

journalistes

Le dossier

Scènes de ménages

Le journalisme est-il soluble dans ses petits « à-côtés », ces prestations qui sont souvent le fruit de la compétence et du talent ?

Jusqu'à se mettre en infraction avec leur statut de journaliste et la loi de 1963 ? Jusqu'à jouer au yo-yo avec la déontologie et leur indépendance ?

Début février, les révélations sur le député N-VA Siegfried Bracke dont on apprenait qu'il avait corédigé un manifeste du parti socialiste flamand alors qu'il était journaliste politique à la VRT reposait crûment le problème des liaisons dangereuses entre le métier et certains à-côtés. Bracke jurait avoir maintenu intacte son indépendance, ce qu'il n'y a pas lieu de mettre en doute. Mais quid de son apparence d'indépendance ? Et de sa crédibilité vis-à-vis de ceux qui savaient ?

Au-delà du cas de Siegfried Bracke – qui pose des questions particulières, dont celle de l'activité politique qu'on n'abordera pas ici –, les « ménages » reviennent régulièrement en débat. Au sein du Conseil de déontologie journalistique (CDJ), un groupe de travail s'est d'ailleurs constitué voici plusieurs mois pour réfléchir aux relations entre publicité et journalisme. Il a rédigé un document important, débattu et adopté en séance plénière.

Suite et dossier pages 4 et 5

Jean-François Dumont

Polémique

RTBF : le déni d'émotion ?

Retour, avec Jean-Pierre Jacqmin, sur la mise en cause de la RTBF dans le traitement des funérailles de Marie-Rose Morel.

Le devoir de compassion contre le devoir d'analyse. Le clivage était au cœur de la polémique après la séquence de la RTBF sur les funérailles de Marie-Rose Morel, ex-députée du VB décédée après un cancer très médiatisé. Retour sur ce débat avec Jean-Pierre Jacqmin, directeur de l'information à la RTBF. Où il est aussi question des accusations répétées à l'encontre des médias francophones et des risques de repli identitaire.

Lire page 2



Bart De Wever aux funérailles, très médiatisées en Flandre, de Marie-Rose Morel. Photo : Nicolas Maeterlinck / Belga



Illustration : PDK/Coiffeurs pour Dames 2011

Sommaire

Déménagement

L'AJP va quitter le Résidence Palace 3

Ergonomie

Plein le dos ? Nos conseils 6

Multimédia

Voici le journaliste-programmeur 7

« Data journalism », mode d'emploi 7

Fonds pour le journalisme

Bousculade au portillon 8



Petits « ménages » et grandes

Les prestations acceptées en « extra » par les journalistes sont monnaie courante. A partir de quand sont-elles suspectes ? La loi et la déontologie donnent des réponses. Suffisantes ? Cinq collègues partagent leurs réflexions.

Ce qu'énonce

Dans son introduction, la directive (en voie de publication) du CDJ précise déjà que « Certains services audiovisuels ou publications posent des problèmes spécifiques parce que, par nature, ils ont vocation à être des instruments de relations publiques : presse d'entreprise, custom publishing,... Sauf exception, la participation de journalistes à ces publications ou services est contraire à la déontologie. »

Dans ses directives proprement dites, le document énonce notamment que :

► Les journalistes évitent toute confusion entre leur activité et celle du publicitaire ou du propagandiste. Ils s'interdisent de prêter leur collaboration et a fortiori leur voix, leur nom et/ou leur qualité de journaliste à des

Suite de la Une

La directive qui en ressort sera publiée en même temps que le rapport annuel, présenté par le CDJ le 1^{er} mars prochain à Bruxelles. Elle formule 12 principes qui, comme toute la déontologie, ont valeur tantôt de balises, tantôt d'interdits, de droits ou de devoirs.

On lira ci-contre quelques lignes qui concernent particulièrement les à-côtés que les journalistes sont amenés à prêter. Elles témoignent de la difficulté à tracer des limites précises entre les zones autorisées et les territoires interdits. C'est qu'en la matière, on trouve à la fois un prescrit légal qui ne concerne que les journalistes agréés au titre ; une jurisprudence évolutive au sein de la Commission d'agrément ; des principes déontologiques applicables à tous, avec ou sans carte de presse ; des usages devenus courants et banals aux yeux de beaucoup ; et des conceptions assez diverses dans la profession...

Ni pub ni commerce

Prise dans son sens strict, la loi de 1963 permet d'avoir des activités accessoires sauf celles qui concernent la publicité ou le commerce. Pas de problème, donc, si vous ajoutez au journalisme un job d'enseignant, de traducteur ou d'animateur culturel. Et de conseiller occasionnel en relations publiques ? Là, ça ne marche plus. La Commission d'agrément considère en effet que les métiers de la communication relèvent de la publicité, au sens large, et qu'ils sont donc proscrits. Mais elle a progressivement nuancé sa position en considérant la nature de l'employeur : collaborer ponctuellement à la communication d'une ONG humanitaire par exemple pourra, selon le cas, être admis.

De même, la Commission ne voit pas d'inconvénient à ce qu'un professionnel collabore occasionnellement à un média qui n'émane pas d'un éditeur de presse. Non pas, bien sûr, pour écrire un publi-reportage mais, par exemple, pour signer un article dans le périodique ou sur le site web d'une entreprise, d'une institution ou d'une association.

La déontologie, elle, sera tentée d'être plus sévère. Elle prend pour principe directeur la garantie d'indépendance (et sa visibilité pour le public) que le journaliste doit préserver. La nécessaire distance critique de celui-ci est-elle encore assurée lorsqu'il accomplit une prestation rémunérée pour ceux dont il devra peut-être parler dans son média ? « Je suis attentive à éviter le conflit d'intérêt et je suis assez professionnelle pour ne pas tomber dans la connivence », se défend une journaliste. « C'est à chaque journaliste de savoir où se trouve le point au-delà duquel ça ne se fait pas », estime un autre, tous deux admettant le risque de confusion des rôles.

Mais jusqu'où faudrait-il aller dans le principe de précaution ? Le CDJ n'a pas établi la liste de ce qui serait ou non acceptable. Quels critères aurait-il fallu mobiliser pour le faire, d'ailleurs ? Une collaboration dans le non-marchand ne garantit pas a priori une plus grande indépendance qu'une pige pour une entreprise privée. Un photographe qui arrondit ses fins de mois avec du reportage de mariage ne met pas à coup sûr son honnêteté journalistique en péril. Une modération gratuite de colloque peut compromettre davantage qu'une conférence rémunérée. Et si des limites strictes n'affecteraient pas beaucoup un salarié, elles pourraient être très pénalisantes pour un indépendant aux revenus modestes.

Une ligne rouge

Malgré ces embûches pour le raisonnement, on sent qu'il doit y avoir une ligne rouge quelque part sans laquelle le journalisme serait menacé dans un de ses fondements.

Le CDJ a donc très clairement rappelé l'incompatibilité entre journalisme et activités à vocations publicitaires, en ce compris la publication d'un papier, même anonyme, dans l'encart d'un annonceur. Pour les « ménages », il renvoie davantage à l'appréciation éthique de chacun, sachant que les détenteurs de la carte de presse ont, en outre, le prescrit légal comme limite.



J.-F. Dt

s questions

e le CDJ

annonces publicitaires commerciales ou non-commerciales.

► Les journalistes sont autorisés à mener des activités au service de tiers dans la mesure où celles-ci ne portent pas atteinte à leur indépendance. Les critères de l'atteinte à l'indépendance tiennent à la nature de l'activité, à son caractère ponctuel ou non, ou à sa durée, au type de rémunération et à l'autonomie d'expression des journalistes.

► Les journalistes ne peuvent prêter leur concours à des suppléments, encarts, magazines publicitaires. Ils ne peuvent être contraints de se plier à une influence extérieure à la rédaction.



Illustration : Fifi/Coiffeurs pour Dames 2011

Ils et elles témoignent

Cinq journalistes chevronnés, hommes et femmes, salariés et indépendants, de presse écrite et audiovisuelle, ont répondu à nos questions.

Sur ce qu'ils acceptent

► Des piges, modérations de débats, et formations, si le sujet est dans le champ de mes compétences et si l'interlocuteur est honnête.

► Un cours à l'université et des débats, mais jamais comme modérateur, toujours comme intervenant. J'y participe en effet sous la casquette de mon journal, pour mes fonctions et compétences, et parce que cela peut être utile à la visibilité de mon média.

► De la rédaction de communiqués et de dossiers de presse, sur des sujets totalement étrangers aux domaines que je couvre comme journaliste. Des fiches d'information interne, rapports annuels, rédaction de brochures : là, il s'agit d'un secteur dans lequel je suis active comme journaliste mais il n'y a jamais collusion.

► Des conférences, des écrits et des cours, du moment que la liberté d'expression est entièrement garantie, que ces missions consistent à défendre les mêmes positions que celles soutenues dans le journal, et qu'elles ne portent pas atteinte à mon crédit et à celui du journal. Des lectures de manuscrits, généralement « par sympathie » et le plus souvent sans que mon nom apparaisse.

► Des animations de journées d'études, des tables rondes, des formations, ma voix pour des petits films réalisés par des copains sur les thèmes scientifiques que je traite. Principaux critères : que le sujet m'intéresse et que l'objectif soit non commercial.

Sur la rémunération

► En dehors de l'enseignement, je refuse d'être payé. Ce que je fais à l'extérieur fait partie de mon job. Mais je comprends que des collègues puissent avoir un raisonnement inverse, estimant que leur compétence a une valeur et qu'elle n'est pas « téléchargeable gratuitement ».

► J'ai tendance à refuser les sollicitations non rémunérées. On ne songerait jamais à prier un plombier de travailler pour rien. C'est surtout pour le principe, car la rémunération est rarement le critère décisif.

► J'accepte d'animer des formations, habituellement financées par l'industrie (ce qui est un scandale que je dénonce régulièrement). Mais autant que ce soit moi qui le fasse !

► Je suis étonnée, et déçue, que ce genre de débat tourne principalement autour des journalistes indépendants – surtout quand toutes les/vos études démontrent qu'il est pratiquement impossible pour eux de vivre correctement de leur métier.

Sur leur ligne rouge

► Il est évidemment exclu pour un journaliste de se livrer à des activités commerciales dans le cadre de ses fonctions, mais il doit surtout prendre garde à son indépendance. En acceptant le risque, s'il entre dans ce qui apparaîtrait comme une zone rouge, d'être amené à s'expliquer devant ses pairs.

► Ma ligne rouge, c'est faire du coaching en communication pour une entreprise. Cela me gênerait moins si c'est une école de journalisme qui le demande.

► Je refuse de participer à des voyages de lecteurs car si je trouve normal qu'un journaliste apporte son expertise du pays visité (sous formes de conférences par exemple), je le trouve moins qu'il ait à servir d'animateur pour les touristes-lecteurs et de barateneur pour marchander les prix de leurs achats.

Un an de Conseil : le rapport

Ce mardi 1^{er} mars, à 10h30, le Conseil de déontologie journalistique présentera à la presse le premier rapport annuel de l'instance. Marc Chamut (président), Marc De Haan (vice-président) et André Linard (secrétaire général) évoqueront les résultats des diverses missions du CDJ en 2010, dont la directive « Publicité et journalisme ». Le rapport sera disponible sous forme d'une brochure de 48 pages.

La conférence de presse sera suivie, à 11h30, d'un débat (sur invitation) sur « La modération

des forums : enjeux déontologiques ». Interventions de Michel Hermans (ULg), Mathieu Simonson (FNDDP), Philippe Laloux (lesoir.be) et Fabrice Cecchi (rtinfo.be). Modérateurs : Edouard Delruelle et Jean-Jacques Jespers.

Mardi 1^{er} mars 2011 au Résidence Palace, salle Maelbeek (rue de la Loi 155 à 1040 Bruxelles). Inscription indispensable par téléphone au 02/280.25.14 ou par courriel à info@deontologiejournalistique.be