

Sylvie Arsever

**Préambule à propos du langage épïcène** : à l'origine *Déclaration des devoirs et des droits des journalistes*, le texte qui régit les obligations déontologiques des journalistes suisses se nomme aujourd'hui *Déclaration des devoirs et droits du/de la journaliste*. La modification a été introduite d'abord dans la version allemande, le pluriel *Journalisten* ne renvoyant qu'aux membres masculins de la profession, puis traduite en français, où elle s'avère d'autant plus lourde qu'elle est inutile dans cet intitulé précis. Reste qu'une partie des journalistes (34 % des signatures selon une [étude](#) menée en 2010 par la Conférence des Délégués à l'égalité) sont des femmes et que cette réalité mérite d'être reflétée dans un texte sur leurs obligations déontologiques. Par souci de fluidité, nous avons choisi de recourir à une méthode souvent utilisée dans la littérature anglo-saxonne : les journalistes comme collectif ou le/la journaliste comme représentant/e de l'ensemble de la profession sont désignés alternativement par l'usage du masculin et du féminin. Cela peut dérouter. Mais peut-être la surprise ainsi créée est-elle salutaire s'agissant de bousculer les clichés...

## 1. La déontologie dans son contexte

### *Les codes de déontologie*

Historiquement liée à quelques métiers particuliers – médecins, avocats notamment – la déontologie tend aujourd'hui à s'étendre à un nombre croissant de professions.

Les premiers codes journalistiques sont apparus dans les deux premières décennies du 20<sup>e</sup> siècle en Scandinavie et en France (1918). En 1954, c'est au tour de la **Fédération internationale des journalistes** de se doter d'un [code](#) qui sera révisé en 1986. Les codes journalistiques correspondent à une volonté d'affirmer et de protéger le métier de journaliste, désormais exercé de façon plus professionnelle dans des entreprises industrielles.

En Suisse, la [Déclaration des devoirs et des droits du/de la journaliste](#) a été adoptée le 17 juin 1972 par l'Association de la presse suisse (APS), devenue ensuite la Fédération suisse des journalistes (FSJ) puis impressum. Elle s'inscrit dans le sillage de la [Déclaration de Munich](#) adoptée en novembre 1971 par les syndicats des six pays alors membres de la Communauté européenne. La Déclaration des devoirs et des droits du/de la journaliste énumère les devoirs que les journalistes s'imposent dans l'exercice de leur profession ainsi qu'une liste de droits de type syndical revendiqués pour assurer l'indépendance nécessaire

à l'exercice de la responsabilité déontologique. Elle a été révisée une première fois le 16 septembre 1994 et une deuxième le 12 décembre 1999. A cette dernière occasion, un nouveau chiffre a été ajouté parmi des devoirs (protection de la dignité humaine et interdiction de la discrimination). En outre, une série de [Directives](#) a été adjointe à la Déclaration. Ces directives explicitent les points de la Déclaration sur la base des décisions prises par le Conseil de la presse au cours de ses vingt premières années d'existence et incluent des éléments empruntés à des chartes déontologiques étrangères récentes. Elles sont l'objet de révisions régulières, en fonction des évolutions constatées dans la pratique.

### *Le Conseil de la presse*

Parallèlement aux premiers codes de déontologie journalistique sont apparus des Conseils de la presse chargés de les appliquer. [Le Conseil suisse de la presse](#) a été fondé par l'APS en octobre 1977. Il a connu par la suite plusieurs élargissements avant de parvenir à sa forme actuelle. En 2000, trois organisations professionnelles ont rejoint la [Fondation du conseil suisse de la presse](#) : le Syndicat suisse des mass media (SSM), Comedia (syndicat auquel s'est rallié l'ancienne Union suisse des journalistes) et une association créée en 1999, la Conférence des rédacteurs en chef. A la suite de longues négociations, MÉDIAS SUISSES (l'ancienne PRESSE SUISSE, qui regroupe les éditeurs) et la SSR sont venus compléter, depuis le 1<sup>er</sup> juillet 2008, la représentation de la branche presse et média au sein du Conseil de la Presse. Ce dernier élargissement a été réalisé sur la base d'une [déclaration protocolaire](#) visant avant tout à réserver expressément les droits découlant pour les éditeurs du cadre légal, notamment sur le contrat de travail.

Le Conseil de la presse (CSP) est composé de vingt et un membres désignés par la Fondation, dont six membres du public. Il se compose de trois Chambres, une par région linguistique. Tout membre du public – ou tout journaliste – peut le saisir à propos d'une violation alléguée de la Déclaration. Il peut également se saisir spontanément d'un problème déontologique d'ordre plus général, ce qu'il a fait à quelques reprises. Il prend position sur les plaintes qui lui sont soumises, soit de façon relativement sommaire lorsqu'il refuse d'entrer en matière, soit de façon plus détaillée. Ces dernières années, il a publié une cinquantaine de prises de position par année. Les délibérations du Conseil de la presse ne sont pas publiques mais il est possible, sur demande, d'assister à l'une ou l'autre d'entre elles.

Le Conseil suisse de la presse n'a aucun pouvoir disciplinaire. La seule sanction de ses décisions réside dans leur publication. Cette dernière intervient sur le site du CSP et par voie de communiqué. En rejoignant la Fondation du Conseil de la presse, Médias Suisses s'est engagée à encourager ses membres à rendre compte au moins des décisions qui les concernent.

*Déontologie et droit*

La déontologie entretient des rapports complexes avec le droit. Elle impose aux membres d'une profession des règles spécifiques, plus exigeantes sur certains points que celles du droit commun. En retour, elle justifie aussi parfois des exceptions à certaines obligations légales. Les médecins et les avocats, de même, dans une mesure plus restreinte, que les journalistes, ont ainsi le droit de refuser de témoigner en justice. Parallèlement, la déontologie peut aussi présenter une forme de paravent contre une réglementation légale trop intrusive en favorisant l'autocontrôle plutôt que le contrôle par le juge. Les deux domaines ne sont pas hermétiques. Le droit a influencé l'évolution de la déontologie journalistique, notamment, en matière de protection de la personnalité. De leur côté, tant le législateur que le juge prennent en général la déontologie professionnelle en considération quand ils interviennent dans l'exercice d'une profession.

*Déontologie et intérêt public*

Les codes des médecins, des avocats ou des journalistes – ou ceux dont se dotent actuellement d'autres professions comme les policiers, les gestionnaires de fortune, etc. – réglementent les relations des professionnels avec un public déterminé : clients, patients, suspects, collègues, etc. Mais tous se réfèrent aussi de façon explicite ou implicite à l'intérêt général. C'est ce dernier qui justifie la liberté – de défendre ou de soigner dans le seul intérêt du client, d'informer, etc. – que réclament les codes pour les membres des professions réglementées. C'est aussi lui qui pose des limites à cette liberté en imposant dans certains cas extrêmes un devoir de signaler au médecin ou à l'avocat, ou, aux journalistes, une interdiction d'informer sur des sujets portant atteinte à la sécurité publique. Enfin, l'intérêt public joue un rôle déterminant dans la réflexion déontologique. C'est lui qui détermine, pour les journalistes, la conduite à tenir dans les situations limites où il s'agit d'arbitrer entre devoir d'informer et respect de la sphère privée, souci de ne pas diffuser une image choquante et nécessité d'alerter sur une réalité dérangeante, etc. Dans chaque cas, la réflexion prendra la forme d'une pesée entre les intérêts protégés et l'intérêt public à la diffusion d'une information.

On trouve une référence à l'intérêt public dès le préambule à la Déclaration des devoirs et des droits : « Le droit à l'information, de même qu'à la libre expression et à la critique, est une des libertés fondamentales de tout être humain. Du droit du public à connaître les faits et les opinions découle l'ensemble des devoirs et des droits des journalistes. »

Les journalistes assument donc un rôle quasi institutionnel de garants de la liberté d'expression, ce qui implique une responsabilité directe envers le public. C'est bien précisé dans la suite du préambule : « Aussi la responsabilité de ces derniers (les journalistes) envers le public doit-elle primer celles qu'ils assument à l'égard de tiers, pouvoirs publics et employeurs notamment. »

### *Déontologie et rapports de travail*

Le volontarisme de cette affirmation ne peut toutefois pas cacher le fait que les journalistes ne sont en général pas, contrairement à une majorité d'avocats et de médecins, des indépendants libres de déterminer entièrement leur comportement professionnel. L'ambiguïté introduite à ce sujet a d'ailleurs joué un rôle non négligeable dans les réticences de Médias suisses à adhérer à la Déclaration des devoirs et des droits. La déclaration protocolaire mentionnée plus haut vise notamment à l'écartier.

Si la responsabilité déontologique ultime repose bien, par principe, sur les journalistes pris individuellement, l'entreprise de médias devrait en faciliter l'exercice. Des domaines comme la séparation entre contenu rédactionnel et publicité, information et commentaire, etc. font souvent l'objet de lignes de conduite spécifiques dans les rédactions. Ces dernières peuvent encore se doter de règles sur des questions posées par les voyages offerts, les cadeaux, la marche à suivre en matière d'interviews, etc.

Les médias de service public sont soumis à la [Loi sur la radio-télévision](#) où sont spécifiées des obligations d'indépendance rédactionnelle, d'équilibre entre les points de vue, de respect de la dignité humaine, etc.

Dans la presse écrite, la ligne de chaque publication est déterminée par l'éditeur. Elle est contraignante pour les journalistes (art. 6 cct). Cette ligne doit être explicitée dans une charte rédactionnelle à laquelle le journaliste adhère au moment de signer un contrat de travail. Toute modification de la ligne doit être communiquée à la rédaction. Les journalistes qui estiment ne pas pouvoir adhérer à la nouvelle ligne peuvent mettre fin immédiatement aux rapports de travail et obtenir une indemnité. Ils ne peuvent pas être contraints à publier sous leur signature une opinion contraire à leur conviction – ni s'opposer à la publication d'une telle opinion sous une autre signature (art. 9 cct).

Ces droits sont fragiles. Les Conventions collectives qui les consacrent sont menacées. La convention alémanique, ainsi, a été résiliée sans être remplacée en 2004. [La Convention romande](#) a été renouvelée en janvier 2014 pour une durée indéterminée. Elle peut être dénoncée avec un préavis de 12 mois pour la fin d'une année civile.

## **2. Les devoirs des journalistes**

### *Le principe de fairness*

La version allemande de la Déclaration fait découler l'ensemble des différents devoirs des journalistes du *Prinzip des Fairness*. Les journalistes doivent être *fairs* envers le public, envers leurs sources et envers ceux dont ils parlent. La traduction française, un peu malaisée, de ce principe, est la suivante : « le/la journaliste qui récolte, choisit, rédige, interprète et commente les informations respecte les principes généraux de *l'équité exprimés par une attitude loyale* envers ses sources, les personnes dont il/elle parle et le public ». Nous emploierons ci-dessous le terme de « loyauté », même s'il ne reflète que

partiellement le sens plus large du mot « fairness », qui pourrait être également résumé par celui « d'honnêteté ».

### *La loyauté envers le public*

C'est logiquement celle qui fait l'objet du plus grand nombre de prescriptions. Ces dernières comportent des injonctions de principe – recherche de la vérité, défense de la liberté d'informer et de commenter, défense de la liberté et de l'indépendance de la profession (chiffres 1 et 2) – et une énumération de bonnes pratiques pour une information honnête et transparente (chiffres 3, 5, 9 10 et 11). Enfin certaines prescriptions concernant les rapports avec les sources et les personnes dont on parle, notamment le secret rédactionnel (chiffre 6) ou le respect de la dignité (chiffre 8), ont des incidences directes sur le travail d'information et donc sur la loyauté envers le public.

### *L'indépendance*

Le public doit pouvoir compter sur l'indépendance de ceux qui l'informent. C'est une question de loyauté mais aussi de crédibilité.

*Liens d'intérêts* – L'exigence d'indépendance journalistique implique des restrictions de la liberté d'action des journalistes. Une journaliste ne devrait accepter qu'exceptionnellement d'exercer une fonction publique (directive 2.4). Plus généralement, elle ne devrait pas se mettre en situation de rendre compte d'un sujet dans lequel elle a des intérêts particuliers – notamment l'évolution d'une société dans laquelle elle possède des actions (directive 9.2). Les liens familiaux ne font pas l'objet d'une réglementation particulière mais ils imposent également une certaine retenue. Au minimum, le public doit être mis au courant de liens susceptibles d'entacher l'indépendance d'un journaliste – le fait par exemple qu'il a travaillé jusqu'à récemment pour une administration dont il traite, ou qu'il est apparenté à une personne au sujet de laquelle il écrit.

L'incidence de l'exigence d'indépendance sur l'engagement politique reste un sujet discuté. En soi, le journalisme engagé n'est pas contraire à la déontologie. Toutefois, la participation à un parti, à tout le moins à des fonctions dirigeantes, est de nature à entraver l'indépendance journalistique – particulièrement s'agissant de traiter des sujets politiques – et doit donc être vue d'un œil critique. Deux règles minimales s'imposent dans tous les cas. La transparence d'abord : le public doit être mis au courant des liens des journalistes qui l'informent. Et ensuite, la récusation : la journaliste ne doit pas traiter de questions où elle est engagée en tant que politicienne.

*Indépendance envers les annonceurs* – Les relations avec les annonceurs et plus généralement, les milieux économiques, constituent un terrain particulièrement dangereux pour l'indépendance journalistique, notamment lorsque des médias se trouvent dans une situation financière difficile. La déontologie impose aux journalistes de s'abstenir de confondre leur métier avec celui de publicitaire (chiffre 10) et d'accepter des consignes journalistiques provenant de l'extérieur de la rédaction (chiffre 11).

Concrètement, la première injonction est respectée, notamment, par la mise en place de démarcations claires entre publicité et contenu rédactionnel. Ce dernier doit être déterminé

en fonction de règles journalistiques exclusivement et non par complaisance envers un annonceur. En théorie, cette façon de faire est avantageuse économiquement : la publicité est payante, inutile d'en faire gratuitement. Toutefois, les annonceurs sont conscients de la crédibilité bien supérieure d'un texte rédactionnel ou apparaissant comme tel. Les pressions pour introduire des messages publicitaires ou promotionnels dans la partie rédactionnelle des médias sont donc fréquentes. En 2007 le Conseil de la presse s'est penché sur les [dérapages](#) occasionnés par cette situation. À cette occasion, les directives relatives au chiffre 10 ont été précisées au sujet du sponsoring et l'écriture d'articles promotionnels. Le choix des sujets, ainsi, doit rester dans tous les cas de la seule responsabilité de la rédaction.

L'exigence d'indépendance envers les annonceurs limite également les possibilités des journalistes de recourir à l'écriture de textes publicitaires ou promotionnels pour compléter leur revenu. Cette façon de faire devrait être évitée autant que possible, du moins sous sa propre signature (directive 10.4). En outre, les journalistes devraient éviter de prêter leur image à des opérations publicitaires ou promotionnelles.

*Voyages et cadeaux* – La règle en matière de sponsoring – liberté dans le choix des sujets et la manière de les traiter – doit également prévaloir pour les [voyages offerts](#). Ces voyages devraient n'être acceptés qu'exceptionnellement, en fonction de l'intérêt particulier qu'ils présentent pour l'information du public et n'impliquer aucune obligation rédactionnelle. En outre, le public devrait être tenu au courant du fait que le voyage n'a pas été financé par le média mais par une organisation ou une personne tierce.

Les cadeaux constituent un autre domaine sensible. Les journalistes ne doivent pas accepter d'avantages susceptibles de limiter leur indépendance (chiffre 9). Les cadeaux font toutefois partie des rapports quotidiens avec ceux qui organisent des conférences de presse, éditent des livres, organisent des spectacles, etc. La directive 9.1. consacrée à ce sujet, reste très générale : sont admissibles les « invitations ou les menus présents, dont la valeur ne dépasse pas les usages courants, tant dans les rapports sociaux que dans les rapports professionnels ». Concrètement, l'expérience montre que les « usages courants » peuvent varier considérablement d'un milieu à l'autre et connaître d' [importants dérapages](#). Tous les cadeaux en outre, ne remplissent pas le même rôle. La bouteille – ou le carton de bouteilles – arrivé dans une rédaction en fin d'année vise explicitement à maintenir de bonnes relations avec cette dernière. Les livres, CD, nouvelles consoles, places au théâtre ou au concert servent à faciliter le compte-rendu littéraire, multimédia, culturel, etc. Ces dernières offres peuvent toutefois prendre des proportions problématiques : que dire du voyage offert pour mener une interview de célébrité ou assister à une conférence de presse ou de la remise régulière de paires de ski de marque ou d'abonnements gratuits dans une station ?

Face à ces offres qu'il n'est pas toujours possible – ni souhaitable – de refuser mais qui peuvent compromettre gravement l'indépendance et la crédibilité des journalistes, les règles internes aux rédactions, lorsqu'elles existent, représentent un appui précieux ainsi qu'une justification bienvenue pour refuser un cadeau sans vexer. A défaut, quelques recommandations peuvent être esquissées:

- Le cadeau, tout d'abord ne doit en aucun cas avoir une influence sur le contenu de la contribution rédactionnelle. Cela peut sembler aller de soi. En pratique toutefois, les cadeaux tendent – c'est une de leurs fonctions anthropologiques – à créer des formes plus ou moins explicites d'obligation. Par politesse, on peut hésiter à maltraiter quelqu'un qui a tout fait pour se montrer agréable.... Il est important d'être conscient de ces phénomènes et d'y prendre garde.
- Deuxième recommandation: la retenue. Il est admis qu'une critique de spectacle reçoive une – ou deux – places gratuites. Cela représente un très mauvais signal d'en demander une supplémentaire – ou une meilleure, etc. De même, il est normal de se voir prêter une voiture pour la tester, cela ne l'est pas forcément d'aller la tester pendant trois jours sur la côte d'Azur, tous frais payés dans un palace.
- La troisième concerne la transparence. Il devrait toujours être possible de parler des cadeaux qu'on a acceptés à ses collègues et même de reconnaître publiquement leur existence sans se sentir gêné.
- L'exigence d'indépendance, enfin, n'est pas uniquement subjective. Elle est aussi affaire d'apparence, y compris aux yeux de celui qui offre le cadeau. Etre convaincu qu'on ne sera pas influencé par un cadeau généreux ne suffit pas. Il faut tenir compte de l'impression donnée par le fait de l'accepter. A cet égard, le cadeau qui vient après une contribution rédactionnelle qu'on prévoit unique n'est pas moins problématique. Accepter des cadeaux disproportionnés est dans tous les cas de nature à mettre en danger la dignité de la profession (chiffre 2 de la Déclaration des devoirs et droits).

### *La recherche de la vérité*

L'injonction contenue au chiffre 1 de la Déclaration incite les journalistes à rechercher les informations plutôt que de se contenter de les recevoir et de les transmettre de façon non critique. Elle implique aussi une démarche critique vis-à-vis de ses propres certitudes : il s'agit de rechercher aussi ce qui pourrait contredire un préjugé, une apparence trompeuse, pour viser à se rapprocher de la vérité.

Plus concrètement, cette injonction est encore explicitée aux chiffres 3, 4 et 5. Elle passe par la vérification – et en règle générale la mention – des sources, le signalement scrupuleux des images d'archive, des montages photographiques ou sonores et bien sûr, par la fidélité. Les informations, y compris les opinions d'autrui ne doivent pas être falsifiées, des accusations dont le journaliste ignore la source ne doivent pas être répercutées. Enfin, les informations inexacts doivent être rectifiées.

Le mot *objectivité* ne figure ni dans la Déclaration ni dans les directives. Le Conseil de la presse reconnaît d'ailleurs la conformité déontologique du journalisme engagé. Dans tous les cas, les journalistes ont toutefois l'interdiction de « supprimer des informations ou des éléments d'information essentiels », c'est-à-dire de diffuser, à dessein ou par paresse, une information partielle.

Si le Conseil de la presse a toujours refusé de déduire de cette prescription une obligation

de reproduire une information ou une opinion donnée, il admet que, dans un contexte donné, une information honnête passe par la mention des [principaux points de vue](#). C'est notamment le cas lorsqu'un média se trouve en situation de monopole dans une région ou lorsqu'il fait état de reproches graves contre une personne.

*Information et commentaire* – La loyauté de l'information passe aussi par une distinction nette entre l'information proprement dite et le commentaire. Cette obligation ne découle qu'indirectement de la Déclaration qui se contente de mentionner l'obligation de défendre la liberté du commentaire – c'est-à-dire, concrètement, l'interdiction de se livrer à un commentaire de complaisance ou d'en exiger un d'un confrère.

Elle reste en outre assez générale. Si la séparation formelle et le signalement par des moyens graphiques et typographiques (commentaire encadré, en italiques, etc.) constituent un moyen reconnu et efficace de distinction, ce n'est pas le seul. Dans les médias audiovisuels comme dans les textes au caractère plus magazine, information et commentaire peuvent être entremêlés dans un même récit. Dans ces cas, le public doit pouvoir démarquer ce qui relève du fait de ce qui constitue un commentaire. Dans les deux cas – séparation formelle ou non – le commentaire ne doit pas servir à alléguer des faits non établis. Lorsqu'un jugement de valeur est émis, les faits sur lesquels il se fonde doivent être identifiables dans la contribution journalistique.

*Indiscrétions* – La recherche de la vérité peut se heurter au fait que certaines informations sont couvertes par le secret (de fonction, d'État, etc.). Sur cette question, la déontologie et le droit divergent. Le second punit la violation du secret de fonction, une incrimination qui peut être étendue à une journaliste considérée comme complice. La déontologie, en revanche, autorise la publication d'indiscrétions à certaines conditions cumulatives : l'information doit être d'intérêt public et ne pas léser un autre intérêt digne de protection, la source doit être connue et avoir communiqué l'information de son plein gré (il est toujours contraire à la déontologie de diffuser une information volée).

Cette question est notamment traitée dans deux décisions du Conseil de la presse que l'on trouve [ici](#), et [ici](#). Cette dernière affaire a également été portée devant la Cour européenne des droits de l'homme. Qui a hésité : en première instance, la condamnation infligée à un journaliste qui avait diffusé un rapport diplomatique secret a été jugée contraire à la liberté d'expression, un jugement qui a toutefois été rejeté par [la Cour statuant en appel](#).

*Plagiat et information monnayée* – La loyauté dans la recherche de la vérité passe enfin par une certaine loyauté entre médias concurrents. Le plagiat est interdit et l'auteur d'un scoop doit être cité au moment de sa reprise.

Les contrats d'exclusivité, parce qu'ils limitent l'accès de l'ensemble du public à l'information, doivent être utilisés avec beaucoup de retenue et jamais pour des informations d'intérêt public (Directive 2.5). De même il est extrêmement critique de [payer pour une information](#). Cela peut se justifier exceptionnellement si c'est le seul moyen d'obtenir une information d'intérêt public (Directive 4.3). Dans les autres cas, seuls sont admissibles des montants s'apparentant à un défraiement et non susceptibles d'influencer le [contenu de l'information](#).



### **3. La loyauté envers les sources**

Les journalistes ne doivent pas user de méthodes déloyales pour se procurer de l'information (chiffre 4). Cela implique de s'identifier auprès de toute personne abordée dans le cadre d'une enquête, de ne pas mentir sur les raisons de son intérêt et de préciser clairement le cadre d'un entretien (recherche d'informations générales, de citations à reproduire, interview). Ces exigences ont été développées et précisées dans les dernières décennies, sans doute sous l'influence d'un droit civil toujours plus protecteur de la personnalité. L'obligation de préciser à chaque interlocuteur son droit à relire ses citations avant publication (Directive 4.6) est ainsi relativement récente.

*Recherche sous couverture* – L'interdiction du recours à des méthodes déloyales n'est toutefois pas absolue. Lorsqu'il s'avère impossible d'accéder autrement à une information d'intérêt public ou lorsque cela impliquerait une mise en danger importante de la journaliste ou une modification importante des comportements observés, la recherche sous couverture est licite (Directive 4.2) Les circonstances doivent toutefois être pesées soigneusement et la journaliste reste libre de refuser, pour motif de conscience, de s'associer à une telle manœuvre.

*Interview* – La situation particulière de l'interview a donné lieu à des prescriptions déontologiques particulièrement détaillées (Directive 4.5) ainsi qu'à une [prise de position](#) circonstanciée du Conseil de la presse.

L'interview est considérée comme un contrat, dont les règles doivent être fixées clairement d'entrée de jeu. Ces règles comportent le droit pour la personne interviewée de relire ses propos et l'obligation pour elle de s'en tenir à des corrections visant une clarification des propos tenus. La relecture ne devrait pas permettre à la personne interviewée de rajouter de nouvelles considérations (sauf accord avec le journaliste en vue d'une meilleure information du public) ou de supprimer entièrement des propos tenus. En pratique, cette exigence est difficile à imposer puisque la personne interviewée conserve en dernier ressort le droit d'autoriser – ou d'interdire – la diffusion. Dans ces cas critiques, la déontologie rappelle aux journalistes qu'ils peuvent de leur côté, renoncer à publier une interview trop dénaturée, voire expliquer au public les raisons de leur décision.

*Embargos* – Les embargos, enfin, engagent également la loyauté envers les sources, de même que celle qui est de mise entre confrères. Ils représentent parallèlement une limitation temporaire à la diffusion de l'information, même s'ils peuvent viser à en améliorer la qualité. Une documentation diffusée sous embargo peut permettre aux journalistes de se préparer à une conférence de presse sur un sujet complexe. Une version antérieure de la Déclaration mentionnait l'obligation de respecter les embargos « qui se justifient ». Aujourd'hui, la question est renvoyée à la directive 4.4. Cette dernière ne cite comme embargos qui se justifient que ceux liés à la diffusion d'une information sensible – un décès ou des

licenciements pas encore communiqués aux principaux intéressés par exemple. Elle précise aussi la marche à suivre en cas de non-respect de l'embargo. La rédaction qui décide de passer outre doit en informer ses concurrentes. Ces dernières sont déliées par la première publication.

*Le secret rédactionnel* – Un élément central de la loyauté envers les sources est constitué par le secret rédactionnel. En principe, mentionner la source d'une information fait partie d'une information honnête. Il peut toutefois arriver que la personne qui informe un journaliste s'expose à des dangers et qu'elle réclame l'anonymat. Une fois acceptée, cette exigence lie absolument le journaliste.

Au terme d'un intense lobbying, les journalistes suisses ont obtenu l'inscription dans l'article 28a du code pénal d'une dispense de témoigner en raison du secret rédactionnel, reprise à l'article 172 du code pénal fédéral. Cette dispense demeure toutefois très partielle puisque le témoignage reste exigible pour élucider toute une série d'infractions – meurtre, contrainte sexuelle, participation à une organisation criminelle, financement du terrorisme, mais aussi blanchiment, corruption ou trafic aggravé de stupéfiants.

Il s'agit là d'un cas clair de conflit possible entre droit et déontologie. Cette dernière, en effet, n'admet de dérogation au secret rédactionnel que pour des « crimes ou de menaces particulièrement graves, ainsi que d'une atteinte à la sécurité intérieure ou extérieure de l'Etat ». (Directive 6.2) Là comme dans d'autres cas déontologiques limite, c'est une pesée entre les différents intérêts en présence qui doit déterminer la voie à suivre. Dans toute la mesure du possible, cette pesée devrait intervenir, non au moment où se pose la question d'un éventuel témoignage, mais lors de la décision de s'engager à protéger une source susceptible d'être impliquée dans une procédure pénale.

#### **4. La loyauté envers les personnes dont on parle**

Naguère essentiellement limitées à la protection de la sphère privée, les obligations déontologiques envers les personnes dont on parle se sont considérablement développées dans les dernières décennies, en contradiction partielle avec l'évolution de la pratique.

Le principe *audiatur et altera pars*, (litt : la partie adverse doit aussi être entendue) ainsi, ne figure que dans les directives (D. 3.8 et 3.9). Il impose de ne publier de reproches graves envers une personne identifiable qu'après l'avoir confrontée avec ces reproches.

La personne visée doit avoir la possibilité de s'exprimer sur l'ensemble des faits qui lui sont reprochés et sa réponse doit être reproduite de façon honnête dans le même compte-rendu médiatique. L'audition n'est pas nécessaire lorsque les reproches proviennent d'un acte officiel (par exemple un jugement), qu'ils sont déjà bien connus du public ou qu'un intérêt public prépondérant impose de passer outre. Dans les cas où des reproches contestés sont évoqués à plusieurs reprises, les journalistes n'ont pas l'obligation d'interpeller à chaque fois la personne, mais ils doivent rappeler à chaque fois que les faits sont contestés. Cette obligation vaut aussi lors du [compte-rendu d'une conférence de presse partielle](#).

*La protection de la sphère privée* – La sphère privée et la sphère intime jouissent d'une protection particulière (Chiffre 7). Seul un intérêt public prépondérant justifie de passer outre. En pratique, la vie privée des people est largement médiatisée, le plus souvent avec leur accord. Cela ne justifie pas, a estimé le Conseil de la presse, [de se passer de cet accord lorsqu'il fait défaut](#).

Signe de l'emprise croissante de la protection de la personnalité sur la déontologie, l'interdiction d'identification, naguère limitée aux cas où une personne était citée dans le cadre d'une procédure pénale, est désormais étendue en principe à toutes les situations où un individu n'a pas explicitement choisi d'apparaître dans un contexte public ou de s'adresser aux médias (Directive 7.2) Le principe est donc de ne pas nommer quelqu'un sans son consentement expresse ou tacite. Des exceptions sont possibles pour les personnes qui exercent un mandat public, jouissent d'une notoriété en rapport avec l'objet de la relation médiatique ou lorsqu'un intérêt public ou privé (nécessité par exemple de lever une possible confusion) le justifie.

Les enfants jouissent d'une protection particulière qui s'étend également aux enfants de personnes célèbres (D. 7.3)

Le cas des personnes impliquées dans une procédure pénale constitue désormais un cas particulier de cette protection générale. Ces dernières bénéficient en outre de la présomption d'innocence (D. 7.4) et du droit à l'oubli (D. 7.5)

Autre cas particulier, celui du suicide. En rendant compte d'un suicide, les journalistes ne doivent pas seulement tenir compte de la sphère privée du défunt et de ses proches. Ils sont également invités à prendre en compte le risque d'imitation. La directive 7.8 recommande de ne rendre compte que des suicides présentant un aspect public par leurs circonstances et la personnalité de la victime, de ne pas donner de détails intimes ou dégradants, ni de précisions sur les moyens utilisés.

*Protection de la sphère privée et journalisme en ligne* – Le Conseil de la presse a été amené à se pencher sur les incidences du développement du journalisme en ligne et des réseaux sociaux pour la protection déontologique de la personnalité. Il a publié à ce sujet deux prises de position de principe.

La première porte sur les données personnelles accessibles en nombre toujours plus important sur les [réseaux sociaux](#). Ces données, a-t-il conclu en substance, ne font pas partie du domaine public et une pesée d'intérêts s'impose avant une diffusion plus large.

La seconde traite des questions de protection de la personnalité liées à l'accessibilité permanente des [archives journalistiques en ligne](#). En principe, ces problèmes ne doivent pas être résolus par une modification a posteriori d'une contribution médiatique. Les informations de nature à préciser ou à invalider partiellement ou entièrement une information publiée doivent être mises en lien avec cette information. L'utilisateur doit ainsi être en mesure d'apprendre immédiatement qu'une nouvelle a fait l'objet d'un rectificatif, qu'un accusé a été acquitté ou un jugement de condamnation invalidé en cassation. Cette façon de faire ne suffit toutefois pas s'agissant de respecter le droit à l'oubli. Dans ces cas, une anonymisation a posteriori se justifie.

*Le respect de la dignité* – Les journalistes ont également l'obligation de respecter la dignité des personnes dont ils parlent (Chiffre 8). Cette obligation relativement récente comporte deux pans : l'interdiction de la discrimination et celle de publier, notamment mais pas seulement par l'image, des informations présentant une personne dans une situation extrême de nature à la transformer en simple objet de la compassion ou de la révolte du public.

*Interdiction de la discrimination raciale* – L'interdiction de discrimination raciale mais aussi religieuse, sexuelle ou liée à un handicap a motivé de nombreuses plaintes au Conseil de la presse. Sont particulièrement visés : la satire et le fait divers. Dans le premier domaine, [le Conseil de la presse se montre large](#), estimant notamment que le caractère excessif de la satire, reconnaissable au premier regard, diminue la portée offensive d'une attaque. Le Conseil de la presse a également pris position sur la question des [caricatures](#) de Mahomet. Plus délicate est la mention d'une nationalité, d'une appartenance religieuse, voire d'un handicap dans un contexte de nature à porter tort à l'image des concernés : fait divers, compte rendu judiciaire, etc. Dans ses prises de position, le Conseil de la presse tend à modérer progressivement sa sévérité, un écho peut-être à la montée du débat politique instauré par la droite nationaliste autour de la criminalité des étrangers. Quelques repères peuvent toutefois être signalés.

En soi, la mention d'une nationalité, voire d'une appartenance religieuse n'est pas contraire à la déontologie. Elle le devient lorsqu'elle prend un caractère discriminatoire envers un groupe donné qui se trouve ainsi stigmatisé. Mentionner systématiquement les nationalités – ou pour les Suisses les appartenances cantonales – de tous les suspects d'un fait divers ou de tous les accusés d'un procès n'est par définition pas discriminatoire, du moins sur le plan formel. Concrètement, une certaine discrimination peut être induite par le fait que la police, pour différentes raisons, choisirait de communiquer plus facilement sur un coup de filet opéré dans tel ou tel réseau ethnique de trafic de stupéfiants ou de vol. Ou parce qu'une rédaction déciderait de « couvrir » plutôt un procès présentant une caractéristique ethnique – un sujet chaud qu'on sait porteur. Ces considérations peuvent interpeller la journaliste sur le plan éthique. Hors cas extrêmes, elles échappent toutefois au domaine strict de la déontologie professionnelle.

La mention d'une nationalité n'est pas davantage discriminatoire si elle apparaît pertinente pour comprendre les faits. Dans la pratique, la notion de pertinence s'avère toutefois très élastique, en raison notamment des exploitations politiques mentionnées plus haut. La prudence est donc de mise.

Enfin, lorsque le choix est fait de donner des informations à caractère national, ethnique ou religieux, la préférence doit être donnée à l'énoncé le plus factuel : [Guinéens et Nigériens, par exemple, vaut mieux que « Schwarzafrikaner »](#) (litt. noirs africains).

La mention de l'origine d'un citoyen suisse naturalisé est particulièrement problématique du point de vue de la discrimination. Le Conseil de la presse a néanmoins [estimé qu'elle était licite dans le contexte d'un débat politique déjà engagé](#) sur la délinquance propre aux jeunes balkaniques. Elle devrait toutefois être évitée autant que possible.

*Protection des victimes* – L'obligation plus générale de respect de la dignité des personnes mentionnées concerne avant tout les images et les récits relatifs à des catastrophes, faits divers dramatiques, etc. Le Conseil de la presse a consacré [une prise de position de principe](#) à cette question, qui fait également l'objet des directives 8.3, 8.4 et 8.5.

La clé de ces prescriptions réside dans l'usage qui est fait de l'image – directe ou évoquée par un récit – d'une victime. Cette dernière ne doit pas être dégradée au rang d'objet. Les détails donnés sur sa souffrance ne doivent pas excéder la nécessité d'une bonne information du public, une prudence qui doit être particulièrement aiguë face aux personnes mourantes et aux cadavres. Cette exigence peut être contrebalancée par celle de témoigner de la gravité d'une situation exceptionnelle. Dans la pesée d'intérêt à mener les sentiments des proches doivent être pris en compte, particulièrement si l'information est locale ou régionale. Deux autres prises de position peuvent être consultées à ce sujet [ici](#) et [ici](#).

## **5. Conclusion**

Comme on peut le constater, rares sont les prescriptions déontologiques formulées de telle manière à fournir une solution clé en mains aux différentes questions qui peuvent surgir dans la vie professionnelles des journalistes. La déontologie s'attache plutôt à énumérer un certain nombre de principes fondamentaux qui encadrent l'activité journalistique. Ces principes désignent clairement les voies où il est inadmissible de s'engager – porter des accusations qu'on sait inexactes, se faire payer pour glisser de la publicité dans une contribution rédactionnelle, falsifier des informations, inciter à la haine raciale, etc.

Dans le cadre d'une pratique professionnelle a priori correcte, toutefois, la plupart des interrogations déontologiques sont plus difficiles à trancher. Les principes déontologiques restent bien sûr fondamentaux. Mais leur fonction est alors plutôt de guider un raisonnement construit le plus souvent sur le modèle de la pesée d'intérêts. La responsabilité d'informer, qui constitue le cœur des obligations déontologiques des journalistes, doit-elle céder devant la protection due à la sphère privée ou de la sensibilité d'une victime ? Justifie-t-elle le recours à la tromperie envers une source réticente qui détient une information importante ? La réponse varie, à l'évidence, en fonction des caractéristiques du cas d'espèce et il arrive qu'elle soit suffisamment peu évidente pour que deux attitudes opposées soient également justifiables sur le plan déontologique.

Dans ces situations difficiles, le recours au concept de *fairness* – envers le public qui ne doit pas être trompé, y compris par une omission, la source, la personne décrite – a l'avantage de renvoyer, in fine, au sentiment personnel de l'honnêteté, c'est-à-dire à une catégorie basique et facile à appréhender de l'éthique personnelle. Laquelle, si ses exigences dépassent sur bien des points celles de la déontologie professionnelle, ne devrait toutefois pas se trouver en contradiction avec cette dernière.

## **6. Références**

BEGUIN, Bernard: *Journaliste, qui t'a fait roi ? Les médias entre droit et liberté*. Ed. 24 Heures, Lausanne, 1988.

BERNIER Marc-François *Ethique et déontologie du journalisme* Presses de l'Université de Laval, 2014

*Codes et chartes de déontologie*. Textes choisis et présentés par Daniel Cornu. Editions du CRFJ, coll. « Formation continue », Lausanne, 2002.

CORNU, Daniel : *Journalisme et vérité. L'éthique de l'information au défi du changement médiatique* Labor et Fides 2009

CORNU, Daniel : *Ethique de l'information*. PUF « Que sais-je ? », Paris, 1999 (2<sup>ème</sup> édition).

CORNU, Daniel : *Introduction à la déontologie* Editions du CRFJ, Lausanne 2002

*Les droits et les devoirs du journaliste. Textes essentiels* (2e éd. revue et augmentée). Coédition CFPJ/ESJ, Paris, 1995.

PIGEAT, Henri : *Médias et déontologie*. PUF « Politique d'aujourd'hui », Paris, 1997.

PINTO de OLIVEIRA, Carlos-Josaphat: *Ethique de la communication sociale*. Editions Universitaires Fribourg, 1987.

© CFJM / Sylvie Arsever - Janvier 2016