJ.

(2) www.lecdj.be/fr/communication/les-carnets-de-la-deontologie/

LES « MÉDIAS » SONT INNOMBRABLES, ET LES « JOURNALISTES », LÉGION

L'info n'est plus cantonnée aux médias « traditionnels » : désormais, elle circule en abondance sur les supports numériques et autres réseaux sociaux. Du coup, la notion de « médias » et celle de « journaliste » ont évolué.

Le temps où les journalistes travaillaient exclusivement dans de « grands » médias, avaient le monopole de la production d'informations et se reconnaissaient entre eux par le fait qu'ils étaient détenteurs de la carte de presse professionnelle, ce temps-là est révolu. Désormais – c'est le CDJ qui le dit -, par « journaliste », il faut entendre « toute personne qui contribue, directement à la collecte, au traitement éditorial, à la production et/ou à la diffusion d'informations, par l'intermédiaire d'un média, à destination d'un public et dans l'intérêt de celui-ci ». Et l'appellation de « média » n'est donc plus réservée aux seuls titres de presse écrite et audiovisuelle *mainstream*. Les « extensions » numériques (sites internet et réseaux sociaux) de ces titres sont, elles aussi, considérées comme des médias à part entière. Bien plus encore : la qualité de « média » est étendue à tous les supports sur lesquels une personne physique ou morale produit et diffuse de l'information journalistique.

Le paysage est donc très vaste : le très droitier journal « satirique » *Pan*, le site officiel de l'Église catholique

en Belgique francophone Cathobel, le bimensuel de l'Association des Journalistes Professionnels baptisé *Journalistes*, le blog/journal de RésistanceS, le quotidien digital du PTB *Solidaire*, *Test-Achats*, la *Revue Nouvelle*, *Politique*,... *Ensemble !* – et la liste est encore très longue – sont donc autant de « médias » sur lesquels le CDJ peut avoir à se pencher. Les podcats, les livres de non-fiction, les contenus produits par les agences de presse, les blogs – tenus par des médias ou des bloggeurs « ordinaires » – sont, tous, considérés comme des médias, et leurs contributeurs, comme des journalistes.

On pourrait croire, dès lors, que les plaintes concernant les productions d'informations sur les réseaux sociaux sont légion, tant leur qualité est souvent sujette à caution. Dans les faits, lorsqu'on se penche sur la jurisprudence du CDJ, il saute néanmoins aux yeux que les plaintes à l'encontre des réseaux sociaux sont extrêmement rares. Et c'est peut-être rassurant : il paraîtrait ainsi que c'est de la part des médias professionnels que les citoyens attendent un traitement de l'info qualitatif et déontologique, et non des réseaux sociaux...

Notons que les pages Facebook (ou autres réseaux sociaux) des journalistes qui s'expriment par ailleurs dans un média papier ou audiovisuel sont elles aussi considérées comme des « médias ». Ainsi, un jour-

LA QUÊTE DE LA VÉRITÉ, AXE CENTRAL DU TRAVAIL JOURNALISTIQUE

La responsabilité journalistique à l'égard du grand public incombe désormais à tous les « journalistes » au sens large : lorsque quelqu'un – un citoyen ordinaire, un politique, une personne morale – estime qu'un journaliste manque à sa responsabilité et s'est rendu coupable d'une faute déontologique, il peut porter plainte au Conseil de déontologie journalistique (CDJ). Celui-ci va alors examiner la plainte, juger de sa recevabilité et de sa compétence sur le sujet et, ensuite, rendre sa décision.

Mais en quoi consiste-t-elle, cette « responsabilité journalistique » ? Le rôle fondamental du journaliste est d'apporter du sens aux faits et aux évolutions de la société par le biais de la pédagogie, de la synthèse, de la vérification, et ce en toute indépendance par rapport aux intérêts particuliers et aux instances de pouvoir. C'est la *quête de la vérité* qui fonde son travail. Et c'est cette quête de la vérité qui fait l'objet du chapitre I (articles 1 à 8) des règles déontologiques qui constituent le Code de déontologie journalistique, intitulé « Informer dans le respect de la vérité » (1).

Il ne s'agit bien sûr pas, pour le CDJ, de démêler le vrai du faux dans le récit journalistique, de refaire l'enquête menée par l'auteur de l'article ou du sujet

audiovisuel qui fait l'objet d'une plainte. De plus en plus de médias consacrent une partie de leur énergie à des tâches de *fact checking* (vérification des faits) pour tenter de contrer l'impact des *fake news*. Mais tel n'est pas le propos du CDJ qui, lui, s'attelle à vérifier que le journaliste a bien adopté une *démarche* de quête de la vérité. A savoir, en substance : qu'il a bien vérifié ses infos, a recoupé et mentionné (sauf exception) ses sources, a relaté les informations sans les déformer et sans en passer sous silence, a retranscrit les interviews en respectant le sens et l'esprit des propos tenus, s'est gardé d'approximations, et a permis à son public de faire la différence entre les faits, les analyses et les opinions du journaliste.

Attention cependant, souligne Jean-François Dumont, ancien secrétaire général adjoint de l'AJP : « *L'instance n'a pas vocation à dire ce qu'est le "bon journalisme", contrairement à la tentation de certains nouveaux membres lorsqu'ils débarquent au CDJ. Dans son rôle de "gendarme", le CDJ examine le respect des règles déontologiques, règles générales et succinctes qu'il doit donc interpréter au cas par cas. Il crée ainsi une jurisprudence utile à toute la profession et au public quant au respect de principes éthiques. Ces règles peuvent être*

naliste qui contreviendrait à la déontologie journalistique dans un de ses *posts* personnels sur ses réseaux sociaux pourrait faire l'objet d'une plainte devant le CDJ : la responsabilité journalistique ne se limite pas au média principal du journaliste, mais s'étend à toutes ses productions.

En revanche, le CDJ, réuni le 27 octobre 2021, a estimé que le blog Veille Antifa Liège, qui se présente comme un « outil de diffusion d'informations et d'analyses mis à disposition des antifascistes », ne faisait pas du journalisme mais proposait un contenu militant. Certains membres du CDJ ont tenté, en vain, de faire adopter un autre point de vue. On le voit : la frontière entre ce qui relève du journalisme ou pas, de l'information ou du militantisme, est subtile et, surtout, impossible à tracer de façon parfaitement objective. Rien d'étonnant, donc, à ce que la jurisprudence à ce propos du CDJ semble parfois incohérente.

Des balises à la liberté d'expression

La démultiplication des acteurs sur la scène journalistique pose la question de l'identité du journaliste et celle du traitement de l'information en provenance des citoyens. La possession de la carte de presse et du titre de journaliste professionnel (1) n'est désormais plus le critère principal permettant de définir un journaliste. Ce qui compte, pour être considéré comme journaliste, c'est d'exercer une activité de production d'information qui a une répercussion sur la société : « *L'intention communicative l'emporte sur le*

statut, résume Lavinia Rotili, doctorante à l'Observatoire de Recherche sur les Médias et le Journalisme (UCL). *Plus que jamais, ce sont les valeurs défendues et les intentions communicationnelles qui configurent la profession* » (2). « *Ce n'est donc pas le fait d'être "professionnel du journalisme" qui oblige à respecter la déontologie, ni d'être membre ou pas d'une association professionnelle ; c'est le fait de diffuser de l'information de type journalistique vers le public* », insistait déjà le Conseil de déontologie journalistique dans son rapport de 2010.

Du coup, le champ d'application des normes déontologiques s'est élargi, de manière à renforcer la responsabilité sociale de toutes celles et ceux qui « font œuvre de journalisme ». Le message sous-jacent est celui-ci, poursuit Rotili : « *La liberté du journaliste et sa liberté d'expression ne sont pas absolues. Elles se situent toujours en lien avec le public, en équilibre entre l'intérêt général et le respect de l'individu. Rappeler le principe d'une liberté d'expression qui n'est pas absolue semble d'autant plus important à l'ère du web et des réseaux sociaux, où les moyens techniques donnent l'impression d'être dans un espace public "illimité", où la liberté d'expression est donnée à tout le monde et à tout moment.* »

(1) L'attribution du titre de journaliste professionnel est régie par la loi du 30 décembre 1963 et confiée à une Commission d'Agréation officielle. L'obtention du statut est soumise à plusieurs conditions.

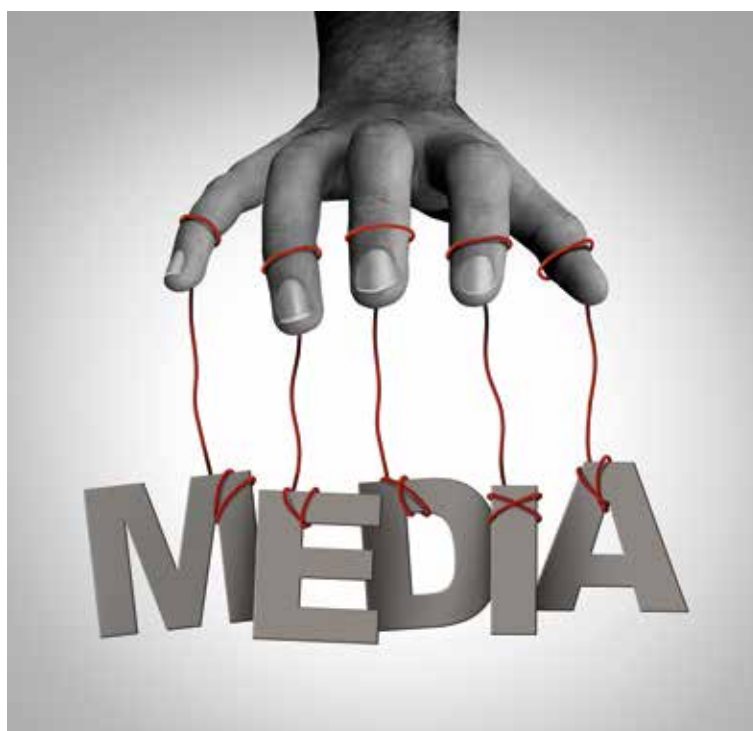
(2) « L'éthique journalistique entre anciennes et nouvelles valeurs », par Lavinia Rotili, in *Recherches en communication* n°54, 7/12/2022).

parfaitement observées par un article mal écrit, vulgaire, qui aborde un sujet obscène et est illustré avec mauvais goût ! C'est comme au foot : un très mauvais match peut se dérouler sans que l'arbitre ait sifflé de faute... Cela dit, on peut penser quand même que la qualité d'une production dépendra, aussi, de son respect de la déonto... »

Informer de manière indépendante, agir avec loyauté et respecter les droits des personnes

Le chapitre II des règles déontologiques (articles 9 à 16) est centré sur l'indispensable indépendance qui fonde une information de qualité. Les journalistes sont notamment tenus de défendre leur liberté d'investigation, d'information, de commentaires, choix éditoriaux, etc. Ils doivent refuser toute pression et injonction contraires à la déontologie journalistique, éviter tout conflit d'intérêt et ne prêter leur concours à aucune activité publicitaire ou de communication non journalistique.

Le chapitre III (articles 17 à 23) intime pour sa part aux journalistes d'utiliser des méthodes loyales pour recueillir les informations et les photos dont ils font usage. Il leur interdit le plagiat, et les invite à faire preuve de confraternité et de loyauté entre eux, sans pour autant renoncer à leur liberté d'information, d'investigation et de commentaire.



Dans leur quête de la vérité, les journalistes doivent recouper leurs sources pour éviter d'être manipulés.

⇒ Le chapitre IV (articles 24 à 28), enfin, est articulé autour du respect des droits des personnes, à savoir, en substance : les journalistes sont invités à tenir compte des droits de toute personne mentionnée explicitement ou implicitement dans une information, et à mettre ces droits en balance avec l'intérêt général de l'information. Ils sont également tenus au respect de la vie privée et invités à éviter la diffusion d'informa-

tions ou d'images attentatoires à la dignité humaine. Ils se doivent également d'être attentifs aux droits des personnes peu familiarisées avec les médias ou en situation de fragilité (mineurs, victimes de violences, etc.), et s'interdire toute incitation même indirecte à la discrimination, au racisme et à la xénophobie.

(1) www.lecdj.be/fr/deontologie/code/

BERNARD WESPHAEL, « ASSASSIN » AVANT L'HEURE

Le 6 novembre 2013, SudPresse publiait un ensemble d'articles consacrés à la procédure judiciaire en cours contre Bernard Wesphael suite au décès de son épouse. Précisons qu'à cette date, l'enquête était loin d'être terminée, et que le jugement n'avait pas encore été rendu.

Cet ensemble d'articles était annoncé en Une de la façon suivante : « Sa femme ne s'est pas suicidée : c'est un ASSASSINAT ! » Le CDJ a décidé d'ouvrir d'initiative (auto-saisine) un dossier à propos de cette Une. Dans la foulée, le CDJ a reçu d'autres plaintes sur le même sujet, dont une introduite par l'Association des journalistes professionnels (AJP), ce qui était une première (1).

Recherche de vérité et refus du lynchage médiatique

La première raison invoquée par le CDJ et l'AJP pour se saisir du sujet concernait l'article 1 du Code de la déontologie, à savoir la recherche de la vérité. « Plusieurs hypothèses étaient ouvertes lors de la publication de l'article : assassinat, meurtre, homicide involontaire,

suicide, accident... Après cinq jours durant lesquels l'hypothèse de l'assassinat a été évoquée par le Parquet, affirmer que "C'est un assassinat !" pouvait induire dans le public la conviction que l'hypothèse était confirmée », argumentait en résumé le CDJ.

« Lorsqu'un dossier pénal est à l'instruction, il n'appartient pas aux médias de procéder à des imputations prématurées de culpabilité (...), abondait l'AJP. Respecter la vérité et refuser le parti-pris et les thèses préétablies, faire preuve de prudence : ces principes de base de la déontologie sont ici méconnus (...) La nuance entre ce qui est écrit (l'affirmation de l'assassinat, sans mise en doute) et ce que le lecteur de SudPresse devrait comprendre (ce n'est qu'une des thèses en présence, rien n'est encore établi, d'ailleurs l'inculpé nie) est donc de taille. La déontologie en la matière s'inscrit dans cette nuance de taille. »

L'intervention du CDJ était également motivée par le refus du lynchage médiatique. « Les journalistes ne peuvent déclarer coupable sans autre précision une personne qui n'a pas été condamnée, à moins que ce soit le résultat d'une investigation journalistique, ni provoquer un lynchage dans les médias. Le titre, associé à la photo de



M. Wesphael, peut être perçu comme l'affirmation définitive de sa culpabilité pour le grief le plus grave alors que ce n'est là que la thèse du Parquet que l'inculpé conteste. »

Un titre doit respecter la vérité

Le Conseil de déontologie journalistique a conclu à des fautes déontologiques dans le chef de Sud-Presse. « *Le titre et l'avant-titre en Une, a-t-il estimé en substance, contredisaient le contenu de l'article en pages intérieures qui précisait que ce n'est là que la thèse du Parquet. Or, un titre même bref doit rechercher et respecter la vérité. Le titre présenté aurait pu respecter la déontologie s'il avait été le résultat d'une enquête journalistique ; ce n'était pas le cas.* »

Et le CDJ de poursuivre en épingleant un « manque de prudence » de la part du journal qui a diffusé une « information approximative », « occulté un élément essentiel et présenté comme un fait avéré ce qui n'était que l'opinion du Parquet, en mettant en scène l'information de façon à en compliquer la compréhension. »

Des débats vifs

« *Ce sujet a provoqué de vives discussions au sein du CDJ, qui ont soulevé beaucoup de points très intéressants* », se souvient un ancien membre du conseil de déontologie. Preuve de cette fébrilité : dans sa décision, le CDJ fait notamment état de l'« opinion partiellement minoritaire » de deux membres du CDJ, à savoir Bruno Godaert (journaliste à *La Dernière Heure*) et Marc Englebert (avocat) : « *Le CDJ opérerait jusqu'à présent une distinction, face au reproche d'un titre "trop affirmatif" selon qu'il constituait un mensonge - et, dans ce cas, le manquement déontologique est certain - ou qu'il constituait une imprécision quant aux faits et opinions.* » En l'occurrence, argumentaient en substance Godaert et Englebert, il s'agissait d'une imprécision : le terme « assassinat », présenté de façon abrupte en Une, ne révélait que l'opinion du Parquet et non la « vérité factuelle ». « *Mais, poursuivaient les défenseurs de Sud-Presse, le contenu des articles annoncés par le titre, dans les pages intérieures du journal, permettait aisément d'opérer cette distinction que le titre ne fait pas. Cette distinction aurait dû conduire le CDJ à constater l'absence de faute dans le chef du média.* »

(1) Conseil de déontologie – Réunion du 23 avril 2014 – Avis plainte 13-48 CDJ et AJP contre Sud-Presse.

ET LA JUSTICE, LÀ-DEDANS ?

En matière de presse, l'instance professionnelle d'autorégulation que constitue le Conseil de déontologie journalistique (CDJ) n'est qu'un régulateur subsidiaire. Les premiers gendarmes des pratiques journalistiques sont les juges du pouvoir judiciaire : beaucoup de conflits liés au travail journalistique se règlent devant les tribunaux, aussi bien leurs juridictions civiles (actions en dommages et intérêts) que pénales. Au civil, les tribunaux – qui peuvent d'ailleurs être saisis conjointement au Conseil de déontologie journalistique, l'un n'empêchant bien sûr pas l'autre – entendent la « faute » d'un journaliste comme tout comportement qui ne serait pas adopté par un journaliste « normalement avisé et prudent ». « *Les tribunaux belges reconnaissent en général la précarité des moyens d'investigation des journalistes belges*, précise François Jongen. *Du coup, c'est davantage une obligation de moyens qu'une obligation de résultats dans la recherche de la vérité que les juges imposent aux journalistes. Si ceux-ci peuvent prouver leur bonne foi dans leur recherche de l'info, le juge sera enclin à considérer que son comportement n'est pas fautif, et ce même si l'information publiée est inexacte.* »

Notons toutefois que la bonne foi du journaliste n'est pas toujours aisée à prouver sans porter atteinte au secret des sources, lequel est protégé en Belgique par la loi du 6 avril 2005, qui garantit à tous les journalistes et collaborateurs de rédaction une large protection du secret de leurs sources.

Une précision encore : l'appréciation du comportement du journaliste se fera à la lumière des faits connus au moment de la publication ou de la diffusion litigieuse, et non au moment du jugement. « *Ainsi, poursuit Jongen, un journaliste qui aurait violé la présomption d'innocence d'une personne devra indemniser cette faute, quand bien même la culpabilité de la personne visée aurait été établie entretemps.* »

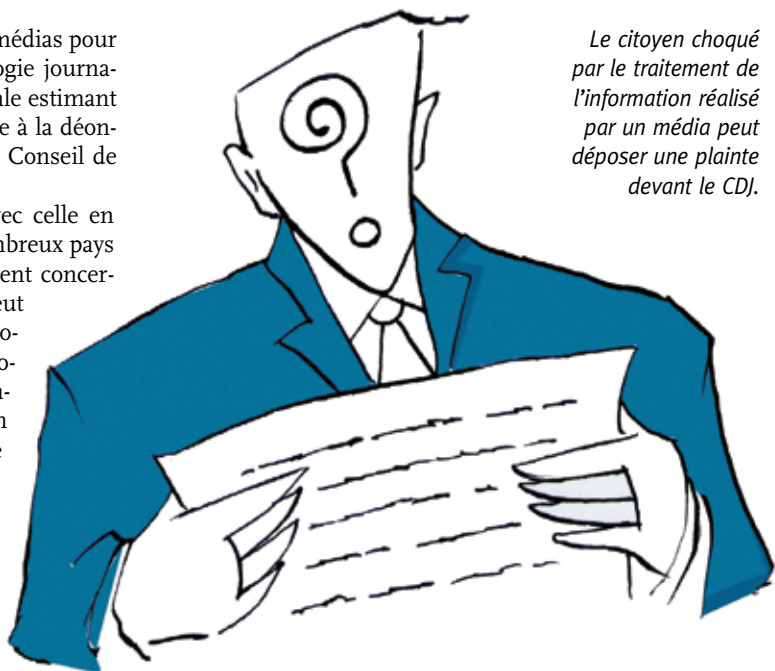
Les délits de presse inspirés par le racisme, la xénophobie ou le négationnisme sont, eux, jugés par le tribunal correctionnel. Les autres délits de presse - textes de haine à l'égard d'une conviction religieuse, d'une orientation sexuelle ou de tout autre critère autre que le racisme et la xénophobie - doivent être jugés par une cour d'assises, et donc par un jury populaire. Il s'agit d'une procédure chère et compliquée. En pratique, les auteurs de ce type de délits de presse ne sont donc pas poursuivis ou condamnés, au grand dam notamment du Centre interfédéral pour l'égalité des chances *Unia*, qui réclame une modification de la Constitution pour mettre un terme à cette impunité de fait.

L'INFO DE QUALITÉ, C'EST L'AFFAIRE DE TOUS

Toutes celles et ceux qui se sentent interpellés par la manière dont un média traite l'information peuvent porter plainte devant le Conseil de déontologie. Un droit essentiel, dont les citoyens s'emparent de plus en plus.

Isabelle Philippon (CSCE)

Pas besoin d'être un spécialiste des médias pour être acteur en matière de déontologie journalistique : toute personne physique ou morale estimant qu'une pratique journalistique est contraire à la déontologie peut déposer une plainte devant le Conseil de déontologie journalistique (CDJ). Cette approche non restrictive tranche avec celle en vigueur dans les conseils de presse de nombreux pays européens, où seule la personne directement concernée par la faute journalistique présumée peut introduire une plainte. Pour l'AADJ (Association pour l'Autorégulation de la Déontologie Journalistique), l'association qui organise le Conseil de déontologie, la réflexion sous-jacente est qu'une plainte introduite sans aucun intérêt personnel est emblématique de l'intérêt du citoyen à l'égard de la presse, qui devient en quelque sorte acteur de l'information et aide à faire progresser la déontologie. « Ce choix est révélateur de l'approche éthique adoptée par le CDJ : elle se situe moins du côté d'une éthique journalistique ancrée sur la production et la "punition" de la faute, que du côté d'une éthique de l'information pensée en lien avec le public. Ce choix apparaît également révélateur d'une tentative de rechercher des liens et des interactions avec le public : à une époque d'extrême



Le citoyen choqué par le traitement de l'information réalisé par un média peut déposer une plainte devant le CDJ.

Éviter que le fossé entre public et médias se creuse davantage

méfiance à l'égard des médias et d'espaces publics multi-formes, donner la possibilité au public d'interagir avec le journalisme par le biais de l'autorégulation demeure une des manières d'éviter que le fossé entre public et médias se creuse davantage » analysent Lavinia Rotili et Charlotte De Condé, assistantes en journalisme (UCL) (1). Les plaignants sont en majorité (68% pendant la période 2019-2021) des citoyennes et des citoyens ordinaires. Ce phénomène reflète sans doute deux faces d'une même médaille : d'une part, il révèle la méfiance du public à l'égard du système médiatique ; de l'autre,

son intérêt pour le traitement médiatique de l'actualité. C'est précisément pour protéger ce droit du public à la remise en question des médias que le CDJ a choisi de maintenir la possibilité, pour tout citoyen interpellé par le traitement médiatique de l'actualité (et ce sans être nécessairement directement concerné par l'article ou le sujet audiovisuel), d'introduire une plainte devant le Conseil de déontologie. La seule condition qui s'impose aux plaignants est le respect d'un délai : la plainte doit être déposée au plus tard endéans les deux mois suivant la date de parution ou de diffusion de la production journalistique visée par la plainte.

Des plaignants « interpellés » par le traitement de l'info

Les citoyens ordinaires portent plainte principalement en tant qu'auditeurs/lecteurs (30 avis sur les 110 avis liés à une plainte) qui se sentent « simplement » interpellés par la manière dont une actualité a été traitée, ou parce qu'ils ont été directement cités dans l'actualité (23 cas). Il arrive aussi que des plaignants concernés par l'actualité (8 cas) (par « concerné », il faut entendre quelqu'un qui n'est pas affiché dans une production, mais qui se dit concerné par la problématique abordée), et des personnes exposées dans l'article ou l'émission (6 cas) (par « exposé », il faut entendre quelqu'un

qui n'est pas nommément cité et n'est donc *a priori* pas identifiable).

Les personnes morales – partis politiques, syndicats, entreprises privées, institutions, ONG, etc. -, quant à elles, se tournent vers le CDJ lorsqu'elles sont directement citées dans l'actualité (10 cas), ou se sentent concernées par celle-ci (4 cas). Trois personnalités publiques ont porté plainte parce qu'elles étaient concernées par l'actualité, deux parce qu'elles étaient nommément citées.

Les médias portent parfois plainte eux aussi, soit lorsqu'ils sont cités dans l'actualité (6 cas), concernés par celle-ci (2 cas) ou directement exposés (1 cas).

Le CDJ est pour sa part intervenu de sa propre initiative dans trois cas, dont celui concernant la publication, par *Métro*, d'un « environnement éditorial » publicitaire en faveur d'un parti politique à la Une du gratuit.

Au fil du temps le nombre de plaignants agissant en tant que simples citoyens a augmenté : le CDJ constatait déjà cette hausse dans son rapport de 2020 (CDJ, 2021, p.5), et la tendance s'est confirmée depuis lors.

Pourquoi porte-t-on plainte ?

La catégorie d'informations mise en cause qui revient le plus souvent est, sans surprise, celle liée au traitement des affaires judiciaires (21 avis). Suit celle des enquêtes d'investigation/révélations (13 avis), la pandémie de Covid-19 (9 avis) – la période étudiée, comprise entre 2019 et 2021, est évidemment propice à cet égard –

les élections (7 avis), la stigmatisation/incitation à la discrimination (7 avis), et l'exposition de la personne (6 avis).

Notons qu'en 2021, plus d'une plainte sur trois (54 sur 146 plaintes déposées) concernait la crise sanitaire, cristallisée sur la polarisation entre vaccinés et non-vaccinés. Les griefs invoqués dans le cadre des plaintes liées au coronavirus concernaient l'ensemble des quatre chapitres du code de déontologie, à savoir le devoir d'informer dans le respect de la vérité, le devoir d'informer de manière indépendante, celui d'agir dans la loyauté, et le respect des personnes. Les thèmes liés au coronavirus et à la vaccination, observe le CDJ dans son rapport 2022, « témoignaient d'une méfiance à l'égard des médias d'une part, et d'une tentative d'instrumentalisation de l'instance pour servir un objectif de nature plus politique, de l'autre. »

En règle générale, cinq griefs à l'encontre du traitement de l'info sont le plus souvent évoqués : ils se réfèrent aux articles 1 (recherche et respect de la vérité et vérification/déformation), 24 (droit des personnes) et 25 (respect de la vie privée) du Code de déontologie journalistique (lire « *La quête de la vérité, axe central du travail journalistique* » en p.14) □

(1) « La déontologie belge à l'ère du transmédia : une analyse de la jurisprudence », Lavinia Rotili et Charlotte De Condé, in *Recherches en Communication* n°54, 7/12/2022. Notons que la période étudiée s'étend de janvier 2019 à décembre 2021, soit sur deux années.

DE PLUS EN PLUS DE PLAINTES, ET C'EST TANT MIEUX

Les plaintes introduites devant le Conseil de déontologie par les citoyens et citoyennes « consommateurs » de médias ne cessent d'augmenter. Et c'est plutôt bon signe...

Isabelle Philippon (CSCE)

La composition du CDJ est quadripartite : journalistes, rédacs chef, éditeurs et membres de la société civile. Il a été décidé d'ouvrir l'organe de régulation à des membres « consommateurs » des médias dans le but d'éviter au CDJ de tomber dans le piège de l'entre-soi, du corporatisme et de l'autojustification. Mais cette représentation n'en est pas moins délicate et limitée. On chercherait en vain, au sein du CDJ, des « citoyens ordinaires » qui, en tant que téléspectateurs, auraient un avis sur les *news* des JT de la RTBF ou de RTL. Celles et ceux qui ont fait partie du CDJ en tant que représentants de la société civile possèdent souvent des « compétences » en matière de presse : anciens journalistes, universitaires ou avocats spécialisés, professeurs en journalisme, etc.; on y trouve aussi des

représentants d'associations actives dans le domaine des droits humains, c'est-à-dire des représentants de l'« autorité morale » qui bénéficient d'une certaine visibilité médiatique.

Une « société civile » très... experte

Les six membres effectifs issus de ladite « société civile » sont actuellement Jean-Jacques Jaspers (ex-journaliste à la RTBF et professeur de journalisme à l'ULB), Laurence Mundschauf, professeure de communication à l'UCL, Florence Le Cam (professeure de journalisme à l'ULB), Caroline Carpentier (avocate spécialisée en droits d'auteur et en droit des technologies de l'information et de la communication), David Lallemand (ex-journaliste aujourd'hui conseiller en

⇒ communication auprès du délégué aux droits de l'enfant) et Pierre-Arnaud Perroux (directeur de la Ligue des Droits Humains).

On est donc bien loin de l'implication du « grand public » telle qu'on pourrait l'entendre de prime abord. « Cette catégorie "société civile" porte assez mal son nom, estime dès lors François Jongen, professeur extraordinaire à l'UCL, avocat spécialiste du droit des médias, ancien directeur de TVLux et ancien membre suppléant du CDJ dans la catégorie "éditeurs". Elle comporte en effet des experts et non des représentants "ordinaires" de la société civile. » Jongen reconnaît cependant que la composition du CDJ a évolué ces dernières années et que la majorité des mandats représentant la « société civile » penche à présent vers une indépendance plus affirmée, « avec d'un côté les académiques et, de l'autre, des juristes qui ne sont pas liés à un groupe de médias et entretiennent donc une moins grande proximité. » Il n'empêche : la question du sens de cette troisième catégorie mériterait quand même, estime-t-il, d'être repensée. « Faut-il abandonner l'expression "société civile" pour la remplacer par celle d' "experts" ? Ou faut-il, tout au contraire, garder l'expression et changer la pratique ? Et qui doivent-ils exactement représenter : le grand public ?, les consommateurs des médias ?, voire ceux qui peuvent être les victimes des médias (...) ? Et qui les désignera ? Idéalement, il faudrait trouver un mode de désignation indépendant de la volonté des deux autres groupes (NDLR : jusqu'à présent, ce sont les journalistes et les éditeurs qui désignent eux-mêmes les membres siégeant sur le banc de la société civile), mais ce n'est pas évident (...) Ces pistes mériteraient d'être explorées, conclut Jongen, si l'on veut éviter le sentiment d'entre-soi que le CDJ peut encore laisser aujourd'hui, et ce quelle que soit la qualité du travail qu'il réalise. »

Moins de cowboys parmi les éditeurs

On pourrait croire spontanément que la présence d'éditeurs responsables de médias, face à celle des journalistes, serait, presque par définition, la principale source de tensions au sein du CDJ, tant les impératifs de « rentabilité » des premiers peuvent entraver la réalisation d'un travail journalistique nuancé, recoupé, de qualité. « C'est faux, dément Jean-François Dumont, ancien rédacteur en chef du *Vif/L'Express*, ancien secrétaire général adjoint de l'Association des Journalistes Professionnels et ancien membre du CDJ. Les responsables des médias sont de plus en plus sensibles à la nécessité de respecter la déontologie journalistique. »

Les coups de butoir contre le respect de la déontologie viennent parfois des rédactions elles-mêmes ou, plutôt, de ceux qui les dirigent. Il fut par exemple un temps où le rédacteur en chef des titres du groupe Sudpresse



François Jongen : « La catégorie "société civile" porte assez mal son nom. Elle comporte en effet des experts plus que des représentants "ordinaires" de la société civile. »

CRÉDIT RTBF

se vantait de ne pas se laisser affecter par la succession des avis négatifs du CDJ sur des articles publiés dans ses pages, et poussait sa rédaction à préférer les scoops à une info recoupée. Même si la situation n'est toujours pas parfaite, loin de là, le temps de la surenchère au détriment de la déontologie semble révolu. Le décret organisant le système des aides à la presse quotidienne inclut désormais en filigrane, parmi les critères d'éligibilité, le respect de la déontologie journalistique : il impose en effet l'adhésion des médias bénéficiaires de l'aide à la presse à l'Association d'autorégulation de la déontologie journalistique (AADJ), ce qui suppose que les médias en question s'engagent à respecter les principes de déontologie. Il arrive pourtant qu'ils y dérogent : pourraient-ils, dès lors, se voir priver des aides à la presse ? En théorie, oui. Mais en pratique, priver un quotidien des aides à la presse pour manque-

Le décret organisant le système des aides à la presse quotidienne inclut désormais en filigrane, parmi les critères d'éligibilité, le respect de la déontologie journalistique

ment à la déontologie serait assimilé à un coup porté à la liberté d'expression, et est donc politiquement impensable.

Quoi qu'il en soit, la pression politique en faveur d'un meilleur respect, par la presse quotidienne, des règles déontologiques, conjuguée à la montée en puissance du rôle d'influence du CDJ, a quand même porté ses fruits : les différents médias, et les journalistes professionnels, semblent davantage redouter que par le passé d'être épinglés pour défaut de déontologie.

Pourtant, le nombre de plaintes à l'encontre des productions des journalistes a sensiblement augmenté au fil du temps. Ce paradoxe apparent illustre, en réalité, le fait que le grand public se sent de plus en plus concerné par le traitement médiatique de l'actualité – les clivages autour de la crise sanitaire n'ont pas été étrangers à ce surcroît d'implication -, et que le Conseil de déontologie journalistique a gagné en visibilité.

Parfois, le traitement de ces plaintes génère des débats très vifs entre les membres du CDJ, ce qui n'empêche pas l'immense majorité des décisions d'être prise au consensus. □

(1) « L'autorégulation dans le cadre légal belge, ou l'oxymore de la déontologie », François Jongen, in *Recherches en Communication* n°54, 7/12/2022.

LES DEUX « GENDARMES » DES TÉLÉS ET DES RADIOS

Les médias « classiques » de presse audiovisuelle sont soumis à l'autorité de deux instances. En principe, les compétences respectives de l'une et de l'autre sont claires et distinctes. Dans les faits, les relations entre le Conseil supérieur de l'audiovisuel et le Conseil de déontologie sont devenues exécrables.

Isabelle Philippon (CSCE)

Le Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA), l'autorité administrative indépendante chargée de la régulation du secteur audiovisuel de la Fédération Wallonie-Bruxelles, est, avec les tribunaux, l'autre organe de « contrôle » des médias – audiovisuels – francophones (les Communautés flamande et germanophones ayant aussi chacune leur autorité de régulation). On le connaît surtout parce que c'est lui qui, en vertu du décret du 27 février 2003 sur la radiodiffusion, attribue les fréquences télévisuelles et radio-phoniques, après vérification du respect des conditions réglementaires.

Mais – et c'est là que ses compétences concurrencent parfois celles du Conseil de déontologie journalistique (CDJ) -, son Collège d'autorisation et de contrôle (CAC), constitué d'experts proposés par les différents partis politiques et désignés par le gouvernement et le parlement, se saisit également des plaintes introduites par les auditeurs et téléspectateurs contre les programmes diffusés sur antenne, en ce compris les programmes d'information. Jusqu'en 2009, c'est-à-dire avant la création du CDJ, le CSA qui n'a jamais eu de compétence en matière de déontologie journalistique abordait néanmoins déjà des questions légales qui pouvaient y toucher, comme le respect de la dignité humaine ou la confusion publicitaire information. Le refus des éditeurs de services des médias audiovisuels de se trouver sous le double joug du régulateur de l'audiovisuel (CSA) d'un côté, et du régulateur de la déontologie (CDJ) de l'autre, a compliqué et retardé la naissance du CDJ. Pour vaincre leurs réticences, il a fallu négocier un protocole d'accord articulé autour d'une coopération obligatoire entre les deux institutions.

Eviter un double contrôle

En pratique, il a été prévu ceci (1) : si le CSA reçoit des plaintes portant sur l'information (2), il est tenu de les communiquer au CDJ, qui rend une décision en priorité. Le CSA doit s'aligner sur cette décision, sauf dans trois cas d'exception identifiés dans le décret – récidive, intervention de l'éditeur sur l'indépendance des journalistes, situation particulièrement grave faisant l'objet d'une plainte d'au moins trois parlementaires – où la régulation du CSA vient alors renforcer l'avis de l'organe d'autorégulation (CDJ).

Certains aspects de l'activité journalistique – telles la protection des mineurs, l'interdiction de diffusion des images de violence gratuite, la confusion entre info et publicité, par exemple – sont affaire de règles légales : dans cette hypothèse, le CSA reste pleinement compétent.



Enfin, si les plaintes portent sur des compétences partagées, c'est-à-dire à la fois sur une des possibles infractions à la législation en matière d'audiovisuel citées ci-dessus et sur l'info, l'autorégulation du CDJ est sollicitée en première ligne et, si cette autorégulation ne fonctionne pas, alors l'intervention de l'organe de régulation (CSA) est sollicitée. En donnant priorité au CDJ dans le traitement des plaintes, l'objectif est toujours d'éviter une double procédure.

CSA et CDJ à couteaux tirés

Depuis la mise en place de ce mécanisme de « coopération organisée » (« forcée ? », interroge François Jongen, avocat spécialisé en droits des médias qui fut, jusqu'en 2020, l'avocat du CSA, avant de devenir directeur de TVLux jusqu'en octobre 2022 et membre du CDJ durant la même période), le CSA continue à recevoir nombre de plaintes en matière de déontologie - les

Les médias audiovisuels sont soumis à la fois au contrôle du Conseil Supérieur de l'Audiovisuel et à la régulation du Conseil de déontologie.

⇒ plaignants ne connaissent pas tous l'existence et les compétences du CDJ -, qui doivent donc être redirigées vers le CDJ.

Certaines plaintes se situent en zone floue, à la marge entre déontologie et infraction à la loi sur l'audiovisuel, ou ont un pied dans chaque domaine : il arrive fréquemment, surtout ces dernières années, que des couacs se produisent, et que les deux institutions s'affrontent autour d'une plainte.

« Les médias audiovisuels cherchent à se soustraire le plus possible au contrôle du CSA pour ne se soumettre qu'à l'(auto-)régulation du CDJ, qui n'a aucun pouvoir de sanction, analyse François Jongen. La "sanction" la plus lourde imposée par le CDJ est la publication de la décision qu'il a rendue. A l'inverse, le CSA, lui, a bel et bien un pouvoir de sanction, qui peut aller de l'avertissement – là on n'est pas encore dans la sanction – à la suspension du droit d'émettre, en passant par des amendes administratives. Avec un organe d'autorégulation, on s'arrange entre soi ; c'est plus confortable que d'être soumis à un regard extérieur, indépendant. »

Le CSA n'a jamais vraiment avalé le fait d'être spolié d'une partie de ses compétences d'antan par le CDJ, et ce dernier n'entend pas concéder la moindre miette de ce qu'il estime ressortir de ses compétences. Les occasions de brouille sont donc variées et fréquentes. Certaines vont même très loin : en avril 2023, une bagarre (trop « technico-théorique » pour être expliquée en détail ici) entre le CSA et le CDJ autour d'un sujet traité à l'antenne par BX1, a débouché sur un signalement du CDJ au Conseil de l'Europe, dans lequel il reproche au CSA de piétiner la liberté de la presse. On ne pourrait faire arme de guerre plus aiguisée...

Des images violentes en direct

L'assassinat, le 19 décembre 2016, d'Andreï Karlov, ambassadeur russe en Turquie, filmé en direct, et dont la RTBF a diffusé les images dans son « 12 minutes » (La Deux), illustre bien la ligne de fracture entre le CDJ et le CSA. La RTBF avait diffusé ces images très violentes sans avertissement explicite préalable ; un plaignant a contacté le CSA pour dénoncer cette absence d'avertissement, ainsi que cette diffusion d'images de « violence gratuite ». La plainte relevait à la fois des compétences du CDJ (déontologie) et du CSA (notamment pour ce qui est de la législation sur la protection des mineurs) : ainsi que le prévoit le protocole d'accord entre les deux instances de régulation, le CSA a d'abord requis l'avis du CDJ, et celui-ci a estimé que la plainte n'était pas fondée, vu l'intérêt informatif des images et le fait qu'elles étaient accompagnées d'un commentaire replaçant les choses dans leur contexte.

Au grand dam de la RTBF, le CSA a tout de même considéré que l'absence d'avertissement préalable à la diffusion des images sur La Deux avait porté atteinte aux règles en matière de protection des mineurs – un point légal relevant du contrôle du CSA -, et il a en conséquence adressé un avertissement à la RTBF. Aux yeux de la RTBF, le CSA n'était pas compétent pour se prononcer après le CDJ ; le CSA, de son côté, a soutenu que l'intervention du CDJ n'épuisait pas ses compétences. Avertir oralement les téléspectateurs qu'une scène peut nuire aux mineurs est une règle consacrée par la législation, a-t-il expliqué en substance. Il appar-



L'« affaire » des images de l'assassinat de l'ambassadeur russe en Turquie diffusée sur la RTBF, en décembre 2016, est emblématique de la concurrence que peuvent se livrer le CSA et le CDJ.

tient donc à l'autorité administrative d'en vérifier le respect, et ce indépendamment de l'avis du CDJ. Notons que le CDJ n'a pas contesté cette position du CSA.

Mais là où le bât a blessé, c'est lorsque le CSA s'est prononcé une deuxième fois, et après le CDJ, sur les autres griefs de la plainte (dignité humaine et violence gratuite), alors que ces points relevaient de la compétence du CDJ, de sorte que la RTBF a fait les frais d'un double contrôle.

Ce cas emblématique met le doigt sur ces deux interprétations qui s'opposent depuis que les membres du CSA qui avaient participé à l'élaboration du texte de 2009 ont quitté l'organe de contrôle et ont été remplacés par d'autres, moins au fait de l'esprit du texte tel que l'avaient conçu ses initiateurs. Ces interprétations divergentes empoisonnent régulièrement les relations entre les deux instances de régulation de l'audiovisuel. « Il faut espérer qu'une clarification s'opère avant les élections de 2024, ose François Jongen. Parce qu'en période électorale, les tensions ne peuvent que s'intensifier, et si les termes de la collaboration entre les deux instances ne sont pas bétonnés et compris de la même façon par le CDJ et le CSA, les crispations n'ont aucune chance de s'apaiser à l'avenir... » □

(1) Les modalités d'application du décret du 30/04/2009 ayant tendance, avec le temps, à être interprétées différemment par le CSA et le CDJ, l'AADJ a publié une note interprétative du décret en septembre 2019, censée redéfinir les sphères d'intervention de l'un et de l'autre.

(2) La RTBF et les Médias de proximité (MDP/ex-téles locales reçoivent de l'aide directe de la Fédération Wallonie-Bruxelles. Les subventions allouées à la RTBF et aux MDP leur permettent d'assumer leurs missions de service public, et tous doivent être affiliés à l'AADJ, l'ASBL faitière du Conseil de déontologie journalistique : ils doivent donc, de même que la presse écrite bénéficiaire d'aides à la presse, être membres de l'AADJ et, par conséquent, s'engager à respecter la déontologie. La RTBF est, en plus, tenue à des obligations de contenu.

« TRAVAILLER SUR L'ÉQUILIBRE ENTRE LIBERTÉ D'EXPRESSION ET DEVOIR DÉONTOLOGIQUE, C'EST FAIRE DANS LA DENTELLE »

Muriel Hanot est secrétaire générale du Conseil de déontologie journalistique (CDJ) ainsi que de l'Association pour l'autorégulation de la déontologie journalistique (AADJ) – c'est-à-dire l'ASBL qui organise le CDJ - depuis mai 2016. Elle est bien placée pour parler des défis que doit relever la presse « traditionnelle », de la si nécessaire et si difficile lutte contre la désinformation, et de l'importance essentielle de la déontologie journalistique. Rencontre.

Isabelle Philippon (CSCE)

Ensemble ! Face à la nébuleuse internet et à la multitude d'infos plus ou moins sérieuses publiées sur la Toile, les conseils de presse tel le Conseil de déontologie journalistique (CDJ) sont-ils encore un outil adapté pour lutter contre les *fake news* et les manquements à la déontologie ?

Muriel Hanot : C'est parce qu'il est né tardivement, avec l'éclatement de la sphère médiatique, que le CDJ a pensé sa compétence hors les supports « historiques », et décidé de traiter aussi les plaintes visant les médias autres que ceux qui sont membres de l'AADJ, la structure juridique qui supporte le CDJ et en assure le fonctionnement. Les membres fondateurs sont l'ensemble des médias « traditionnels » belges francophones (et germanophones), c'est-à-dire la presse quotidienne, la presse magazine d'info et d'opinion, les médias radio-TV (la RTBF ainsi que tous les médias audiovisuels privés et communautaires). La plupart de ces médias bénéficient d'avantages : aides à la presse pour les uns, attribution de fréquences hertziennes pour les autres. Il est donc normal de considérer qu'en contrepartie, ils s'engagent à offrir au public une information respectueuse des règles déontologiques : leur adhésion à l'AADJ est donc obligatoire. Les « nouveaux » médias

qui explosent sur le Net ne font pas l'objet de tels incitants : ils ne sont pas tenus d'adhérer à l'AADJ et, par là, de s'engager à respecter le Code de déontologie journalistique. Ils peuvent devenir membres volontairement, à l'instar de la presse magazine. Mais s'ils ne le font pas, on ne peut pas considérer *a priori* qu'ils ne font pas du journalisme : le CDJ a donc décidé d'être compétent pour étudier les plaintes du public à leur rencontre.

Le rôle principal du CDJ – et des conseils de presse en général, partout dans le monde où existe une presse libre – est de promouvoir le respect des règles déontologiques qui permettent de reconnaître un « vrai » journaliste d'un producteur de contenus « autre » (non journalistique donc). Cela fait progresser les pratiques des médias qui revendiquent faire du journalisme, quel que soit le support.

Mais ceux et celles qui publient des *fake news* n'ont que faire de ces règles : tout ce qu'ils veulent, c'est susciter des clics...

C'est vrai. Les *fake news*, justement, ce ne sont pas des *news*, ce n'est pas de l'info. Ceux et celles qui les publient ne souscrivent à aucun engagement, ne sont investis d'aucune responsabilité sociétale. Pour eux, l'intérêt c'est précisément le « faux », pas le « fait ». Et ils n'ont pas l'obligation déontologique de rectifier leur erreur...

Puisque les conseils de presse sont impuissants à lutter contre les *fake news*, qui représentent un véritable fléau pour les démocraties, ne faudrait-il pas que les



Muriel Hanot, secrétaire générale du CDJ : « Notre monitoring de la déontologie journalistique, ce sont les citoyens. »

Le rôle principal des conseils de presse est de rappeler les règles déontologiques qui permettent de reconnaître un « vrai » journaliste d'un producteur de contenus autre

⇒ **autorités publiques, les Etats ou le pouvoir judiciaire, fassent en sorte de les éradiquer ?**

Je ne dirais pas que les conseils de presse sont totalement impuissants dans cette lutte-là : ils y contribuent sur un angle « positif », par la mise en valeur de l'information de qualité déontologique, mais ne sont qu'un (modeste) acteur parmi d'autres. L'éducation aux médias est évidemment essentielle, ainsi que les règles légales, qui doivent être pensées, certes pour contrer la désinformation, mais surtout pour protéger le droit à l'info (déontologique) et la liberté de la presse. Quant aux mesures « autoritaires » qui pourraient venir contrer la désinformation, il faut être bien conscient qu'il s'agit là d'un sujet très délicat. Vous imaginez le risque, s'il suffisait de clamer « *fake news* » pour qu'un juge, un responsable politique ou un opérateur économique telles les plateformes ait le pouvoir de suspendre ou de supprimer une info ?

Il n'est pas simple de trouver l'équilibre entre la liberté d'expression, le droit à l'information et l'intérêt du public et de la démocratie. Si ce n'est pas bien pensé, on risque de soumettre les journalistes et l'info à la censure. Quand on pense ce sujet, il faut y aller précautionneusement, comme on le ferait avec de la dentelle. Si on y va avec des aiguilles à tricoter, c'est dangereux. Il ne faudrait pas que la lutte contre les *fake news* représente un risque pour la liberté de la presse.



Les fake news, justement, ce ne sont pas des news, ce n'est pas de l'info. Ceux et celles qui les publient ne souscrivent à aucun engagement, ne sont investis d'aucune responsabilité sociétale

Concrètement, les moyens de lutter contre la désinformation semblent particulièrement réduits...

C'est vrai. Mais il existe quand même une marge de manœuvre. On pourrait par exemple imaginer que les médias et producteurs de contenu qui reconnaissent l'autorité des conseils de presse – et font donc « allégeance » à la déontologie journalistique – soient soumis prioritairement à l'autorégulation (c'est-à-dire que les éventuelles plaintes à leur encontre seraient étudiées par un conseil de presse), tandis que les autres, ceux qui ne demandent pas à être membres d'une structure organisant le conseil de presse, tombent eux sous un régime d'« hétérorégulation », c'est-à-dire d'une régulation exercée de l'extérieur, par des personnes étrangères à la profession. Si un problème se pose, il sera alors tranché par un juge. Une telle disposition existe déjà en Allemagne. Cette disposition n'est certes pas une recette-miracle (il n'y en a pas dans ce domaine), mais elle consitue néanmoins un garde-fou intéressant, je trouve, contre les *fake news* et autres manquements à la déontologie journalistique : tous les producteurs de contenu, journalistes professionnels ou pas, qui font leur boulot convenablement et souhaitent faire reconnaître leur légitimité, vont jouer le jeu. Les autres se mettront hors-jeu, et seront identifiés en tant que tels.

Tout prochainement, les médias membres de l'AADJ seront invités à signaler leur qualité de membres sur leurs supports : ils pourront ainsi afficher la « marque » CDJ, qui est, pour le public, à la fois le signe d'un engagement déontologique et une preuve de fiabilité.

Il arrive aussi que les médias *mainstream*, qui devraient normalement respecter la déontologie journalistique, soient pris en défaut. Il n'y a pas si longtemps encore, les titres et les articles des quotidiens du groupe Sudpresse (désormais rebaptisé SudInfo) rivalisaient d'inventivité pour appâter le lecteur, au détriment de toute précaution déontologique. Pour ces médias-là, un bon moyen de pression ne serait-il pas de les priver des aides publiques à la presse ?

D'accord pour dire que l'octroi d'argent public à un média devrait s'accompagner, en contrepartie, de certains devoirs de la part du média en question. Dans les faits, bien sûr, cela n'empêche pas des fautes déontologiques. Mais alors, ce sont les pairs – le CDJ est constitué de représentants des journalistes, des rédacteurs en chef, des éditeurs, et aussi de la société civile – qui sont amenés à apprécier ces manquements. Vous citez les quotidiens de Sudpresse dans votre question, eh bien je peux vous dire que leurs pratiques ont vraiment évolué positivement ces dernières années : les médias et les journalistes n'aiment pas être épinglés par leurs pairs pour manquement à la déontologie ; le CDJ constitue donc un outil de pression efficace. En revanche, attribuer au politique le pouvoir de dire sur base des décisions du CDJ « Ceci est de la bonne

A l'heure de l'éclatement du paysage médiatique et de la multiplication des producteurs d'info, c'est le respect de la déontologie journalistique qui fait le « vrai » journaliste.



presse ; ceci, pas », et de sanctionner la « mauvaise » en la privant des aides à la presse, c'est dangereux...

Vous êtes résolument opposée à l'intervention de « tiers » pour réguler les médias. Mais les conseils de presse, tel le Conseil de déontologie journalistique (CDJ) que vous représentez, n'ont aucun pouvoir de sanction. Comment, dans ce cas, peuvent-ils réellement peser ?

En tout cas dans l'univers de la presse « historique », il pèse. Les médias dits *mainstream* sont soumis à une rude concurrence : entre eux, et aussi par rapport aux « nouveaux » médias qui fleurissent sur le Net et vers qui se tourne une part croissante du public. Dans ce contexte, la force de pression du CDJ est double. D'une part, dans les médias « traditionnels », tout le monde s'observe, et personne n'aime être épinglé pour un manquement aux règles de la déontologie journalistique. De l'autre, pour se distinguer des contenus peu fiables qui encombrant la Toile, les « vrais » journalistes doivent justement montrer qu'ils font un boulot de qualité, en respectant la quête de la vérité et les droits des personnes : ils sont donc soucieux de se conformer aux règles du Code déontologie et aux recommandations du CDJ. De plus en plus souvent, d'ailleurs, les journalistes prennent l'initiative, avant publication, de demander l'avis du CDJ sur tel ou tel point s'ils craignent de contrevenir à la déontologie journalistique. Voilà bien une preuve que le CDJ a un vrai impact sur les pratiques journalistiques, qu'il contribue à améliorer.

Un autre avantage du CDJ, c'est qu'avec lui, le public consommateur d'infos a un véritable interlocuteur, qui fait partie du jeu (puisque ses membres appartiennent à la sphère médiatique), mais qui se situe néanmoins au-dessus de la mêlée et en a une approche indépendante. Les plaignants estiment avoir davantage de chances d'obtenir une réponse satisfaisante à leurs interrogations lorsqu'ils s'adressent au CDJ qu'au média concerné...

« Ce CDJ se situe au-dessus de la mêlée », dites-vous. Il est pourtant bien essentiellement composé de journalistes, rédacs chef, éditeurs, c'est-à-dire des représentants des médias *mainstream*. Ne peut-on pas lui reprocher – certains le font d'ailleurs – d'être corporatiste ?

Le fait qu'il soit composé de professionnels du journalisme est inhérent à l'autorégulation (c'est-à-dire à la régulation des pairs) ; si ce n'était pas le cas, on se trouverait alors dans un processus de régulation exercé par des autorités extérieures, et je vous ai dit ce que j'en pensais. Donc, le CDJ est bien un organe « professionnel », mais qui présente toutes les garanties de l'indépendance : indépendance financière, juridique, organisationnelle. Ses membres issus de la sphère journalistique ne représentent pas « leur » média - et se déportent lorsqu'une plainte concernant leur média est étudiée - mais l'ensemble de la profession, et s'intéressent exclusivement à la déontologie. Une part des membres du CDJ est en outre constituée de représentants de la société civile, qui apportent un regard extérieur nourri d'autres perspectives, des points de vue extérieurs à la profession. Le CDJ n'est pas non plus un « ordre » professionnel tel l'Ordre des Médecins, qui a le pouvoir de priver les médecins du droit à l'exercice de la médecine. L'attribution de la carte de presse professionnelle, par exemple, n'est pas de la compétence du CDJ.

J'invite tous ceux qui nous font le reproche de corporatisme d'examiner nos statistiques : en moyenne, depuis le début de l'activité du CDJ en 2010, la moitié des plaintes qui sont introduites sont jugées fondées. Et, même à celles qui sont irrecevables, nous répondons de manière approfondie. Si le CDJ était un organe corporatiste, les plaintes jugées irrecevables ou non fondées seraient bien plus nombreuses, et nous ne prendrions pas autant de peine à répondre à tous les plaignants de manière aussi pointue...

Que faut-il pour qu'une plainte soit recevable ?

Les critères sont clairs : le ou la plaignant.e doit être identifié.e (pas de plainte anonyme), la plainte doit porter sur un reproche concret par rapport à la déontologie, et sur un média/journaliste précis, et elle doit être déposée dans les deux mois de la publication de l'info contestée.

Il est prévu que le CDJ puisse aussi, d'initiative, introduire une plainte à l'encontre d'une publication (auto-saisine). Dans les faits, cela ne se passe pas : pourquoi ?

Cela se passe, mais peu, et le plus souvent quand une pratique journalistique interroge la profession. Le choix du CDJ est clairement de s'appuyer sur les

⇒ plaintes « citoyennes » : les médias d'information quels qu'ils soient s'adressent à tous, et en retour tout le monde peut déposer plainte contre une info publiée par un média sur quelque support que ce soit ; c'est ça notre base de travail et notre raison d'être. C'est le public qui réalise notre monitoring de la déontologie journalistique. Si le CDJ devait monitorer lui-même, sur quelles bases le ferait-il, quels médias choisirait-il d'épingler, pourquoi, et comment ferait-il face ?

Le public a moins d'exigences par rapport aux infos en ligne et celles produites par les journalistes non professionnels que par rapport aux médias « historiques », qu'ils considèrent comme davantage légitimes

Pendant la période de la crise sanitaire, le nombre de plaintes jugées irrecevables a augmenté : comment expliquez-vous cela ?

La période était exceptionnelle, la tension sociale était grande, les consommateurs d'info étaient particulièrement divisés par rapport aux mesures sanitaires, l'intérêt pour ce qui se publiait dans les médias était particulièrement vif. Pas mal de gens ont réagi spontanément, et sans nécessairement être eux-mêmes directement concernés ou impliqués dans l'info publiée, ce qui n'est habituellement pas le cas. Sans toujours, non plus, respecter les critères de recevabilité des plaintes, ni toujours bien comprendre que ces plaintes devaient porter sur la déontologie journalistique (c'est-à-dire sur la qualité des méthodes de travail, le recoupement des sources, la responsabilité sociale, etc.) et pas sur ce que les plaignants estimaient être « vrai » ou « faux ». Cela dit, nous avons considéré que toutes les plaintes, dans lesquelles au moins un enjeu déontologique était clairement posé, étaient intéressantes à traiter. Ces questions posées par le public – notamment autour de l'opinion des journalistes ou de l'information scientifique – interrogeaient la déontologie sur des aspects auxquels notre jurisprudence ne répondait pas, et méritaient toute notre attention. Cela a représenté beaucoup de travail. Mais c'était passionnant.

Vu le nombre de manquements à la déontologie commis par nombre des « nouveaux » journalistes actifs en ligne et les médias qui ne se reconnaissent pas dans le Code de déontologie, le Conseil de déontologie journalistique devrait être littéralement englouti sous les plaintes. Dans les faits, il n'en est rien : n'est-ce pas étonnant ?

C'est vrai : si les médias en ligne font plus souvent l'objet de plaintes qu'avant, l'immense majorité des plaintes qui arrivent au CDJ impliquent plutôt les déclinaisons en ligne des médias « traditionnels ». Depuis un an ou deux, des plaintes portent quand même sur des pratiques de producteurs d'info qui n'existent qu'en ligne (Twitter/X, des blogs, des posts Facebook, etc.) ; mais

il est vrai qu'elles sont encore rares. Est-ce étonnant ? Je dirais que cela prouve surtout que le public a moins d'exigences par rapport aux infos en ligne et celles produites par les journalistes non professionnels, que par rapport aux médias « historiques », qu'ils considèrent comme davantage légitimes. Le public qui interpelle par rapport à cette presse-là ne veut pas qu'elle perde en qualité. Par hypothèse, par rapport aux médias en ligne, les attentes sont différentes, ainsi d'ailleurs que l'usage qu'on en a : soit on va de temps en temps y voir ce qui s'y dit, mais on ne considère pas les réseaux sociaux comme une véritable source d'informations ; soit on y va parce qu'on « s'y retrouve », on a le sentiment d'appartenir à une communauté et on y cherche la confirmation de ce que l'on pense déjà. Cela dit, les attentes du public peuvent évoluer... Un autre facteur d'explication du nombre moindre de plaintes portant sur les médias et plateformes en ligne pourrait relever du fait que les utilisateurs sont moins nombreux que les consommateurs de médias traditionnels à savoir qu'ils peuvent se tourner vers le CDJ.

Par rapport à la visibilité du CDJ, justement : vous publiez les avis sur le site du CDJ, les médias « historiques » concernés par une plainte et un avis rendu par le CDJ est tenu de le publier sur son site également ; vous publiez des recommandations qui ont un certain impact dans les salles de rédaction. Mais il serait quand même exagéré de dire que le CDJ est hyper connu, au-delà de la sphère journalistique...

C'est vrai. Depuis la création du CDJ fin 2009, nous n'avons jamais fait de campagne de communication à l'attention du grand public. Pour pouvoir faire cela, il fallait avoir les reins solides : ce n'est pas la peine de se faire connaître au-delà de notre champ d'intervention habituel et, du coup, d'attirer des plaintes supplémentaires, si nous n'avons pas la capacité de les traiter. Or, jusqu'en 2022, le CDJ avait un important arriéré. Les difficultés ont commencé en 2016, année où le nombre de plaintes a augmenté significativement par rapport à avant : il est passé de quelque 90 plaintes par an entre 2010 et 2016 à 150 plaintes par an après 2016. Au même moment, la proportion des plaintes recevables a également augmenté, parce que les plaignants se sont davantage informés sur les critères de recevabilité, et ont mieux compris sur quel type de plainte pouvait se pencher le CDJ. Lorsque nous avons compris que la hausse du nombre de plaintes était structurelle, nous avons essayé de nous adapter, mais en 2018, 2019 et 2020, nos arriérés étaient énormes. Nous avons donc travaillé sur deux volets pour tenter de sortir de l'impasse : nous avons sollicité – et obtenu – un financement supplémentaire de la part de nos membres (NDLR : le CDJ est financé pour moitié par les éditeurs et pour l'autre moitié par les journalistes, la part de ces derniers étant prise en charge par la FWB, qui la verse à l'ASBL organisant le CDJ), et nous avons revu la procédure pour la rendre plus souple, plus efficace et plus rapide. Nous avons également amélioré la procédure de médiation (lorsque le CDJ reçoit une plainte, il tente d'abord toujours de trouver une solution amiable entre les deux parties), et avons déployé un outil efficace pour la mise en ligne de notre jurisprudence. Maintenant que tout cela est fait, le CDJ est prêt à lancer une campagne de promotion. □

LES POINTS D'ATTENTION DU PUBLIC ÉVOLUENT

En matière de plaintes déposées contre des médias auprès du Conseil de déontologie, il y a des « tendances ». Elles sont révélatrices des sujets de société par rapport auxquels les consommateurs des médias exercent une vigilance particulière. C'est ainsi que la jurisprudence évolue en matière de déontologie.

Isabelle Philippon (CSCE)

Ce ne sont pas à proprement parler des phénomènes de mode. Mais plutôt des points d'attention qui émergent, insistent, et puis s'estompent au fur et à mesure que les médias intègrent les bonnes pratiques déontologiques. Au CDJ, on observe ainsi certaines « tendances » dans les thématiques des plaintes, qui se succèdent au gré de l'actualité et de la sensibilité sociétale.

Ainsi, en 2015 et 2016, la majorité des plaintes concernait l'article 28 du Code de déontologie, lequel prescrit que « les journalistes ne mentionnent des caractéristiques personnelles que si celles-ci sont pertinentes au regard de l'intérêt général. Lorsqu'ils font état de ces caractéristiques, les journalistes évitent les stéréotypes, les généralisations, les exagérations et les stigmatisations. Ils s'interdisent toute incitation même indirecte à la discrimination, au racisme et à la xénophobie ». C'était l'époque de la crise migratoire et des attentats de Paris et de Bruxelles : rien d'étonnant, donc, vu la somme d'infos publiées à l'époque sur les migrants, les « étrangers » et les musulmans, qu'elles aient recélé leur part de dérapages. « Le CDJ a publié alors beaucoup d'avis suite à des plaintes concernant ces thématiques, qu'il a complétés par des recommandations sur la manière de traiter l'info portant sur les personnes étrangères, assorties d'un lexique de termes adéquats (1), rappelle Muriel Hanot. Les pratiques journalistiques ont évolué par la suite, de sorte que cette thématique a progressivement disparu dans les plaintes. »

Quid du droit à l'image ?

A partir de 2017 et les années suivantes, les thématiques les plus questionnées avaient trait au droit à l'image autour, notamment, de l'utilisation des photos « piquées » sur les profils Facebook et publiées sur les médias en ligne sans autorisation. « A cette époque, on assiste au déploiement de la presse en ligne, et de jeunes journalistes sont spécifiquement affectés au Web. Puisqu'il est facile de trouver des photos des personnes sur les réseaux sociaux, des journalistes estimaient qu'ils pouvaient légitimement les utiliser pour illustrer leurs articles concernant ces mêmes personnes ; or ce n'est pas le cas. Nous avons rendu plusieurs décisions successives sur cette thématique, ce qui a contribué à asseoir la jurisprudence en la matière. On a aussi beaucoup travaillé le sujet au sein des rédactions, et les cours de déontologie dispensés aux futurs journalistes

ont intégré cet aspect dans leur contenu. Aujourd'hui, il est clair pour tout le monde que les photos, même si elles sont publiées sur les réseaux sociaux, ne peuvent être publiées sans le consentement explicite des personnes. »

Et du droit de réplique ?

En 2021 et 2022, une thématique en vogue portait sur le droit de réplique : « Il arrivait fréquemment alors que des articles publiés en ligne démarrent sur une info "forte" et se poursuivent le lendemain, avec d'autres déclinaisons, d'autres angles. On "feuilletonnait". Et dans un chapitre ultérieur du "feuilleton", on donnait enfin la parole à la personne mise en cause précédemment », se souvient la secrétaire générale du CDJ. Le CDJ a remis les pendules à l'heure : le droit de réplique prévu à l'article ↗

Le journalisme militant responsable socialement garanti au public, vis-à-vis duquel il s'engage, que l'information qu'il diffuse respecte la déontologie



Le Vif/L'Express s'est fait recadrer pour manquement à la déontologie dans un article dans lequel la journaliste faisait intervenir un « expert » en réalité peu au fait du sujet et, surtout, notoirement opposé à la biodynamie.

⇒ 22 du Code est essentiel, et il faut donner la parole aux personnes mises en cause dans un article le plus rapidement possible. Il prévoit que « lorsque des journalistes diffusent des accusations graves susceptibles de porter atteinte à la réputation ou à l'honneur d'une personne, ils donnent à celle-ci l'occasion de faire valoir son point de vue avant diffusion de ces accusations. L'impossibilité d'obtenir une réponse n'empêche pas la diffusion de l'information mais le public doit être averti de cette impossibilité. »

Propagande ou info ?

Est-il pertinent, dans tel article, de s'étendre sur les caractéristiques personnelles de la personne concernée ? Si oui, il s'agit d'en parler en évitant les stéréotypes, les généralisations et autres stigmatisations.

Une autre thématique qui émerge depuis peu porte sur la confusion entre propagande/militance et information. Le 15 février 2022, *Kairos* diffusait un Facebook Live dans lequel Alexandre Penasse, le rédacteur en chef du journal, couvre le Convoi de la liberté qu'il suit en voiture, en compagnie de deux autres personnes – un chauffeur et un membre de l'équipe de *Kairos*. Seul le rédacteur en chef de *Kairos* dispose d'un micro qui lui permet d'être audible pour les spectateurs. Les autres membres de l'équipe sont en général inaudibles. L'intégralité du Live est enregistrée depuis la voiture en ques-

Les lecteurs doivent savoir « d'où » parlent les experts dont les propos sont relatés dans un article

ment les positions du mouvement dont il ne s'est distancié à aucun moment (...) », a en substance relevé le Conseil, « ce qui était de nature à mettre en doute son indépendance dans la couverture de l'événement » (2). « Le propos, ici, n'est pas de dire que le journalisme militant n'est pas un journalisme a priori irrespectueux de la déontologie journalistique, souligne Muriel Hanot, mais bien de relever que, si le journaliste se mue en militant lorsqu'il couvre un sujet, s'il aborde l'info concernée avec ses seules lunettes de militant et confond son engagement de militant avec son rôle de journaliste, alors il se retrouve dans l'incapacité de faire de l'info. » « La discussion porte clairement sur l'intention au cœur du message : les informations sont-elles d'intérêt public ou d'intérêt particulier ? Si l'intérêt militant voire idéologique prend le pas sur l'intérêt général qui est l'essence même du travail journalistique, n'est-ce pas le sens même du travail et de la fonction journalistiques qui disparaît ? » Muriel Hanot de rappeler, faisant référence à un avis de compétence publié antérieurement sur un site militant, que « le journalisme militant responsable socialement garantit au public, vis-à-vis duquel il s'engage, que l'information qu'il diffuse respecte la déontologie dont, entre autres principes, la recherche de la vérité, l'indépendance, la loyauté et le respect du droit des personnes. »

Il y a experts et experts

Dernièrement, c'est sur le statut de l'opinion des « experts » que s'est portée l'attention du public : peut-on tout laisser dire aux personnes extérieures à la rédaction qui interviennent sur un sujet ? Non ! Ainsi, *Le Vif/L'Express* a été épinglé par le CDJ à la suite d'une plainte introduite contre un article du 18 juillet 2022 sur l'agriculture biodynamique, qu'un des « experts » interrogés mettait en lien avec l'anthroposophie, présentée comme une « dérive sectaire ». L'« expert » en question était « un militant actif notoirement opposé à l'agriculture biodynamique et à l'anthroposophie, ce qui ne permettait pas aux lecteurs d'apprécier en toute connaissance de cause la teneur des propos cités », a notamment relevé le Conseil, qui a également estimé que « plusieurs points destinés à clarifier la problématique dérogeaient au principe du respect de la vérité », observant par exemple que « l'affirmation selon laquelle l'agriculture biodynamique était une dérive sectaire n'était ni avérée ni démontrée dans l'article » (3). Autrement dit, le ou la journaliste ne peut se draper dans le « ce n'est pas moi qui le dis, mais l'expert que j'ai interrogé » : le lecteur doit savoir « d'où » parle cet expert, et si, dans les propos de cet expert, se glissent des contrevérités ou des approximations, celles-ci doivent être relevées par le/la journaliste. □

(1) « Recommandation portant sur l'information relative aux personnes étrangères ou d'origine étrangère et aux thèmes assimilés », adoptée le 25/05/2016.

(2) Conseil de déontologie – Réunion du 24 mai 2023 – Plainte 22-26.

(3) Conseil de déontologie – Réunion du 11 octobre 2023 – Plainte 22-36.



tion. Pendant le Live, le journaliste formule plusieurs commentaires expliquant sa participation au Convoi de la liberté, ou relayant aux spectateurs des informations sur la progression des autres Convois présents à Bruxelles. Certains commentaires concernant les services de police et leur travail sont également formulés pendant ce temps, entre autres : « Ouais voilà, ils payeront un jour. Tout est corrompu. (silence) Ouais, ouais, il [un policier] a quasiment le... ils aiment bien ça. Ils ont bien la main sur la matraque ou bien prête à dégainer. On a vu en France les images » ; « Ouais, c'est ça, peut-être des viols et des agressions en cours mais les méchants ce sont les gens qui veulent juste qu'on leur foute la paix. (...) » ; etc. Une plainte contre ce Facebook live est arrivée au CDJ. Le plaignant reprochait notamment au journaliste d'avoir participé activement à la manifestation sous prétexte de couverture journalistique. Dans son avis, le CDJ a constaté que le rédacteur en chef du média avait effectivement confondu son rôle de journaliste avec celui d'un manifestant. « Le journaliste a diffusé des informations qui servaient l'intérêt particulier des manifestants plutôt que l'intérêt général, il a endossé continuele-

LE PROPRE D'UN ÉDITO OU D'UN BILLET D'HUMEUR N'EST-IL PAS D'ÊTRE **ORIENTÉ** ?

Les règles de déontologie journalistique ne contribuent-elles pas à faire croire que les écrits « politiquement corrects » en apparence sont plus respectueux de la déontologie que ceux qui se positionnent plus franchement ? Un édito, un billet d'humeur, un portrait, pour ne citer qu'eux, n'ont-ils pas, par définition, un objectif autre que celui qui consisterait à « rechercher la vérité » ?

Isabelle Philippon (CSCE)

« Alors, oui, l'éditorial, le billet d'humeur, l'analyse, le commentaire, le portrait sont des genres journalistiques qui, par définition, sont subjectifs : ils bénéficient donc a priori d'une grande liberté éditoriale, insiste Muriel Hanot, secrétaire générale du CDJ. Mais, quelle que soit l'opinion du journaliste ou de l'éditorialiste, il ou elle ne peut pas inventer quelque chose qui n'existe pas, ou faire l'impasse sur un fait important sous prétexte qu'il va à l'encontre de sa démonstration. Il ne peut pas, non plus, bafouer le droit des personnes. Si ces deux axes déontologiques majeurs sont respectés, la liberté d'expression est presque totale. »

Cette liberté d'expression peut parfois être très durement ressentie par les personnes visées. Ainsi, Alain Destexhe s'est-il étranglé en se découvrant un billet d'humeur intitulé « Destexhe Academy » publié dans *Moustique* le 4 octobre 2017. Ce billet faisait suite à l'exclusion de Destexhe du MR ixellois, intervenue peu après que l'élu avait jugé la gestion de la fête musulmane du ramadan par la bourgmestre MR de Molenbeek trop permissive. « Et comme d'hab, ironisait Vincent Peiffer, l'auteur du billet d'humeur, le gaillard a fait macérer ses vociférations dans une michepapoute de crétinerie xénophobe qui veut que musulmans pratiquants et terroristes, en gros, c'est kif. » « Sans réelle conviction, j'escomptais donc que le MR national imite le MR ixellois, finissant par enfin éjecter ce furoncle », poursuivait le journaliste. Saisi d'une plainte déposée par Destexhe, le CDJ a estimé qu'un tel billet d'humeur (...) constituait « un genre d'expression journalistique particulier et légitime dans lequel les journalistes bénéficient d'une plus grande liberté de ton, même si celle-ci n'est pas sans limites, notamment en matière de respect de la vérité ». Quant au terme « furoncle », « aussi choquant qu'il puisse paraître, il relevait de la liberté d'expression du journaliste compte tenu du ton polémique et du contexte dans lequel il s'exprimait à savoir celui d'un billet d'humeur », a conclu le CDJ (1).

Respecter les faits...

Le journaliste se serait en revanche fait recadrer s'il avait inventé des faits qui n'existaient pas à l'appui de

son argumentaire, ou s'il avait tu un fait important qui n'aurait pas été dans le sens de sa démonstration. Pas question, non plus, de présenter comme un fait avéré ce qui relève d'un simple ressenti du journaliste. Un exemple : le 4 octobre 2017, *L'Echo* publiait un éditorial de Jean-Paul Bombaerts intitulé « Doigté et fermeté face à l'islam » consacré au contrôle, par l'État, de la gestion du culte islamique. Un passage de l'édito évoquait « des milliers de salles de prière qui naviguent sous le radar ». Saisi d'une plainte, le CDJ – après avoir entendu l'auteur de l'édito - a estimé que cette phrase ne reposait pas sur une base factuelle avérée mais relevait



Même un édito, qui relève par définition de l'opinion, ne peut présenter comme un fait avéré ce qui n'est qu'une supposition. Ici, l'extrait d'un édito publié dans *L'Echo* le 4 octobre 2017, qui évoque « des milliers de salles de prière qui naviguent sous le radar ».

plutôt d'une impression personnelle que le journaliste posait comme un fait établi. « Cette imprécision était de nature à jeter le doute sur l'ensemble de l'éditorial, au risque d'apparaître stigmatisant », a-t-il conclu en substance (2).

... et le droit des personnes

Avec le respect des faits, l'autre axe central d'un travail journalistique déontologique, même si le genre se prête à la causticité, est le respect des personnes, qui implique notamment de ne pas commettre de stigma- ➔

⇒ tisation ou de généralisation abusive. En novembre 2015, le torchon d'extrême droite *Ubu Pan* (« torchon d'extrême droite » étant ici une opinion parfaitement assumée de l'auteur de cet article) commettait un « article » (les guillemets sont également assumés) sous le titre « Les collabos au poteau ». L'« article », donc, est consacré à la lutte contre le radicalisme islamiste, et est produit dans la foulée des attentats de Paris. Il n'est pas signé, et est illustré d'une photo de Charles Picqué, ancien ministre-président de la Région bruxelloise. Le texte commence par critiquer la volonté d'une responsable politique de refuser tout amalgame et toute stigmatisation des musulmans. Plus loin, il s'en prend à des femmes et hommes politiques accusés d'avoir permis l'implantation de l'islamisme à Bruxelles - participant en cela à une véritable « épuration ethnique » -, et que le « journal » qualifie de « collabos des musulmans qui sont nos ennemis (Nous sommes en guerre contre l'Etat islamique oui ou non ?) ». Ces « collabos », poursuit l'auteur, « il serait temps (de les) enfermer dans des cages du zoo d'Anvers comme en 1944 ! ». (NDLR : Pour rappel, en 1944, des personnes suspectées de collaboration avec le nazisme ont été emprisonnées dans des écoles et au zoo d'Anvers.)

Ne pas juger la morale, la décence ou le bon goût

Saisi d'une plainte, le CDJ a cru devoir rappeler, d'entrée de jeu, qu'il n'était « pas juge de la morale, de la décence, du bon et du mauvais goût ou des opinions », et que la seule question qu'il devait examiner était « celle de la transgression des normes déontologiques ». « Une large part de cet article relevait de la liberté d'opinion et de satire dont tout média dispose, a fortiori dans le contexte d'un hebdomadaire connu pour utiliser des éléments de la réalité dans un but revendiqué de polémique », a-t-il souligné. Avant d'ajouter : « La satire ne permet toutefois pas de s'exonérer de tout respect de la déontologie journalistique. Les termes "épuration ethnique" d'une part, et l'assimilation des musulmans à l'Etat islamique, d'autre part, dépassaient les limites de cette liberté et constituaient des généralisations abusives, des exagérations, de la stigmatisation et de l'incitation à la discrimination contraires à l'art. 28 du CDJ. » (3) et (4)

En revanche, pour ce qui concerne le passage incitant à l'« enfermement au zoo d'Anvers » des politiques visés, le CDJ a estimé que « dans le contexte d'un média connu pour utiliser des éléments de la réalité dans un but revendiqué de polémique, tant cette incitation que l'usage des termes "collabos" et "petites crapules" constituent l'expression d'une opinion, peut-être choquante aux yeux de lecteurs, mais que le média avait la liberté d'exprimer ». □

(1) CDJ – Réunion du 13 septembre 2017 – Plainte 16-54.

(2) CDJ – Réunion du 21 février 2018 - Plainte 17-44.

(3) Article 28 du Code de déontologie : Les journalistes ne mentionnent des caractéristiques personnelles que si celles-ci sont pertinentes au regard de l'intérêt général. Lorsqu'ils font état de ces caractéristiques, les journalistes évitent les stéréotypes, les généralisations, les exagérations et les stigmatisations. Ils s'interdisent toute incitation même indirecte à la discrimination, au racisme et à la xénophobie.

(4) CDJ – Réunion du 16 mars 2016 – Avis 16-47.

LA DÉONTOLOGIE JOURNALISTIQUE MET-ELLE HORS COURSE LA PRESSE ENGAGÉE ?

À la genèse de ce dossier sur la déontologie journalistique, des réflexions, débats, interrogations qui agitent la rédaction d'*Ensemble !* On vous en livre quelques exemples : est-il possible de lutter contre les *fake news* sans réintroduire une forme même subtile de censure ? Est-ce qu'au regard du Code de déontologie journalistique, des médias engagés tels que *Solidaire*, *Le Drapeau Rouge*, *L'Humanité*, *En Marche*, *Axelle*, *L'Info*, *Syndicats*,... *Ensemble !* (1) n'apparaîtraient pas comme moins déontologiques que *Le Soir*, *La Libre* ou *L'Echo*, pour ne citer que ces trois titres de la presse *mainstream* ? « Certains des prescrits de la déontologie journalistique ne relèveraient-ils pas de l'idéologie bourgeoise dominante, qui fait passer sa position de classe et ses intérêts pour des "faits objectifs" », s'interroge notamment notre collègue Arnaud Lismond-Mertes. Ces interrogations, portées par la plupart des défenseurs de la presse militante, portent notamment sur la prétendue « objectivité » de la presse « traditionnelle », qui serait *de facto* privilégiée par les défenseurs de la déontologie journalistique. Et si les règles de déontologie journalistique n'étaient, finalement, qu'une façon d'occulter le projet politique implicite qui se cache, toujours, derrière la réalisation d'un média ? De faire croire que, indépendamment de ses sources de financement, du public visé et de son projet éditorial, un média peut prétendre à une vision « objective » des

MARC SINNAEVE, chargé de cours à l'école de journalisme de l'hecs, ancien journaliste au *Drapeau Rouge*

Le respect de la déontologie : pour les journaux dits d'opinion ou engagés (comme pour les autres) elle implique surtout la nécessité de recueillir le maximum de points de vue sur un fait traité, y compris des avis contraires à celui qui paraîtrait le plus « juste » ou le plus proche de la « vérité » pour le journaliste. Donc, oui, un journal d'opinion peut être ou pas, plus ou moins, déontologique de ce point de vue.

On sait par ailleurs que l'ordre dans lequel on donne à lire, voir ou entendre des points de vue opposés n'est pas « neutre », en fonction de ce qui suit et/ou précède ces points de vue. Cela vaut pour tout média. Mais la déontologie ne dit rien à ce sujet...

Cela vaut principalement pour les productions journalistiques d'information factuelle, ou de recherche, de récolte et de diffusion des « faits » liés à une actualité. Cela correspond aussi au principe de « vérification ».



choses ? De faire croire qu'un.e journaliste ne va pas, toujours, privilégier certains faits par rapport à l'autres, mettre en lumière certaines infos et en laisser d'autres dans l'ombre ? « On reproche à des journalistes de se positionner comme militants, mais certains éditos ou articles du Soir, par exemple, ne sont-ils pas aussi l'expression d'un positionnement militant, de jugements de valeur, etc., ressentis ou présentés comme "objectifs" parce que reflétant la pensée dominante ?, poursuit Arnaud Lismond-Mertes. En quoi est-ce différent ? Sans s'égarer dans un relativisme absolu, n'est-il pas naïf ou trop sommaire de penser que l'on puisse en toute matière distinguer objectivement ce qui est un fait brut d'un jugement de valeur ? Ce qui est un article de journaliste et ce qui est un article de militant ? Ce qui est l'intérêt général et ce qui est l'intérêt particulier ? Une bonne partie de ce qui est considéré comme des "faits" par la presse "déontologique", et qui remplit ses colonnes, ne renvoie-t-il pas à des jugements de valeur sous-jacents ? "Le

désordre, c'est l'ordre moins le pouvoir", disait Léo Ferré. Qualifier ce qui est déontologiquement problématique sur une base réellement objective ne me semble pas évident. Il y a déjà plus d'un siècle et demi que les "philosophes du soupçon", Nietzsche, Marx et Freud, ont sérieusement remis en cause la perception de l'objectivité. La vision actuelle de la déontologie journalistique, pour certains des éléments de sa définition, ne serait-elle pas finalement liée à un déclin de la presse d'opinion ? »

Réponse de trois observateurs privilégiés des médias et de la déontologie journalistique.

(1) *Solidaire* est le journal du PTB, *Le Drapeau rouge* était le journal du Parti communiste belge, *L'Humanité* est l'organe de presse proche du Parti communiste français, *En Marche* et *L'Info* sont respectivement les revues des mutualités chrétiennes et de la CSC, *Axelle* est une revue féministe éditée par Vie Féminine, *Syndicats* est le journal de la FGTB, et *Ensemble !...* point n'est besoin de vous le présenter.

La presse militante au défi de la déontologie journalistique... tout autant que la presse mainstream.

Maintenant, on sait aussi que tout sujet d'information de type factuel est toujours incomplet. En raison des contraintes de temps et d'espace éditorial, et donc aussi de choix. Choix d'angle, choix (du nombre) de sources, choix de format... Lesquels sont imputables au journaliste responsable ou/et à la rédaction/édition. Et c'est dans ces choix, ainsi que dans les interstices qui en constituent les plis, que se révèlent, sur le temps long, les options éditoriales (le plus souvent du média) qui s'imposent aux journalistes.

Et dans ces choix, il y a ce que l'on choisit (plus ou moins consciemment) de « donner » comme élément d'information, et ce que l'on choisit de ne pas « donner » et donc d'occulter. Parfois sans le vouloir ou sans en être conscient, en raison des biais cognitifs des journalistes et de ce qui nous apparaît comme des « évidences » et retient notre attention, et ce qui apparaît « moins évident » ou ne nous apparaît pas du tout.

Et comme le temps est toujours limité et qu'il faut bien « s'en sortir » (réa-

lité première, prioritaire, de tout journaliste d'actu), traiter ce qui ne nous apparaît pas évident à première vue n'est pas le réflexe premier, en raison du temps que cela peut prendre. Pour s'en sortir, le journaliste (toujours) pressé va privilégier ce qui est immédiatement à sa portée, ce qui est en fait déjà là (une source éprouvée, une idée reçue, un terme déjà employé, à la mode, dans l'air du temps... bref des « évidences »...).

Ainsi, par exemple, le mode d'organisation capitaliste de l'économie, mais aussi de la société, n'est-il jamais interrogé en tant que tel dans les choix éditoriaux effectués par la presse classique. Deux hypothèses : soit ce mode d'organisation apparaît évident, allant de soi, seul possible, etc., et est intériorisé comme tel. Soit il est perçu, mais le questionner, le mettre en question, apparaît comme une démarche « militante » ou partisane, ce qui peut justifier qu'on ne l'interroge pas, et ce pour mieux dissimuler le véritable intérêt de classe (lié aux structures de propriété et de financement).



« Le mode d'organisation capitaliste de l'économie, mais aussi de la société, n'est jamais interrogé en tant que tel dans les choix éditoriaux effectués par la presse classique », observe Marc Sinnaeve.

⇒ D'une façon ou d'une autre, c'est l'indépendance du média et de ses journalistes qui, par défaut, se trouve entamée, mise en question...

En résumé, de mon point de vue : 1/ Un journaliste ou un média se doivent de respecter la déontologie, média d'opinion ou pas ; 2/ Un journaliste ou un média parvient rarement à être indépendant, même si cette ambition sert de guide à toute information et tout journaliste digne de ce nom. C'est ce que j'ai essayé d'être,

mais sans forcément y parvenir, quand je travaillais pour le *Drapeau Rouge* ; 3/ Les médias *mainstream* ne sont pas indépendants (d'où, d'ailleurs, des tentatives, en France, de lancer des médias indépendants ou de fortifier ceux qui se réclament de cette étiquette), surtout des pouvoirs économiques.

Mais pour tenter de le dissimuler, il leur arrive de brandir l'étendard de la déontologie scrupuleusement respectée. Et, de fait, celle-ci est largement respectée.

JEAN-JACQUES JESPERS, ancien journaliste de la RTBF et membre du CDJ

Bien évidemment, un média peut être engagé. Il serait même, sans doute, impossible d'en trouver un qui ne le soit pas, d'une façon ou d'une autre : chercher à séduire à la fois le maximum de lecteurs-auditeurs-télespectateurs et le maximum d'annonceurs pour faire le maximum de profit (*NDLR* : ce que font inmanquablement les médias *mainstream*), c'est un engagement très clair, et clairement idéologique. Ce qui est en cause, c'est un ensemble de règles auxquelles tout journaliste, quel que soit son engagement, se doit de souscrire : distinguer le fait du commentaire ou de l'opinion, vérifier les informations et ne les publier que si on a honnêtement toutes les raisons de les croire exactes, ne pas présenter des rumeurs ou des suppositions comme des faits, donner le droit de réplique à une personne si on lui impute des faits graves, ne pas accuser sans preuves, ne pas inciter à la discrimination ou au racisme, ne pas identifier de façon explicite une personne impliquée dans une information sauf si on

des raisons majeures de le faire (dans un but désintéressé), ne pas dissimuler une information significative si on en a connaissance, etc. Dans cette mesure, il est normal que le système d'autorégulation déontologique implique les médias militants et c'est même leur intérêt objectif d'y adhérer, sauf s'ils refusent les principes que je viens d'énoncer, auquel cas ils seront (légitimement) classés dans la catégorie « instruments de propagande ». Ce qui n'est, selon moi, ni dégradant ni odieux, mais n'a rien à voir avec l'information.

Comme le dit Hanna Arendt, « *la liberté d'opinion est une farce si l'information sur les faits n'est pas garantie et si ce ne sont pas les faits eux-mêmes qui font l'objet du débat* ». Malheureusement, depuis un certain temps, et surtout à cause de la polarisation effrénée créée de toutes pièces par les algorithmes des plateformes socio-numériques, on manque de plus en plus souvent d'accord de base sur les faits et ce sont les faits eux-mêmes qui font l'objet du débat, avec par exemple l'apparition des « faits alternatifs » chers à Donald Trump. Quel que soit son engagement, le journaliste (c'est-à-dire celui qui fait la promesse d'informer) doit selon moi lutter contre les faits alternatifs, les traquer, les dénoncer et tenter de n'utiliser, dans l'argumentaire du débat politique ou social, que les faits établis.

MURIEL HANOT, secrétaire générale du CDJ

Relevons tout d'abord que le CDJ est rarement saisi de plaintes portant sur des publications militantes : mon interprétation est que la ligne éditoriale de ces médias est claire et bien comprise de ses lecteurs, qui les choisissent en connaissance de cause. Mais lorsque nous sommes saisis d'une plainte concernant un média militant, nous l'apprécions au regard de la déontologie journalistique, et certainement pas au regard des opinions, de la ligne éditoriale défendues par le média. Un média a bien entendu le droit de défendre une thèse. Mais il doit le faire en respectant la quête de la vérité, c'est-à-dire qu'il doit vérifier l'info, la recouper, et ne pas omettre de faits essentiels qui iraient à l'encontre de sa thèse.

Notons ensuite – c'est fondamental – que les termes « neutralité » « objectivité » ne figurent nulle part dans le Code de déontologie journalistique. La neutralité n'existe pas et n'est certainement pas un objectif déontologique. Et au terme « objectivité », nous préférons ceux d'« honnêteté » et de « respect de la vérité ». Les médias alternatifs et engagés, c'est une richesse pour la démocratie : le but des règles de déontologie

journalistique n'est certainement pas de les « lisser » ni de favoriser une presse *mainstream*. Mais, s'ils veulent peser dans le débat démocratique et être légitimes, ces médias, tout alternatifs et engagés soient-ils, doivent jouer le jeu du respect de l'info responsable et agir « déontologiquement ».

Il est clair par ailleurs que tous les médias ont besoin de sources de financement pour survivre : les médias « traditionnels » ont besoin d'actionnaires, d'annonceurs, de subventions publiques, etc. Et les médias « alternatifs », dépendent de différents types de financements : subsides alloués par un pouvoir politique, un syndicat, une mutualité, des associations, etc. Ce n'est pas pour autant que nous les considérons comme dépourvus d'indépendance : un média peut représenter un courant politique, idéologique, affirmer un engagement social spécifique, et bénéficier d'un financement pour occuper ce positionnement-là, sans pour autant que les journalistes soient « vendus » à ses donateurs. Normalement, entre la rédaction et les « financiers », il y a un sas de séparation, et il doit être le plus possible étanche. Les règles déontologiques encouragent à cette étanchéité : « Les journalistes préservent leur indépendance et refusent toute pression », indique notamment l'article 11 du Code de déontologie journalistique.