

Daniel Cornu
Actualisation Eliane Ballif

Introduction à la déontologie



1. Une activité encadrée

L'activité du journaliste est une activité apparemment très libre, laissant passablement d'initiative, tant dans le choix des sujets que dans leur traitement.

En réalité, cette liberté est certainement moins étendue que ne l'imaginent ou le prétendent les journalistes eux-mêmes, qui vivent leur métier comme une profession libérale alors que la plupart d'entre eux ont un statut d'employés.

Mais surtout, le journalisme est une activité encadrée par un certain nombre de règles. Ces règles opèrent à trois niveaux:

- au niveau du droit;
- au niveau de l'entreprise médiatique;
- au niveau de la profession.

1.1. Le droit

L'encadrement au niveau du droit se décline principalement selon trois grandes catégories, qui s'appliquent à tous les médias et à tous les journalistes sans distinction:

- le droit constitutionnel qui définit la liberté de la presse, de la radio et de la télévision (art. 17 et 93 de la nouvelle Constitution entrée en vigueur le 1^{er} janvier 2000); il est complété par le droit administratif ;
- le droit pénal qui définit:la responsabilité en matière de presse (art. 27 CPS);
- le refus de témoignage (art. 27 bis CPS) ;
- les délits contre l'honneur (la diffamation: art. 173 CPS; la calomnie: art. 174 CPS; l'injure: art. 177 CPS; l'outrage aux Etats étrangers: art. 296 CPS);
- les délits contre le secret (privé: art. 179 CPS; public ou officiel: art. 293 CPS);

- le droit civil qui prévoit les protections et réparations en cas d'atteinte à la personnalité (art. 28 CCS et art. 49 CO).

1.2. L'entreprise

L'encadrement au niveau de l'entreprise se traduit par des règles externes et par des règles internes.

Dans la presse écrite, les règles externes sont les dispositions adoptées par les associations professionnelles d'éditeurs. Elles portent principalement sur la définition des traitements différenciés de la partie rédactionnelle d'une publication et de sa partie publicitaire, ainsi que sur les conditions de la concurrence.

En ce qui concerne l'audiovisuel, on peut considérer comme règles externes - et en l'espèce légales - les dispositions de la concession octroyée par le Département fédéral des transports, des communication et de l'énergie à la SSR ou aux radios locales. La régulation est confiée à une institution spéciale, l'Autorité indépendante d'examen des plaintes en matière de radio-télévision.

Les règles internes prennent dans la presse écrite la forme de chartes de rédaction, qui sont prévues par la Convention collective. Ces chartes définissent la ligne générale de la publication et fixent un certain nombre de règles concernant le fonctionnement et les relations internes du média concerné. Le même principe se retrouve à la SSR dans des documents analogues.

1.3. La profession

L'encadrement au niveau de la profession est assuré quant aux conditions de travail par la Convention collective et quant au contenu du travail, à ses procédures et ses critères, par la Déclaration des devoirs et des droits du/de la journaliste. L'organe de surveillance de la CCT est la Commission paritaire romande. L'organe de surveillance de la Déclaration des devoirs et des droits est le Conseil de la Presse. Celui-ci ne prononce pas de sanctions. Il publie des prises de positions, qui sont consignées chaque années

dans un recueil et qui constituent une sorte de jurisprudence en matière déontologique. Ces prises de positions peuvent être consultées en outre sur le site www.presserat.ch.

1.3.1 Le Conseil de la presse : histoire et évolution

Le Conseil de la presse a été constitué en octobre 1977. Il s'agit d'une Fondation, dans laquelle sont représentées les organisations fondatrices. La Fondation nomme le Conseil, qui est composé de 21 membres, dont 6 représentants du public. Le Conseil est organisé en trois chambres régionales. Il était à l'origine une institution propre à la Fédération suisse des journalistes (FSJ), devenue depuis impressum. A partir du 1^{er} janvier 2000, il s'est élargi à trois autres organisations professionnelles : 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) et la SSR sont venus compléter, depuis le 1^{er} juillet 2008, la représentation de la branche presse et média au sein du Conseil de la Presse. Les négociations ont notamment porté sur un certain nombre de points de la Déclaration des devoirs et droits des journalistes qui posaient problème aux éditeurs de journaux. Ci-dessous, le résumé des accords conclu à propos des points posant problème.

1.3.1 a) Résumé de l'accord de mars 2008 au sujet de la Déclaration des devoirs et droits des journalistes.

En se joignant à l'organisation à la base de la fondation «Conseil suisse de la presse», MÉDIAS SUISSES et la SSR reconnaissent le Conseil de la presse en tant qu'organe d'autorégulation pour la partie rédactionnelle des médias. En outre, ils adhèrent aux normes et à la pratique du Code des journalistes. Ses normes contraignantes d'un point de vue éthique ne peuvent pas être exécutés en droit. Dès lors la primauté que postule le Code des journalistes quant à la responsabilité envers l'opinion publique par rapport à celle envers l'employeur ne modifie en rien l'ordre des compétences selon le droit du travail. De même, les lois conformes à la Constitution et les jugements des tribunaux prononcés dans ce

cadre doivent être respectés. Sont réservés des cas légitimes, lorsqu'une objection commandée par la conscience amène à devoir prendre en compte l'éventualité d'une sanction.

Les journalistes ne peuvent réclamer la convention collective prévue par la «Déclaration des droits» par le biais d'une plainte au Conseil de la presse. Les parties se déclarent cependant expressément partisans du principe du partenariat social, en particulier du règlement supra-individuel des conditions de travail. Les éditrices et éditeurs et la SSR respectent ce faisant la liberté de coalition et reconnaissent le droit à la négociation des conventions collectives.

1.3.1 b) Composition du Conseil de fondation du Conseil de la presse / Financement

Après leur entrée, MÉDIAS SUISSES et la SSR ont également des sièges au sein du Conseil de fondation, mais les fédérations des journalistes y conservent la majorité des voix. Les nouveaux membres disposent toutefois d'une minorité de blocage quant aux décisions importantes (modifications du règlement de la Fondation, de la «Déclaration des devoirs et des droits du/de la journaliste» et du Règlement de procédure du Conseil suisse de la presse).

Les nouveaux adhérents versent une contribution en relation avec le nombre de leurs sièges au Conseil de fondation, qui s'ajoutera aux contributions des fédérations actuellement membres. S'ajouterait un versement unique au capital de la Fondation. MÉDIAS SUISSES recommande en outre à ses membres de soutenir la Fondation par un versement supplémentaire à titre individuel.

1.3.1 c) Extension des conditions d'éligibilité au CDP

Le Conseil suisse de la presse doit être composé de 21 membres comme jusqu'ici, dont six représentent l'opinion publique. A l'instar des journalistes professionnels serait dorénavant éligible quiconque exercerait une activité de publiciste importante dans la branche des médias.

1.3.1 d) Autres points importants de l'accord avec MÉDIAS SUISSES et la SSR

- Les nouveaux partenaires doivent inciter les rédactions à informer le public sur les positions prises par le Conseil de la presse et qui concernent leur propre média et à publier au moins un bref résumé de la prise de position les concernant.
- MÉDIAS SUISSES et la SSR devraient recommander aux rédactions de fixer les droits et devoirs des rédactions dans des statuts des rédactions ou tout autre texte analogue et d'y ancrer également le caractère éthiquement obligatoire du Code des journalistes. Ainsi est introduit un ajout au préambule de la «Déclaration»: «Il relève d'un compte rendu loyal de publier à tout le moins un bref résumé des prises de position du Conseil de la presse qui concernent son propre média»
- MÉDIAS SUISSES et la SSR agissent dans le cadre de leur possibilités à faire en sorte que les normes déontologiques de la «Déclaration des devoirs et des droits du/de la journaliste» et la pratique du Conseil de la presse deviennent partie intégrante de la formation initiale et de la formation continue. Cela concerne le cursus de la formation professionnelle dans l'entreprise et hors d'elle (écoles de journalisme, écoles supérieures spécialisée, universités). Sont impliqués aussi d'autres collaborateurs des médias (p.ex. cadres d'entreprise).
- Le Conseil de fondation a profité de l'opportunité pour réorganiser partiellement le contenu du règlement de manière logique et systématique, sans en changer le fond. C'est en particulier les règles sur la non-entrée en matière (nouvel article 10) qui ont fait l'objet d'une réécriture et d'une nouvelle articulation. Dans une note protocolaire supplémentaire de la SSR il est précisé et expliqué l'articulation entre les deux types de procédure (légales – éthique) et la répartition des tâches entre les deux types d'autorité (médiateurs et AIEP – CSP). S'il n'y a pas de procédure parallèle, le CSP conserve la même compétence qu'aujourd'hui. S'il y a par contre procédure parallèle devant les organes de contrôle de l'audiovisuel, le CSP n'entrerait en matière que lorsque le

plaignant fait valoir auprès de lui des questions éthiques fondamentales.

Plus d'informations: sur le site du Conseil Suisse de la Presse (www.presserat.ch → nouveautés → L'extension du cercle des membres de la Fondation).

Sur demande, le texte complet de la Convention concernant l'élargissement de la base de la Fondation du Conseil suisse de la presse et de ses annexes peut être obtenu auprès du secrétariat du CRFJ.

2. La déontologie du journalisme

2.1. Origine

Elle est née au début du siècle, pour deux raisons:

- la nécessité de protéger les journalistes et de définir leur place et leur fonction à l'intérieur de leurs entreprises, les journaux ayant passé du statut d'entreprises artisanales à celui d'entreprises industrielles; cette protection est liée à la professionnalisation du métier de journaliste ;
- la nécessité de protéger les journalistes contre les rigueurs de la justice en prévenant certaines infractions, notamment les délits contre l'honneur; l'idée étant qu'il est préférable de s'imposer spontanément une certaine discipline plutôt que de subir la contrainte des lois et des tribunaux.

Les premiers Conseils de la Presse et les premiers codes sont apparus dans les deux premières décennies du 20^e siècle, en Scandinavie. En France, le code de déontologie est précoce, puisqu'il date de 1918 et n'a été révisé qu'une fois en 1938.

2.2. En Suisse

En Suisse, le code de déontologie en vigueur est la Déclaration des devoirs et des droits du/de la journaliste, adoptée par l'Association de la presse suisse (APS, devenue par la suite la FSJ puis

impresum) le 17 juin 1972 à Berne. Ce texte a été révisé une première fois le 16 septembre 1994.

La Déclaration suisse est très proche de la Déclaration de Munich adoptée en novembre 1971 par les syndicats de journalistes des six pays alors membres de la Communauté européenne ; des délégués suisses avaient alors participé activement aux discussions.

A l'occasion de l'élargissement du Conseil de la Presse (voir 1.3), une refonte importante de la charte déontologique a été opérée, sans toucher à la structure qui rend le texte « eurocompatible ». Une disposition a été ajoutée à la Déclaration des devoirs concernant les diverses formes de discrimination, à l'instar de la révision opérée en 1986 par la Fédération internationale des journalistes (FIJ) pour sa propre Déclaration (voir 2.2 et 3.4). La Déclaration des droits a été complétée. En outre, chaque chiffre de la Déclaration des devoirs et la première lettre de la Déclaration des droits ont été assortis de « Directives ». Ces directives permettent de décliner les principes énoncés en fonction des pratiques professionnelles et de diverses situations concrètes. Elles consignent 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. Ces directives sont appelées à évoluer et à se développer, elles sont fréquemment modifiées et révisées.

2.3. Les grands textes de déontologie

Si l'on s'en tient à notre plus proche environnement géographique et politique, les principaux textes déontologiques sont, dans l'ordre chronologique:

- la Déclaration de la Fédération internationale des journalistes (FIJ), adoptée en 1954 au congrès de Bordeaux (révisée à Helsingor, Danemark, en juin 1986);
- la Déclaration de Munich de novembre 1971;
- la Déclaration de l'UNESCO sur les médias de 1983 énonçant des Principes internationaux de l'éthique professionnelle des journalistes, consécutifs à la Déclaration de l'Unesco de 1978 fondant le « Nouvel ordre mondial de l'information et de la

communication » ; l'UNESCO est toutefois revenue, en 1989 déjà, des principes du « Nomic » à une conception plus libérale de la circulation de l'information dans le monde.

2.4. Le contenu de la Déclaration des devoirs et des droits

La Déclaration proprement dite est constituée d'un préambule, suivi d'une déclaration des devoirs et d'une déclaration de droits.

Au titre d'introduction, il s'agit d'en dégager les axes principaux, car la Déclaration elle-même se donne à lire dans un certain désordre.

Ces axes sont au nombre de trois, qui correspondent à des principes fondamentaux (ou valeurs). On peut les désigner de la manière suivante:

- la *liberté* comme condition de toute pratique journalistique et de toute éthique;
- la *vérité* comme valeur essentielle de l'information;
- la *respect de la personne humaine*, à la fois comme limite à la liberté d'informer et comme fin de toute communication sociale.

3. L'analyse de la Déclaration

3.1. Le principe de liberté

Le principe de liberté se décline selon deux ordres : la liberté de l'information, liée à la mission publique de la presse ; l'indépendance du journaliste.

3.1.1. La liberté de l'information

C'est un aspect essentiel, qui est mentionné dans le préambule. L'information est protégée, de même que la libre expression et la critique dans un but bien précis: le droit du citoyen à disposer d'un certain nombre de connaissances, afin qu'il puisse former sa propre opinion et participer, selon les procédures habituelles de la démocratie, à l'expression de l'opinion publique et à la formation de la volonté politique.

L'expression « le droit à l'information », qui figure à la première ligne de la Déclaration, reste toutefois problématique. Le Tribunal fédéral donne de la liberté de la presse une définition plutôt restrictive: est ainsi garantie « la liberté de recevoir et de diffuser des informations et des opinions, y compris la liberté de s'informer aux sources accessibles de manière générale » (ATF 104 Ia 97, *Schweizerische Journalisten-Union*). Le TF s'aligne donc sur la Convention européenne des droits de l'homme, qui fait partie de l'ordre constitutionnel suisse depuis 1974. Contrairement à la Déclaration universelle des droits de l'homme des Nations Unies (1948), le Tribunal fédéral ne parle donc pas de rechercher des informations - ce qui pourrait entraîner une discussion sur l'éventuel devoir d'informer de la part des autorités.

Il faut toutefois noter une évolution importante : après l'entrée en vigueur d'une loi bernoise sur l'information du public (1995), la Confédération et plusieurs cantons (*Soleure, Jura, Genève, Argovie, Vaud, Neuchâtel, Valais, Fribourg, Zurich, Schwytz, Uri et Tessin*) ont entrepris de mener des réformes dans le même sens. La réforme genevoise a abouti en 2001 : la Loi sur l'information du public et

l'accès aux documents (LIPAD) est entrée en vigueur le 1^{er} mars 2002.

La légitimation du travail journalistique repose donc sur une fonction civique, ou politique: le « droit du public à connaître les faits et les opinions ». C'est pourquoi la Déclaration situe la responsabilité des journalistes en tout premier lieu « envers le public ».

Cette mise en évidence de la responsabilité envers le public - par rapport à celle assumée « à l'égard de tiers, pouvoirs publics et employeurs notamment » - explique en partie le fait que les éditeurs suisses se soient longtemps montrés réticents à l'égard de la Déclaration et qu'ils n'aient pas voulu s'y rallier - alors que les éditeurs allemands se sont associés au *Pressekodex*. Les éditeurs considèrent en effet que les plaintes pour atteintes à l'honneur peuvent les concerner directement, ainsi que les atteintes à la personnalité, par le fait des dommages et intérêts. Ils estiment donc sur ce point être autant que le public en mesure de requérir la responsabilité des journalistes, notamment par l'intermédiaire de la hiérarchie rédactionnelle. On peut dès lors considérer comme une évolution notable le fait que l'association faîtière des éditeurs MÉDIAS SUISSES ait considéré d'un œil favorable la participation au Conseil de la presse de la Conférence des rédacteurs en chef et accepté d'en assumer la participation financière au fonctionnement de l'institution.

A cela s'ajoute dans le préambule une précision qui signale clairement que la Déclaration appartient à l'univers de la morale. Il est dit que les journalistes s'imposent « spontanément » les règles nécessaires à l'accomplissement de leur mission d'information.

Cet adverbe marque toute la différence entre l'univers de la déontologie et celui du droit, qui impose une contrainte et la traduit au besoin par une sanction. C'est ce qui différencie l'ordre de la morale (l'action *par* devoir) et l'ordre de la légalité (l'action *conforme au* devoir). L'application de la déontologie est spontanée. C'est pourquoi le Conseil de la Presse n'a aucun pouvoir de sanction.

3.1.2. L'indépendance du journaliste

Tout acte moral suppose une certaine liberté. Mais les actes journalistiques eux-mêmes sont « encadrés ». Il faut donc qu'une liberté assez large soit assurée par l'ordre constitutionnel aux organisations (c'est-à-dire aux entreprises), ainsi qu'à la profession. La liberté dont il est question concerne donc à la fois les journalistes (ainsi d'ailleurs que les éditeurs et autres agents directement impliqués dans l'information) comme individus et les médias comme organisations sociales. C'est cette idée que recouvre la notion de liberté de la presse, comme catégorie de la liberté d'expression.

La Déclaration met en relation la liberté de l'information et l'indépendance individuelle des journalistes:

« Défendre la liberté d'information et les droits qu'elle implique, la liberté du commentaire et de la critique, l'indépendance et la dignité de la profession » (chiffre 2).

L'affirmation de l'indépendance des journalistes se déploie dans les derniers articles de la déclaration des devoirs (chiffres 9, 10 et 11) et dans l'ensemble de la déclaration des droits.

Quelques aspects doivent être mentionnés.

a. Avantages et petits cadeaux

Le premier touche au désintéressement. C'est à lui que fait allusion le chiffre 9:

« N'accepter aucun avantage, ni aucune promesse qui pourraient limiter son indépendance professionnelle ou l'expression de sa propre opinion ».

Si l'indépendance professionnelle est compromise, cela signifie que la condition préalable à l'exercice du métier n'est pas remplie. Par conséquent, la capacité de rechercher ou de respecter la vérité devient problématique.

De manière très concrète, cette disposition concerne toutes les formes de séduction déployées pour obtenir des journalistes un article ou une émission favorable. Cela ne signifie pas qu'il faille s'interdire à jamais tout article ou toute émission favorable. Cela signifie qu'il ne peut s'agir de faveurs de commande, de complaisance.

Ce qui est en jeu, ici, c'est la pratique:

- des petits cadeaux;
- des déjeuners aux meilleures tables;
- des voyages de presse;
- des avantages (réductions sur des achats ou des services, etc.)

Les journalistes ne sont pas toujours estimés. Ils sont parfois craints. Ils sont toujours courtisés. Ce qui est une manière de les mépriser.

Que faire? Bernard Béguin, qui fut président du Conseil de la Presse, répondait aux jeunes journalistes qui lui demandaient s'ils pouvaient accepter des cadeaux: « Non, mais... » Et il ajoutait: « Tout est dans le mais ». Il y a des cadeaux d'hospitalité que l'on ne peut pas refuser sans vexer son hôte... mais ces présents ne doivent pas être disproportionnés.

Aux yeux de Bernard Béguin, la disproportion était située entre le revenu de l'hôte et celui du journaliste. Et il donnait cette règle: « Vous pouvez accepter un cadeau si, en rentrant, vous pouvez en parler à vos collègues de la rédaction. » Parce que si vous pouvez en parler, c'est que votre reportage ou votre compte rendu n'apparaîtra pas comme un grossier, ni même comme un subtil remerciement. Parce qu'il ne sera pas complaisant.

Des exemples?

Le stylo et le bloc-notes qui sont offerts lors d'une conférence de presse, le verre d'eau minérale ou même de blanc qui est servi, ne paraissent pas de nature à compromettre l'indépendance d'un journaliste.

Le déjeuner à une bonne table est plus embarrassant. Non pas à cause du montant de la note, mais de la connivence qui s'installe à la faveur d'un repas et qui prépare à toutes les indulgences et familiarités à l'heure du café, du pousse-café et des cigares.

La conférence de presse organisée à Gstaad pendant deux jours (ou aux Baléares lors d'un week-end prolongé) est franchement suspecte. Elle est, selon les cas, « incontournable » pour obtenir des informations sans attendre et à la meilleure source.

Et pour parler disproportion: une visite des usines Fiat à Turin assortie de la remise d'un porte-documents en cuir ne pose pas de gros problème. Mais le retour de la visite au volant de la nouvelle *Tipo* est un évident dérapage!

Il faut donc faire preuve de discernement. Laisser au besoin sur la table le cadeau embarrassant (sans agressivité et discrètement). Savoir décliner une invitation par trop enrobée (sous l'aspect gastronomique ou touristique) et demander l'envoi de la documentation, en expliquant poliment vos raisons; et rédiger un article sobre et sérieux sur le sujet. Réserver sa liberté, en acceptant une invitation à un voyage de presse trop évidemment orienté - et d'accord avec les responsables de la rédaction - de ne rien écrire au retour: peu de nos journaux ont les moyens financiers de la politique rigoureuse adoptée par quelques grands titres, par exemple par le *Financial Times*, et qui consiste à ne voyager à l'étranger qu'aux frais du journal.

Se souvenir surtout que la liberté est une condition de la vérité. Donc ne pas s'en laisser conter. Montrer que le cadeau ou le contexte n'empêche pas de poser des questions dérangeantes ni d'émettre des critiques. Montrer, en somme, que les journalistes ne sont pas à vendre.

b. Journalisme et publicité

Ce ne sont pas les annonceurs qui dictent les sujets des journalistes, ni qui leur en indiquent l'orientation. C'est ce que

précise le chiffre 10 : « S'interdire de confondre le métier de journaliste avec celui de publicitaire ; n'accepter aucune consigne, directe ou indirecte, des annonceurs publicitaires. »

Cela implique deux devoirs.

Le premier est de discernement. Où s'arrête l'information et où commence la complaisance? L'ouverture d'un nouveau supermarché, de la succursale d'une banque, l'organisation d'une semaine commerciale d'un grand magasin, les quinzaines gastronomiques, tout cela intéresse les lecteurs d'un journal local et peut être relaté sans inhibition. Mais le ton doit rester sobre: information et non propagande.

Les zones critiques: la chronique automobile, la chronique touristique, la mode (le prêt-à-porter du grand magasin local). Il faut être conscient aussi de l'ambiguïté de certaines activités journalistiques (les avant-premières de spectacles ou de rencontres sportives, par exemple).

Le second devoir est de réserve : ne pas prêter sa plume, son visage ou son nom à la publicité. Cela signifie:

- Refuser dans la règle de rédiger et de signer des **publi-reportages**. On peut admettre, de la part de journalistes ou stagiaires libres qui auraient de la peine à « nouer les deux bouts », des dérogations occasionnelles; mais à la condition que ces contributions ne soient jamais signées, afin de ne pas dévaloriser la signature. Si ces contributions devaient être régulières, il est préférable de changer de métier (le métier de rédacteur publicitaire, ou *texter*, existe... et il est bien rémunéré!). Le Conseil de la Presse a désavoué un éditeur qui faisait pression sur un stagiaire pour qu'il rédige un texte publicitaire.

- Se montrer vigilant à l'égard de tous les **agents de relations publiques**, qui cherchent à obtenir du « rédactionnel »: autrement dit, à diffuser un message de caractère valorisant sans passer par la publicité; la règle est ici la même que pour le premier point: discerner ce qui est vraiment d'intérêt public, ne pas céder à la complaisance.

- Ne pas prêter son nom ni son visage à des campagnes de publicité, sauf si celles-ci concernent le média qui emploie le journaliste. La question peut se poser à propos de « bonnes causes ». Mais où commencent et où s'arrêtent les bonnes causes? La Croix Rouge, certes. Mais les transports en commun (cas des TPG à Genève)? Il est préférable de s'en tenir à une attitude purement rédactionnelle: un journaliste à le privilège de pouvoir s'exprimer publiquement; s'il tient à une bonne cause, qu'il la défende donc, d'accord avec son rédacteur en chef ou son directeur, par un article ou une émission!

c. Les protections de la Déclaration des droits

Les dispositions de la Déclaration des droits reprennent des éléments du préambule (droit à l'information) et décrivent les conditions matérielles de l'emploi et des relations internes. D'un point de vue déontologique, deux éléments doivent être notamment relevés:

- la **clause de conscience** (lettre b), soit le droit pour le journaliste de n'accomplir aucun acte professionnel qui soit contraire aux règles de sa profession ou à sa conscience; cette clause se retrouve, avec sa réciproque, dans la Convention collective (art. 9 al. 1): « Un journaliste ne peut être contraint de publier sous sa signature une opinion contraire à sa conviction. Il ne peut s'opposer à la publication de textes contraires à cette dernière ».

- la mention d'une **ligne rédactionnelle** (lettre c), qui a été signalée plus haut comme l'un des éléments de l'encadrement du travail journalistique; cette disposition correspond également à la CCT, qui prévoit que le rédacteur s'y conforme (art. 6 al. 2), mais aussi qu'il est protégé contre un changement de cette ligne (art. 9 al. 2, 3 et 4).

L'ensemble de ces dispositions contribue à garantir au journaliste son indépendance.

3.2. La vérité comme valeur essentielle

Il n'est pas question ici de la vérité au sens philosophique. Mais simplement de la vérité de fait dont la mise au jour relève des procédures du métier.

Quelques notions fondamentales doivent cependant être sommairement précisées.

3.2.1. Notions de base

La vérité est conforme à la nature même de l'information. Si une information n'est pas vraie, elle n'est pas une information: elle est un mensonge, une tromperie, un acte de manipulation. Il est donc essentiel que les journalistes ne renoncent jamais à rechercher et respecter la vérité.

L'objectivité ne s'identifie pas à la vérité. Elle désigne la relation entre la réalité, telle qu'elle est perçue, et la vérité. Elle est affaire de méthode.

Le réflexe est courant parmi les journalistes (notamment en France) de dire: « L'objectivité, ça n'existe pas. Parlons plutôt d'honnêteté! » Cette approche est trop commode. Car si l'objectivité est, en effet, un idéal, l'effort pour y tendre ne doit pas être considéré à l'avance comme vain ou démesuré.

Cela étant, il faut noter que le terme « objectivité » ne figure pas comme tel dans la Déclaration. Cette omission est intentionnelle : elle vise à laisser un espace au journalisme engagé et, d'une façon générale, à protéger l'expression libre des opinions. Dans cet esprit, la recherche de la vérité passe:

- au niveau *des faits*: par une *conduite* d'objectivité impliquant une rigueur dans la méthode, comme condition de l'exactitude;
- au niveau *de l'interprétation*, du commentaire: par une attitude fondée sur l'impartialité, comme condition de la justesse (l'absence de préjugé, *d'a priori*, n'interdit pas une opinion; elle n'a donc pas pour conséquence l'observation d'une stricte neutralité);

- au niveau *du récit journalistique* : par une recherche d'authenticité personnelle (c'est ici que se situe la partie créatrice de l'oeuvre journalistique), comme condition de la véridicité ; cette exigence d'authenticité exclut toute forme de « bidonnage ».

Exactitude des faits, justesse des jugements et véridicité des récits concourent à la recherche de la vérité. Cette triple exigence est donc contenue dans le chiffre 1 de la Déclaration des devoirs.

3.2.2. La rigueur dans la méthode

C'est le chiffre 3. Il est très important, résumant en quelques lignes **les conditions principales du sérieux, de l'honnêteté et de la loyauté** (*fairness*) **journalistiques**. Ces conditions tiennent:

- à la connaissance de l'origine des informations, donc à l'identification des sources (contre le risque de manipulation);
- au respect des éléments constitutifs de l'information (contre la tentation de partialité);
- au fait de ne dénaturer aucun texte, document, image ou son (contre la falsification);
- au fait de donner pour telles les nouvelles non confirmées (le conditionnel ne suffit pas!);
- au fait de signaler comme tels les montages photographiques ou sonores.

A ces conditions, l'ancien texte de la Déclaration ajoutait sous le même chiffre le respect « des embargos qui se justifient ». Cette disposition est désormais rattachée au chiffre 4, sous forme d'une directive : elle relève, en effet, de la **loyauté des méthodes** (voir 3.2.3).

A la rigueur professionnelle appartient enfin le **devoir de rectification** (chiffre 5). Aussitôt qu'un journaliste est au courant d'une erreur matérielle (portant donc sur des faits), il doit la

rectifier spontanément et de manière assez visible. Il ne faut attendre ni la lettre de lecteur de la personne concernée, ni la demande de droit de réponse, ni la plainte en diffamation. La rectification s'opère pour le lecteur, qui a droit à une information correcte. Et au besoin, un journaliste ne déchoit en rien en présentant des excuses, comme le requiert la déontologie des journalistes britanniques ou allemands.

Il n'existe aucun journal ni aucun journaliste qui ne se soit jamais trompé. Les journaux et les journalistes sérieux ne sont donc pas ceux qui ne se trompent pas, mais ceux qui savent rectifier leurs erreurs.

3.2.3. La correction professionnelle du journaliste

Il s'agit ici de l'honnêteté au sens le plus courant. Une information, cela se gagne par un travail de recherche, cela ne se vole pas. C'est ce que signifie la condamnation des méthodes déloyales (chiffre 4). La Charte du journaliste français précise qu'un journaliste digne de ce nom ne confond pas son rôle avec celui d'un policier. On peut ajouter: ni ses pratiques avec les méthodes policières. Tous les moyens de basse police, substitution de courrier, écoute téléphonique, perquisition, etc., doivent être proscrits. Et bien entendu le vol de documents (ou leur copie sans autorisation), le chantage ou autres pressions. La Déclaration ajoute aux méthodes déloyales l'interdiction de "manipuler ou faire manipuler des images par des tiers en vue de les falsifier".

La correction commande, d'autre part, de **se faire connaître comme journaliste, afin de ne pas abuser ses interlocuteurs.**

Pourtant, il faut admettre l'existence de cas-limites. Il se peut que le fait de décliner sa qualité de journaliste ferme des portes ou expose à des tentatives de manipulation (on dit ce qu'on veut bien dire, on montre ce qu'on veut bien montrer, en jouant la comédie de la transparence).

Seule une réflexion éthique peut répondre à la question: faut-il mettre entre parenthèses une règle de la déontologie au nom de principes supérieurs, la vérité et le droit que le public a de la connaître? Attention de ne pas répondre trop vite! Le Code de

conduite des journalistes britanniques précise: « **L'utilisation d'autres moyens** (*réd.* que les moyens loyaux) ne peut être justifiée que par des considérations incontestables d'intérêt public. Un journaliste est en droit d'opposer une objection de conscience à l'utilisation de tels moyens. »

Le **plagiat** est également du vol. C'est pourquoi il est mentionné sous le chiffre 4. Dans les rédactions, il est un démarquage trop proche de l'original. Si l'on reprend le *scoop* d'un confrère, il ne faut pas laisser entendre au lecteur ou à l'auditeur qu'on l'a découvert tout seul. Il faut donc citer la source. Et quand on reproduit une dépêche d'agence, qui cite toujours l'origine de son information, il ne faut pas biffer le nom d'un confrère, même s'il s'agit d'un concurrent. Le lecteur (ou l'auditeur) n'est pas si sot: il sait aussi reconnaître l'élégance, et par conséquent son contraire, la mesquinerie.

Le respect des embargos relève lui aussi de la correction professionnelle. **L'embargo** consiste en la mention d'une date et d'une heure arrêtées par l'émetteur de l'information pour sa publication ou sa diffusion dans le public. Il accompagne donc des textes et documents envoyés à l'avance aux rédactions, principalement dans le but de leur permettre d'en prendre connaissance et de préparer leur propre information (graphiques, recherches complémentaires, etc.). L'embargo vise donc à faciliter le travail journalistique, en prévision de la ratification d'une décision, d'une conférence de presse portant sur un sujet complexe, etc.

Il peut être lié aussi à des échéances contraignantes pour l'émetteur (information interne du personnel d'une entreprise, remise d'un rapport d'une commission parlementaire...), qui font qu'une information prématurée au public aurait des effets désastreux sur les intéressés.

Dans les deux cas, l'embargo « se justifie »:

- à l'égard des confrères qui ont reçu le même document et qui respectent l'embargo: violer un embargo n'est pas un *scoop*, c'est un acte professionnel sans gloire qui s'apparente à la resquille ;

- à l'égard de la source, qui serait trompés dans sa volonté de transparence à l'égard de l'information.

Cela dit, des textes arrivent dans les rédactions en étant frappés d'un embargo à première vue peu justifié ou même infondé. Le conseil est alors le suivant:

1° Prendre contact avec l'émetteur pour le convaincre de lever son embargo et d'en informer lui-même tous les organes de presse qui l'ont reçu.

2° S'il est impossible de le convaincre et qu'une publication paraît s'imposer « dans l'intérêt public », en informer l'émetteur et prendre sur soi d'avertir les confrères et concurrents de sa décision de passer outre; c'est une affaire de loyauté confraternelle.

Le dernier aspect de la correction professionnelle concerne **le rapport aux sources**: « garder le secret rédactionnel ; ne pas révéler les sources des informations obtenues confidentiellement » (chiffre 6). Le secret professionnel est imposé aux membres de certaines professions pour qu'ils ne divulguent pas ce qui leur a été confié: ainsi les médecins, les pasteurs ou les prêtres, les notaires (art. 321 CPS). Le propre du journaliste est au contraire de divulguer, sous forme d'information, ce qui lui a été communiqué. En ce qui le concerne, il vaut donc mieux parler de *secret rédactionnel*.

De quoi s'agit-il? Du devoir pour le journaliste de taire la source d'informations (diffusées ou non) obtenues confidentiellement. Le journaliste peut être, en effet, prié de dévoiler ses sources dans une situation particulière: lorsqu'il est appelé comme témoin dans un procès dont la cause a un rapport avec le contenu d'une enquête ou d'une information dont il est l'auteur. C'est pourquoi, on parle aussi d'un refus de témoigner ou, lorsque ce refus est admis, d'une dispense de témoigner.

Le secret rédactionnel est reconnu par le droit allemand et le droit français. Il l'est d'autre part, sous une forme plus limitée, en Italie. Sa reconnaissance en droit suisse est récente. Les Chambres fédérales ont procédé à une modification du Code pénal le 10

octobre 1997, qui est entrée en vigueur le 1^{er} avril 1998. Un article 27 bis a été ajouté ; il admet le refus de témoigner des professionnels des médias qui « participent à la publication d'informations dans la partie rédactionnelle d'un média à caractère périodique ». Mais cette reconnaissance de la confidentialité des sources reste conditionnelle. Un journaliste n'aura pas le droit de garder le secret en cas de danger imminent d'atteinte à la vie ou à l'intégrité corporelle d'une personne. Il sera également sommé de témoigner lorsque son témoignage sera considéré comme indispensable à la résolution d'un crime, ou à l'arrestation de la personne inculpée d'un tel acte. Le crime en question devra toutefois revêtir, selon la loi, une certaine gravité (peine minimum de trois ans de réclusion). La loi établit la liste d'une vingtaine de crimes et délits, dans laquelle se lisent des préoccupations du temps (corruption, blanchiment d'argent, pédophilie, etc.).

Genève avait procédé en avril 1992 déjà à une réforme de son code de procédure pénale, reconnaissant le principe du secret rédactionnel, en assortissant toutefois la dispense de témoigner de dérogations lorsque l'information porte sur des crimes graves. Berne en avait fait de même en mars 1995.

Un arrêt de la Cour européenne des droits de l'homme (Goodwin contre Royaume-Uni, du 27 mars 1996) avait consacré la protection des sources journalistiques (« l'une des pierres angulaires de la liberté de la presse ») et pratiquement réglé la question. La réforme opérée en Suisse peut être considérée comme un pas important, mais limité en raison du nombre et de la diversité des exceptions. L'évolution positive du droit modifie les données du problème, mais elle ne le supprime pas : il peut se trouver des situations où le journaliste doit persister dans son refus de témoigner, même si le juge considère que le respect de la confidentialité des sources n'est pas applicable aux termes de la loi. A l'inverse, le refus de témoigner n'est pas, éthiquement, un devoir absolu. Il est soumis à des limites.

3.3. Le respect de la personne humaine comme limite et comme fin

La différence entre la déontologie et le droit, entre le devoir moral et l'obligation légale, conditionne aussi la lecture de l'article portant sur la protection de la personnalité et sur les atteintes à l'honneur (chiffre 7). Pour l'essentiel, en effet, cet article recouvre les dispositions légales sur les atteintes à l'honneur (Code pénal) et sur la protection de la personnalité (Code civil), ainsi que les nouvelles dispositions pénales contre le racisme et l'antisémitisme. Sur ce dernier point, toutefois, on a pu considérer que la formulation de la Déclaration des devoirs et des droits était trop pauvre, comparée à d'autres textes déontologiques modernes.

C'est pourquoi le Conseil de la presse a ajouté un chiffre nouveau (le chiffre 8) à la Déclaration des devoirs, visant à ancrer dans ce texte le respect de la dignité humaine : « **Respecter la dignité humaine** ; le/la journaliste doit éviter toute allusion, par le texte, l'image et le son, à l'appartenance ethnique ou nationale d'une personne, à sa religion, à son sexe ou à l'orientation de ses mœurs sexuelles, ainsi qu'à toute maladie ou handicap d'ordre physique ou mental, qui aurait un caractère discriminatoire ; le compte rendu, par le texte, l'image et le son, de la guerre, d'actes terroristes, d'accidents et de catastrophes trouve ses limites dans le respect devant la souffrance des victimes et les sentiments de leurs proches. »

En somme, il s'agit de respecter la personne qui est objet d'une information et tout autant la personne à qui cette information est destinée (le public). Kant voyait dans toute personne humaine une fin et non un moyen (le moyen d'une information « saignante »!).

C'est dans le respect de la personne humaine, confronté au droit du public à connaître la vérité, que l'information trouve sa limite: toute vérité n'est pas bonne à dire.

La déontologie professionnelle n'interdit à aucun journaliste, dans ces domaines qui sont parmi les plus exposés à la critique de la part du public, de faire plus et mieux que les dispositions d'un code particulier.

Dans la mesure où elle exprime une série de normes morales, qui s'imposent comme des « obligations spontanées », la déontologie professionnelle reste soumise à l'éclairage supérieur de l'éthique, qui implique une interrogation, un regard critique (même sur les règles de la déontologie) et vise « ce qui est estimé bon » (Paul Ricoeur). A tous égards, le mot-clé de la déontologie est donc le discernement. Cela signifie qu'il faut savoir au besoin prendre le temps de réfléchir.

4. Bibliographie

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

BERTRAND, Claude-Jean : *La déontologie des médias*. PUF « Que sais-je ? », Paris, 1997.

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. Pour une éthique de l'information*. Labor et Fides, Genève, 1994 (épuisé).

CORNU, Daniel : *Ethique de l'information*. PUF « Que sais-je ? », Paris, 1999 (2^{ème} édition).

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

DU ROY, Albert: *Le serment de Théophraste. L'examen de conscience d'un journaliste*. Flammarion, Paris, 1992.

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.

WOODROW, Alain: *Information Manipulation*. Editions du Félin, Paris, 1991.

Plus d'informations: sur le site du Conseil Suisse de la Presse (www.presserat.ch → nouveautés → L'extension du cercle des membres de la Fondation).

Sur demande, le texte complet de la Convention concernant l'élargissement de la base de la Fondation du Conseil suisse de la presse et de ses annexes peut être obtenu auprès du secrétariat du CRFJ.

Juillet 2012
CENTRE DE FORMATION AU JOURNALISME ET AUX MEDIAS
Florimont 1, 1006 Lausanne
Tél. : 021 - 343 40 70 - Fax : 021 - 343 40 71 -
E-mail : secretariat@cfjm.ch