

DOSSIER

« MES TWEETS N'ENGAGENT PAS QUE MOI »

Sur les réseaux sociaux, la liberté d'expression s'avère un exercice délicat pour les journalistes. De plus en plus.

« S'exprimer à une table chez soi, dans un restaurant bondé ou sur une place publique avec un mégaphone sont trois comportements bien distincts ». L'image utilisée par Jean-Pierre Jacqmin, directeur de l'information à la RTBF, résume bien les questions que suscite l'utilisation des réseaux sociaux en tant que moyen d'expression par les journalistes, à titre professionnel ou personnel. Indéniables sources d'information, utiles, nécessaires, voire indispensables pour diffuser celle-ci une fois traitée, Facebook, Instagram ou Twitter, pour ne citer qu'eux, se métamorphosent dès que ce sont l'expression d'une pensée, d'un avis ou d'une opinion qui voient le jour. Surgissent alors rapidement les questions, parfois violemment assénées, autour d'une neutralité qui serait celle que le public attend des journalistes. Brandie la plupart du temps par des adversaires de l'idée énoncée, cette neutralité est au centre des préoccupations des rédactions en chef. La plupart des journalistes présents sur les réseaux sociaux sont en effet, qu'ils le veuillent ou non, assimilés par le public à « leur » média. « RTL revendique son indépendance », dit Laurent Haulotte, son directeur de l'information, « cela implique une certaine neutralité, mais c'est de plus en plus compliqué car, dans un contexte général de défiance à l'égard des médias, même la neutralité devient suspecte ».

Gilles Milecan

Suite en pages 4 à 6



Dans le lien entre le journaliste et les réseaux, Damien Van Achter marque la différence entre se raconter et se la raconter. [Page 6.](#)

ENQUÊTE

JOURNALISME EN CONFINEMENT

Les résultats d'une enquête menée par l'ULB et l'UMons sur les conséquences de la crise du Covid-19

Quelles sont les premières conséquences de la crise du Covid-19 sur les conditions d'emploi et de travail des journalistes ? Quels regards portent-ils et elles sur leur rôle et leur couverture de la pandémie au cours des semaines du confinement ? Une enquête menée par l'ULB et l'UMONS fait le point. Le confinement avait commencé depuis quelques jours. Des journalistes

travaillaient de chez eux, s'inventaient des studios maison, ou se rendaient sur le terrain pour raconter et montrer les réalités de la crise. Les discours sur le monde médiatique évoquaient des pertes abyssales du point de vue financier, certaines entreprises appelaient leurs journalistes à baisser leur temps de travail. Le sens même du travail était interrogé, et les repères professionnels en grande partie bouleversés.

Au Laboratoire des pratiques et identités journalistiques (ReSIC-ULB et UMONS), nous souhaitions comprendre comment les journalistes vivaient cette période de façon très pragmatique (incidences sur les revenus, sur les pratiques, sur les conditions de travail, etc.), mais aussi en allant chercher leurs ressentis (sur le rôle du journalisme, les compétences journalistiques, la qualité du travail).

Suite en pages 8 à 11.

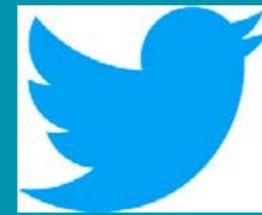
N°226

SOMMAIRE

- 02 Indépendants : Le Fonds freelance démarre \
- 02 Photo : Les journalistes ne sont pas des auxiliaires de police \
- 03 Rue de la déonto : Digne et indigne \
- 12 Journaliste à la Une : Jean-Claude Matgen

SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX AUSSI, LA DÉONTOLOGIE DOIT PRIMER

La plupart des journalistes présents sur les réseaux sociaux sont, qu'ils le veuillent ou non, à tort ou à raison, assimilés par le public à « leur » média. Une responsabilité découle de cette assimilation et invite à une gestion intelligente plutôt qu'à l'impulsivité.



« MES TWEETS N'ENGAGENT PAS QUE MOI »

Suite de la page 1

Tous les médias n'ont cependant pas, au contraire de la RTBF ou de RTL, de charte sur lesquelles s'appuyer

pour guider l'expression des journalistes sur les réseaux sociaux. Vincent Genot, rédacteur en chef adjoint newsroom chez Roularta, où il n'existe pas de charte évoquant le comportement sur

les RS, donne, par exemple, pour simple conseil : « comporte-toi intelligemment ». A La Libre, Dorian de Meeûs, rédacteur en chef, considère que l'utilisation des RS par les journalistes est « avant tout personnelle », tout en précisant que des publications qui seraient « contraires aux intérêts ou aux positions du journal donneraient lieu à une discussion avec l'intéressé » et que « le caractère plus privé de Facebook entraîne moins de raison d'intervenir, là où Twitter, accessible à tous, peut égratigner l'image de neutralité recherchée. » Et où les lobbies et parti politiques ne sont pas les derniers à se manifester. Vincent Genot décrit ceux-ci comme « au taquet. Après un post qui les concerne, le coup de téléphone ne tarde pas. Nous sommes de plus en plus vite alpagués et c'est bien plus virulent que cela pouvait l'être auparavant ». « Le journaliste le sait bien, comme il sait que

les sensibilités seront plus grandes lorsqu'il ou elle s'exprime à propos d'une matière dont il est responsable », poursuit Dorian de Meeûs, en assurant toutefois que les cas sont « extrêmement rares ».



Confronté ponctuellement à de telles situations Laurent Haulotte « règle au cas par cas. C'est très individuel. Parfois un brin d'éducation à l'usage des réseaux sociaux est nécessaire. Et cela concerne toujours un peu les mêmes personnes qui, pour certaines, avaient déjà le goût de la polémique avant l'irruption des réseaux sociaux ». Il arrive aussi, mais assez peu fréquemment, à Vincent Genot d'avoir une discussion avec un ou une journaliste : « ce qu'on demande, c'est de gérer cette présence sur les réseaux sociaux en bonne intelligence, de rester le plus neutre possible, d'utiliser des accroches catchy mais de ne pas attiser un éventuel feu qui pourrait démarrer. Il faut être futé : un peu de provoc' est acceptable mais en restant responsable. Il ne s'agit bien entendu pas de risquer de tomber sous le coup de la loi ou d'enfreindre les principes déontologiques ».



Dès 2010, le Conseil de Déontologie Journalistique a d'ailleurs considéré que les journalistes ont droit à une sphère d'expression privée, « Mais lorsqu'ils diffusent des messages d'information sur un support numérique destiné à un public non défini et non limité,

il faut considérer qu'ils-elles y exercent une activité de type journalistique » et sont par conséquent « tenu.e.s d'y respecter leur déontologie professionnelle ». Soit, résumé en d'autres mots par Christophe Berti, rédacteur en chef du Soir, : « publier ce que Le Soir publierait », ce qui demande « un peu de bon sens » et d'éviter de « donner le sentiment d'être univoque. »

Lui aussi rarement confronté à des posts problématiques, Christophe Berti fait cependant face, en ce mois de juin, à une publication d'un de ses journalistes qui a suscité émoi et indignation auprès du public mais aussi en interne. « Plusieurs membres de la rédaction m'ont interpellé et j'ai rencontré la SJPS (Société des Journalistes Professionnels du Soir, NdLR) », dit-il, interrogé à propos d'un possible recadrage, « cela se règle en interne d'abord, nous communiquerons peut-être ensuite. Un groupe de travail composé de la rédaction en chef, de la SJPS et du juriste du groupe se réunira. Nous regarderons, notamment, ce qui se pratique ailleurs, à Libé par exemple où il arrive que les tweets de certains journalistes ne soient pas en



Jacqmin Jean-Pierre

phase avec la ligne du journal, et nous songeons de plus en plus à l'établissement d'une charte, alors que jusqu'ici le bon sens suffisait. » Et de situer le cœur du problème : « Ce sont des arbitrages très délicats entre la liberté d'expression et la responsabilité collective ». Jean-Pierre Jacqmin trace une ligne similaire à celles de ses confrères : « La liberté d'expression prime. La parole citoyenne est possible. Mais il faut toujours garder à l'esprit que cette expression peut devenir publique et engager sa responsabilité ou celle de l'entreprise ».

Quant aux sanctions éventuelles, le directeur de l'information de la RTBF affirme préférer la discussion et la conviction : « On peut avoir un avis sur tout mais il faut penser aussi à l'impact sur la rédaction. Quand un collègue dit : « je voulais inviter Untel et il a refusé parce



qu'il a vu un tweet d'un journaliste de la RTBF qui le stigmatisait ». Moi, en tant que directeur de l'info, je dois prioritairement veiller à l'intérêt de l'information à la RTBF. Je ne dis pas qu'il n'y aura jamais de sanction, mais ce n'est pas la démarche première. »

POLICES DE LA PENSÉE

Pourtant, cette neutralité recherchée le plus souvent pose, elle aussi, désormais parfois problème ainsi que le souligne Laurent Haulotte ci-dessus. Peu de temps s'écoule parfois avant qu'un.e journaliste soit sommé de livrer sa pensée, que celle-ci soit « traduite », « déduite », ou supposée à partir d'éléments parfois forts tenus. L'interpellation de l'employeur est également de plus en plus fréquente et est loin d'être l'apanage de trolls anonymes, qui, eux, « sont extrêmement nombreux », indique Dorian de Meeûs, qui « évite de les nourrir en leur répondant ».

Les journalistes, comme n'importe qui sur tout réseau social (mais particulièrement sur ceux qui n'exigent aucune validation du lien entre les personnes et dont les contenus sont publics), sont ainsi exposés à diverses « polices de la pensée », dont les gardiens ne prennent plus, la plupart du temps, de gants pour manifester leur désaccord. Les fleurets ne sont plus mouchetés, c'est au sabre que l'on débat

désormais, le premier perdant étant, au final, le concept même de débat.

Toutes les rédactions consultées incluent les réseaux sociaux dans leurs stratégies numériques (qui feront l'objet d'un développement dans le prochain numéro de Journalistes), mais elles constatent aussi que « beaucoup des échanges sont vains » et préfèrent se concentrer sur l'exploitation des « bons côtés », où figurent une meilleure diffusion de l'information, un meilleur référencement et la constitution d'une véritable communauté.

Autre risque réel pointé par les responsables de rédaction : l'accélération du rythme de l'information et l'accentuation du risque de manque de recul. Un péril que tente de contenir Christophe Berti en affirmant qu'il « ne veut pas être le premier, mais être le premier à être pertinent ».



Laurent Haulotte constate lui aussi que « l'instantanéité nuit à cette distance nécessaire qu'exige le métier de journaliste. Un tweet critiquant ceci ou cela peut être rédigé sous le coup de l'émotion et franchir la frontière entre les convictions personnelles et le rôle de journaliste ».

Si le CDJ n'a pas tardé à se saisir de la problématique, se pencher à nouveau sur la question en tenant compte de l'évolution des usages sur les réseaux sociaux s'avère être une nécessité. Bien que les incidents restent l'exception, ils se multiplient et sont bien plus nombreux si l'on tient compte des cas de harcèlements sans rapport avec les propos exprimés. L'urgence est là.

Gilles Milecan
(avec J-P B.)

DOSSIER

SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX AUSSI, LA DÉONTOLOGIE DOIT PRIMER

DAMIEN VAN ACHTER : « ENTRE NARCISSISME ET COMMUNAUTÉ »

La présence de certains journalistes sur les réseaux sociaux peut créer de l'anxiété, décrit Chantal Francoeur, une chercheuse canadienne¹ : « Qu'est-ce que je fais ici? Que puis-je dire, partager, échanger? » Qui s'exprime sur les réseaux, le journaliste ou la personne?

Damien Van Achter² : Il y a une dizaine d'années, on parlait de personal branding et c'était déjà perçu comme une forme de narcissisme exacerbé, de 'moi je', une sorte de starification. Beaucoup de journalistes étaient très mal à l'aise avec ça, considérant qu'il fallait plutôt s'effacer derrière l'info. Mais on ne peut négliger une autre contrainte, l'impérieuse nécessité de se mettre au service de communautés, pour défendre des centres d'intérêt particuliers. Des gens vont vouloir interagir avec des journalistes et cela peut être intéressant. Le nombre de followers sur les réseaux c'est quelque part un viatique que le journaliste peut emmener d'un média à un autre. A tout moment, il pourra mettre cette communauté-là en action.

Est-ce que cela va jusqu'à jouer la transparence sur sa personne, ses opinions, sa vie? Le journaliste doit-il dire qui il est aussi? Il n'a pas seulement produit de l'information, il est aussi un filtre.

Oui, mais il faut que cela ne soit pas narcissique. Et en même temps, il y a des ingrédients qui sont de cet ordre-là. Une des conditions pour durer, c'est d'être transparent ou en tout cas d'avoir une certaine forme de transparence. Dans le sens où on peut reconnaître qu'on doute, qu'on ne sait pas, même qu'on s'est trompé. Ou remercier la communauté qui



Damien Van Achter souligne aussi le lien entre le journaliste et sa communauté. Photo DR.

a accompagné le travail journalistique.

Jusqu'à où doit aller cette transparence alors? Autorise-t-elle la prise de position dans un débat public? Exprimer ses opinions?

Je ne sais pas ce qu'il faut ou ne faut pas faire. Je peux juste dire que certains le font avec finesse et justesse. Sur les réseaux sociaux, en tout cas, il faut assumer le point de vue où on se place quand on parle. Le choix de la neutralité ou le choix de la prise de parti sont tout aussi impactants, à partir du moment où ils sont assumés. Les journalistes indépendants ou salariés qui ont une forme d'intimité avec leurs audiences sont devenus des formes de marques, au-delà des médias pour qui ils travaillent.

Est-ce que cette transparence rime avec une certaine sincérité? Au-delà de simplement rapporter des faits, on montre qui a choisi et traité ces faits.

Oui il y a une part d'honnêteté dans la

démarche. Mais on ne peut généraliser. Ceux qui le font en mesurent les bénéfices. Certains reconnaissent leur humilité face à un public qui connaît peut-être mieux le sujet qu'eux. Dans ce cas, il y a quelque chose à créer en travaillant avec l'appui de sa communauté; ça crée du lieu, du réseau de la richesse intellectuelle. C'est une des pistes intéressantes à explorer avec les réseaux. Ce n'est pas du tout comme lancer un appel sur les réseaux sociaux pour recueillir un témoignage sur un sujet qui est déjà construit et pour lequel il manque un témoignage. Dans ce cas on se retrouve avec une information super formatée, polarisante, absolument pas représentative de la réalité. Ce n'est pas de la co-construction.

Et les journalistes qui expriment leurs émotions, leurs opinions sur les réseaux, ce n'est plus de la construction de l'information. On se situe dans quoi?

Il y a un côté très sanguin dans ces démarches. Ce n'est pas constructif en termes d'infos. Mais c'est humain. L'humour, les coups de gueule font partie du fait de se raconter. Ce qui est différent de se la raconter. Se raconter c'est se dévoiler, avec ses doutes, ses erreurs, ses questionnements; se la raconter c'est bluffer, c'est du 'courtermisme'. Et se dévoiler sincèrement peut créer de la confiance.

Jean-Pierre Borloo

(1) Les journalistes, des super citoyens qui s'abstiennent?, Chantal Francoeur, Ethique publique, vol 15, n°1, 2013

(2) Damien van Achter réfléchit aux dimensions numériques des médias pour l'hecs, Pilot. Media et son Lab.Davanac.

COVID-19

LES AIDES AUX MÉDIAS EUROPÉENS, CHIFFRÉES

Les montants des aides collectés par la FEJ

La Fédération Européenne des Journalistes a répertorié, pays par pays, les aides octroyées au secteur média ainsi que celles destinées directement aux journalistes. En voici quelques exemples isolés de mesures prises, parfois dans un package national plus large.

Le tableau complet (aides aux médias et aides directes aux journalistes) se trouve ici : https://docs.google.com/spreadsheets/d/1WCP35LqpP1hjuG5tM-X0kNmTZGV6NAPmbZINZbcxA_4/edit#gid=0

Allemagne : entre 9 et 15.000 euros par journaliste pour les trois mois de crise COVID. Des aides régionales s'élevant de jusqu'à 9.000 euros pour trois mois viennent s'y ajouter.

Grèce : prime de 800 euros pour les journalistes freelances.

Irlande : aide temporaire de 350 euros par semaine pour les journalistes licenciés. Les freelances peuvent l'obtenir également.

Suède : Accord collectif pour tout le secteur (sauf médias publics) pour le maintien, en cas de réduction du temps de travail, de minimum 92% du salaire, avec l'aide de l'Etat.

Suisse : les freelances recevront 80% de leurs honoraires moyens avec un maximum de 185 euros par jour.

Croatie : les freelances, et les travailleurs à temps partiel dans les médias, prouvant une perte de revenus peuvent obtenir une indemnité de 4.000 HKR par mois avec un maximum de 16.000 HKR (1.600 euros).

Finlande : Freelances et

entrepreneurs peuvent obtenir une allocation de chômage s'élevant jusqu'à 724 euros par mois. Les coûts professionnels des freelances peuvent être pris en charge par l'Etat à hauteur de 2.000 euros. L'union professionnelle, à travers sa propre fondation a attribué 40 subventions de 5.800 euros chacune (soit 232.000 euros au total) pour aider des freelances dans leur « projet média ». De nouvelles subventions seront attribuées cet été.

France : Tous les journalistes, y compris les pigistes peuvent prétendre au chômage temporaire, garantissant 84% de leurs revenus nets.

Italie : 600 euros par mois ont été octroyés aux freelances qui ont des revenus annuels inférieurs à 35.000 euros (50.000 euros si la perte est de minimum 33% par rapport à la même période l'année précédente).



FÉDÉRATION WALLONIE-BRUXELLES LE PARLEMENT

PRIX DU JOURNALISME du Parlement de la Fédération Wallonie-Bruxelles

PARTICIPEZ !

Pour 2020, les prix sont destinés aux journalistes de la « presse radio » et « photo ». Le montant du prix s'élève à 4.000 € pour la catégorie « presse radio » et à 2.500 € pour la catégorie « photo ».

Ces prix s'adressent aux journalistes francophones, belges ou non, titulaires du titre de journaliste professionnel aux termes de la loi du 30 décembre 1963 ou titulaire de la carte de stagiaire délivrée par l'AJP.

Règlement complet sur notre site internet : www.pfwb.be (rubrique : Le Parlement se présente/Les prix qu'il décerne).

Plus d'infos ? N'hésitez pas à contacter le secrétariat des prix du journalisme au 02 506 38 11 ou par e-mail : prixjournalisme@pfbw.be.