



Media training

La charte du CFJM

Préambule

Le media training proposé par le CFJM a pour objectif de favoriser une meilleure qualité d'expression dans la presse et les médias audiovisuels. Il s'adresse à toute personne amenée, du fait de sa situation professionnelle ou ses mandats associatifs ou politiques, à s'exprimer publiquement.

Le CFJM considère qu'il est dans l'intérêt même des journalistes et des médias d'information de voir s'améliorer la qualité d'expression et d'argumentation des interlocuteurs qu'ils rencontrent ou auxquels ils peuvent être confrontés dans le cadre de leur activité. En cela, le media training du CFJM sert l'intérêt à la fois de la profession journalistique, des personnes qui s'expriment dans les médias et du public en général.

Article 1

Les formations en media training du CFJM visent à favoriser la précision du langage, la qualité de l'expression et l'efficacité de l'argumentation des participants.

Article 2

En accord avec la Déclaration des devoirs et des droits des journalistes du Conseil suisse de la presse, le CFJM garantit l'indépendance de ses intervenants.es et veille à ce qu'il n'y ait pas de conflits d'intérêt entre ses clients d'une part et le Centre ou ses formateurs d'autre part.

Article 3

Le media training ne porte pas sur le contenu de la communication du client, mais sur les techniques de prise de parole, en public, face à un micro ou à une caméra, en différé ou en direct. L'objectif est de permettre aux personnes formées de se sentir à l'aise dans toutes les conditions et de faire passer leur message de manière claire, structurée et efficace.

Article 4

Le CFJM s'interdit de dispenser des méthodes d'obstruction dans les échanges professionnels avec les journalistes et les médias ou visant à contourner le questionnement journalistique.

Article 5

Le CFJM s'engage à n'exclure aucune demande de participation à un média training. En revanche, il n'accueille aucune entité ou individu qui défend des thèses se situant hors du cadre légal applicable en Suisse.

Article 6

Le CFJM n'entre pas en matière lorsqu'il s'agit d'aider à promouvoir un produit, un service ou des intérêts commerciaux.

Article 7

Dans le cadre du media training, le CFJM attire l'attention des participants sur les besoins des médias, ainsi que sur les devoirs et droits des journalistes et les impératifs liés à l'exercice de la profession.

Article 8

Par définition, les formateurs chargés du media training du CFJM viennent tous du journalisme et disposent d'une formation ou d'une expérience adéquate.