

Sommaire :

[Le CDJ à propos de Wikileaks : de la distance, svpl.](#)

[En neuf mois, 8 avis rendus sur plaintes, 4 débats de fond](#)

[Réaffirmer et adapter la déontologie : Publicité, vie privée et forums en ligne au menu du Conseil](#)

[26 plaintes, 8 avis, 2 médiations : Des « fautes » qui font réfléchir](#)

[Journalistes et futurs journalistes : Informer ceux qui informent](#)

[Un travail d'équipe](#)

[Nous contacter](#)

**A diffuser largement. Vous souhaitez recevoir régulièrement ce bulletin ?
Envoyez « inscription » à info@deontologiejournalistique.be**

Le CDJ à propos de Wikileaks : de la distance, svpl.

« Attention, le respect du secret des sources ne peut servir de prétexte à publier n'importe quelle information sans la mettre en perspective en fonction de son origine. » Telle est la conclusion tirée par le Conseil de déontologie journalistique (CDJ), ce 8 septembre, à l'issue d'un débat sur la publication par le site *Wikileaks* d'extraits du dossier Dutroux.

Ces extraits, déjà largement connus des médias belges depuis plusieurs années, ont été mis en ligne sur *Wikileaks* en avril 2009. Ils sont présentés comme « un résumé des dates-clés, des personnes, des communications et des transferts financiers relatifs à l'infâmante affaire Dutroux (1986-1996) ». Fin août 2010, l'information a été relayée par la presse belge. La plupart des médias – mais pas tous – ont souligné le fait que les 1235 pages en question contiennent des accusations contre des personnes pourtant mises depuis lors hors de cause, de même que des témoignages dont l'absence de crédibilité a été entre-temps établie.

Le CDJ rappelle que le travail journalistique implique une sélection, une mise en perspective et une prise de distance envers les informations reçues. Ces exigences mènent notamment à mettre le public en garde en fonction du niveau de crédibilité des sources de ces informations. Elles sont d'autant plus fortes que des personnes sont nommément citées alors qu'elles n'ont rien à voir avec cette affaire ou y ont été mises à tort en cause.

Pour une analyse de Wikileaks (extérieure au CDJ) : <http://www.comu.ucl.ac.be/ORM/CartesBlanches/0014Camille.pdf>

En neuf mois

8 avis rendus sur plaintes, 4 débats de fond

En neuf mois de fonctionnement, le Conseil de déontologie journalistique (CDJ) a entamé une réflexion sur quatre thèmes liés à la déontologie journalistique et a rendu huit avis sur des plaintes qui lui ont été soumises. Deux de ces avis déclarent les plaintes fondées, au moins partiellement.

Mis en place en décembre 2009, le Conseil de déontologie journalistique (CDJ) a désormais trouvé son rythme de croisière. Trois groupes de travail ont été créés, pour répondre à la première mission du CDJ : « codifier » la déontologie, c.-à-d. rassembler les textes existants, les confronter à la pratique et reformuler, compléter, réaffirmer, adapter... en fonction des besoins.

L'identification par les médias des personnes impliquées dans un contexte judiciaire, la dualité publicité / information rédactionnelle et la modération des forums ouverts aux internautes sur les sites des médias : ce sont trois des thèmes sur lesquels le CDJ a commencé à plancher en vue d'aboutir, probablement, à de nouvelles recommandations aux médias et aux journalistes. Un quatrième thème (les bonnes pratiques en matière de relations avec les sources d'information) est aussi en chantier, selon d'autres modalités. [lien](#)

Le CDJ a aussi reçu et traité des plaintes relatives à des cas particuliers. 26 dossiers ont été ouverts, mais la majorité n'a pas donné lieu à un avis final, les plaignants ne fournissant pas toutes les informations nécessaires. Huit plaintes ont abouti à un avis, mais deux seulement ont été considérées comme fondées, partiellement. Elles concernent des quotidiens de presse écrite. Un dossier de plainte est en cours de traitement.

Puisque la mission du CDJ consiste d'abord à améliorer globalement le respect de la déontologie, le Conseil a été attentif à formuler, chaque fois que c'est possible à propos d'une plainte, fondée ou non, des recommandations qui dépassent le cas particulier. [lien](#)

Tous les cas d'espèce présentés au Conseil de déontologie ne donnent cependant pas lieu à une plainte. Certains alimentent le travail mené sur les thèmes cités plus haut. D'autres débouchent sur une solution amiable, résultat du rôle de médiateur que le secrétariat général du CDJ doit jouer. Peu spectaculaires, ces démarches sont cependant fort utiles, en rendant les rédactions et les journalistes plus attentifs à l'avenir sans passer par une plainte formelle à leur égard. [lien](#)

Enfin, le secrétaire général du Conseil a mené un certain nombre d'autres activités annexes, principalement orientées vers l'information sur la déontologie et sur le rôle du CDJ, vers le public, vers les journalistes dans les rédactions et vers les futurs journalistes. Sans parler, bien entendu, de l'organisation du fonctionnement de cette nouvelle instance, inédite en Belgique francophone et germanophone, et pour laquelle tout est à inventer. [lien](#)

Réaffirmer et adapter la déontologie

Publicité, vie privée et forums en ligne au menu du Conseil

« Réaffirmer et adapter » la déontologie journalistique : ainsi *La Libre Belgique* titrait-elle en février dernier un article consacré au Conseil de déontologie journalistique. Ce titre résume bien la première mission confiée au CDJ par le décret qui a permis sa création : « codifier, affiner et compléter les règles déontologiques applicables au traitement de l'information dans les médias ».

[Sommaire](#)

Dès la fin 2009, le secrétariat général a reçu des messages, demandes, interpellations... qui ont conduit le CDJ à déclarer prioritaires trois thèmes sur lesquels une réflexion est nécessaire : la relation ambiguë entre publicité et information rédactionnelle ; la manière d'identifier, dans les médias, les personnes impliquées dans un contexte judiciaire ; et le type de régulation déontologique souhaitable pour les forums ouverts aux internautes sur les sites des médias. Trois domaines pour lesquels les objectifs sont sans doute différents : réaffirmer des principes à propos de la publicité, dont la différenciation avec l'information journalistique est de plus en plus difficile ; affiner les règles, en ce qui concerne l'identification des personnes, en tenant compte de la pratique actuelle ; et innover à propos de la modération des forums, un terrain en friche du point de vue déontologique.

Trois groupes de travail ont donc été créés, avec pour mission de proposer une recommandation ou une directive, selon les cas, voire des conseils de bonne pratique déontologique. Ce travail devrait aboutir à l'automne avec, en arrière-fond, une préoccupation commune : dans chaque cas, où placer le curseur entre, d'une part le pragmatisme total (tout ce qui se fait est bon) et d'autre part l'« intégrisme » déontologique (les règles sont intangibles) ?

Un quatrième thème est en réflexion, mais de manière différente : l'élaboration d'un guide de bonnes pratiques en matière de relation avec les sources d'information. Quelques cas récents, à propos d'embargo notamment, ont posé problème. L'Association professionnelle des journalistes (AJP) a entamé un travail à ce sujet, transféré au CDJ après la création de celui-ci. Objectif : que les médias et les sources d'information, aux intérêts différents mais souvent complémentaires, respectent, dans leurs relations, les contraintes et la déontologie de chacun.

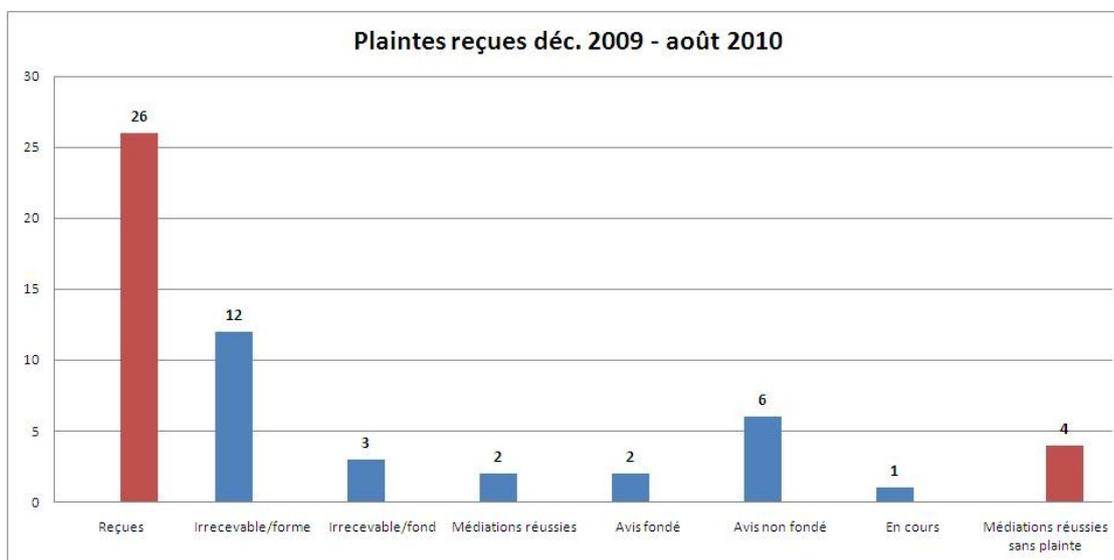
Rendez-vous dans le premier rapport annuel du CDJ, au début 2011, pour en savoir plus...

26 plaintes, 8 avis, 2 médiations

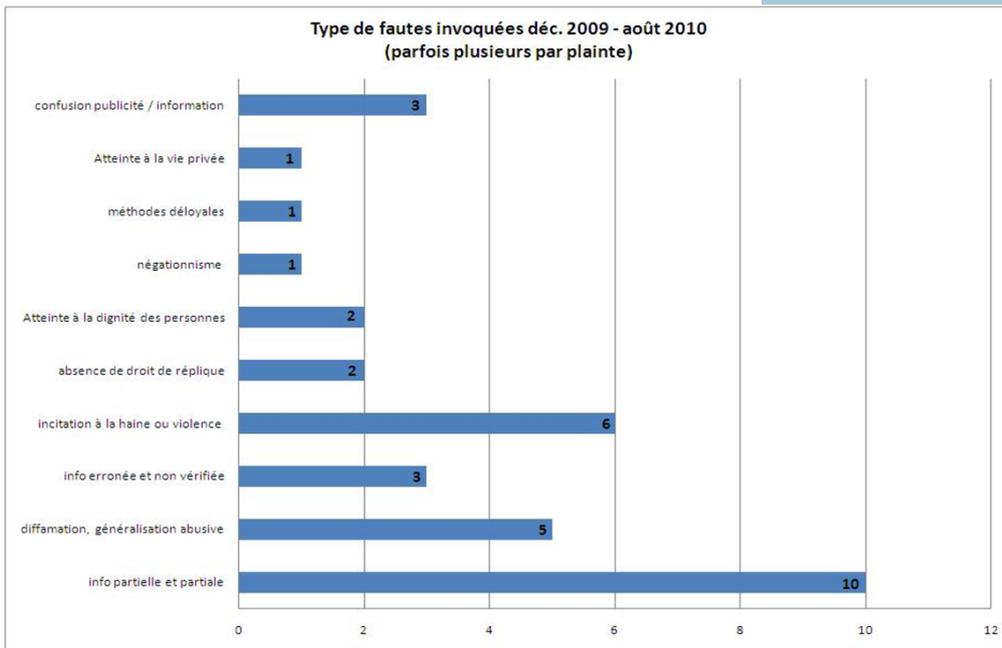
Des « fautes » qui font réfléchir

Instance d'autorégulation, le Conseil de déontologie reçoit des plaintes contre des pratiques journalistiques particulières, les instruit et rend des avis à leur sujet. Il les déclare ensuite fondées ou non et cherche à tirer de ces cas particuliers des leçons constructives.

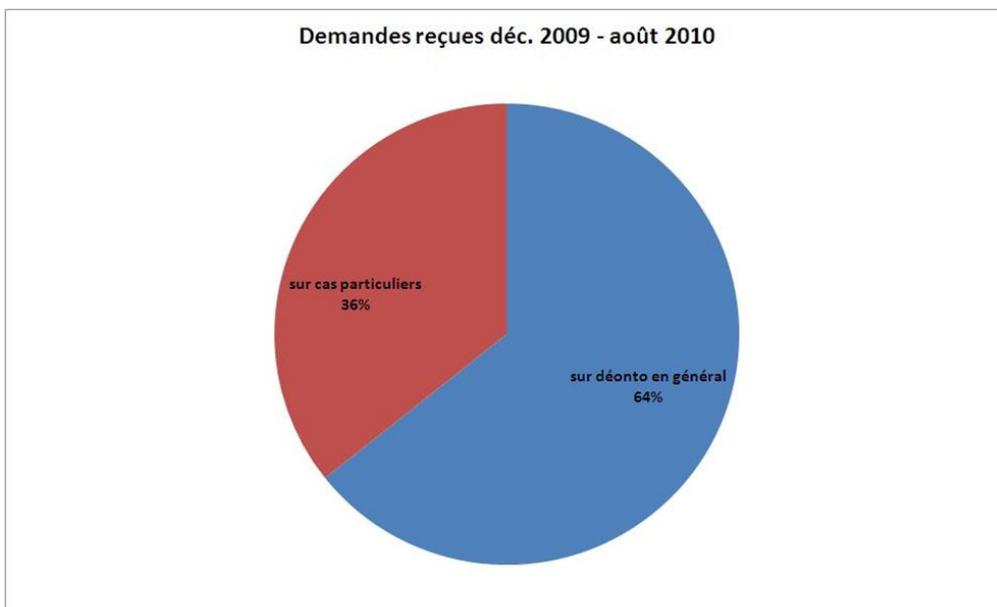
En 8 mois, 26 dossiers de plaintes ont été ouverts. 8 ont fait l'objet d'un avis, 1 est en cours de traitement, 2 ont été réglés par la médiation. Les autres étaient soit irrecevables parce que hors du champ couvert par le CDJ, soit manifestement non fondées parce que sans objet précis, soit encore incomplètes, le plaignant ne donnant pas suite aux demandes de précisions.



[Sommaire](#)

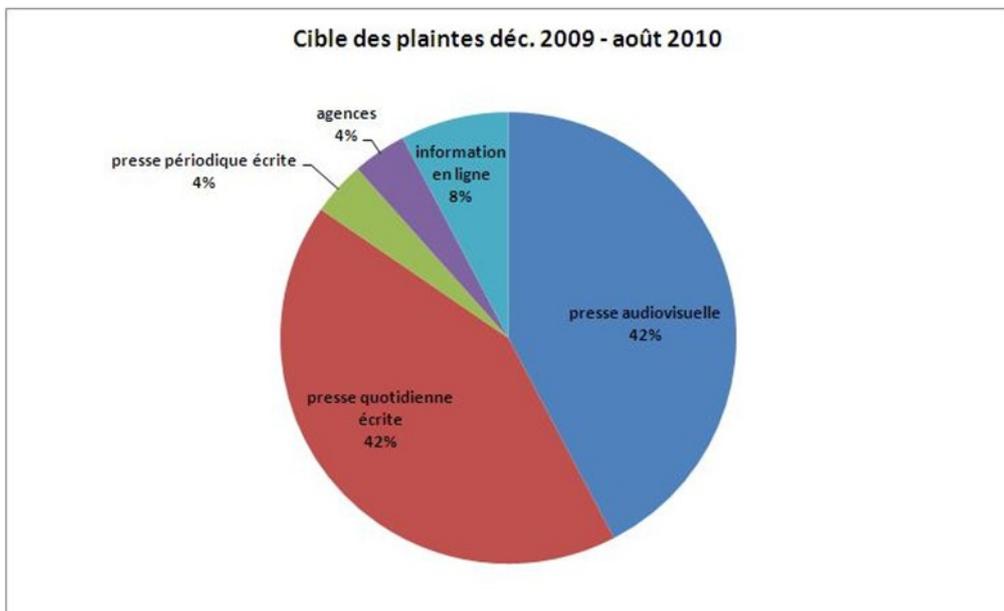
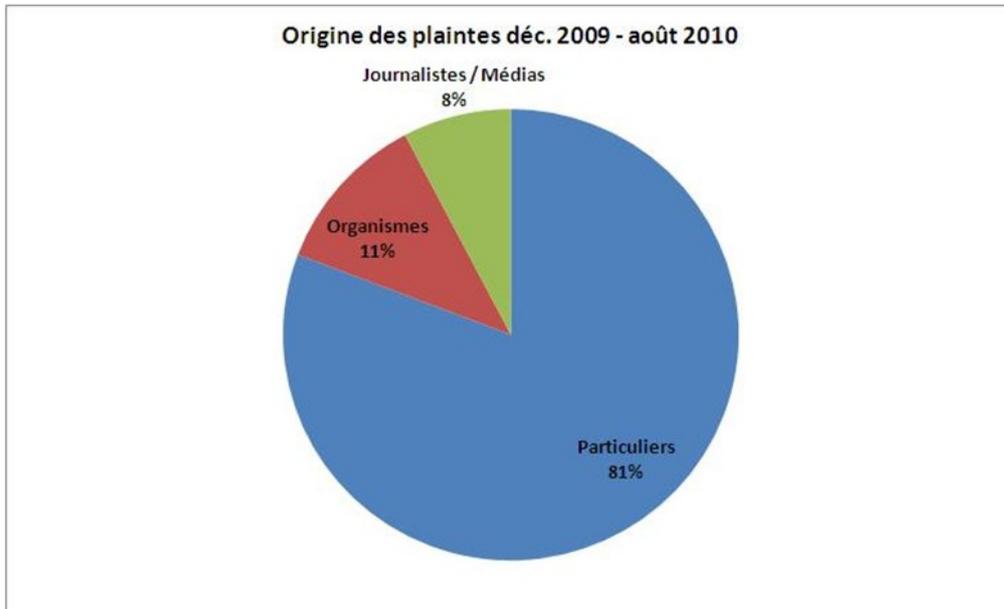


Parmi les huit avis rendus, deux seulement ont déclaré la plainte fondée, au moins partiellement. Tous ces avis se trouvent sur le site du CDJ. La plupart contiennent des recommandations utiles à tous les journalistes et aux rédactions. Ainsi, à propos d'une plainte (déclarée non fondée) concernant un reportage diffusé par RTL-TVI, le CDJ recommande que les journalistes amenés à retravailler des reportages achetés à l'étranger disposent des moyens pour effectuer correctement cette opération qui relève de la production journalistique. Ou encore, suite à une plainte (partiellement fondée) contre *Métro*, le CDJ réaffirme la liberté de diffuser des informations qui heurtent, choquent, blessent... même à propos des religions. Mais il demande que des citations isolées soient non seulement correctement attribuées à leur auteur, mais aussi datées et remises en contexte.



Dernier exemple : une plainte (partiellement fondée) contre le quotidien *Le Soir* a permis au CDJ de rappeler que les titres doivent aussi respecter des exigences déontologiques et ne peuvent échapper totalement aux auteurs des articles.

Moins spectaculaire, mais sans doute aussi efficace : la recherche de règlements amiables entre une personne et un média. Ceux-ci peuvent résulter soit d'une plainte, soit d'une simple demande d'intervention adressée au CDJ. Cette démarche de médiation a abouti, par exemple, au retrait du site d'un média d'un article dommageable à l'honneur d'une personne. A l'engagement d'une rédaction à être plus attentive à éviter des titres agressifs pour les migrants. A attirer l'attention de journalistes sur l'interdiction du plagiat. Ou encore à ouvrir, dans un courrier des lecteurs, un espace de dialogue entre une plaignante et une rédaction, où celle-ci explique ses choix.



Journalistes et futurs journalistes

Informers ceux qui informent

De plus en plus enseignée dans les facultés de journalisme, la déontologie reste mal connue dans les rédactions. « *Les jeunes notamment en ignorent souvent le b. a. ba, nous expliquait récemment un journaliste chevronné dans une rédaction locale. Et les mécanismes comme l'encadrement des nouveaux par les anciens ont pratiquement disparu.* »

Au cours de ces premiers mois d'existence, le CDJ a donc entrepris plusieurs démarches destinées à faire connaître non seulement son existence, mais aussi la déontologie elle-même tant aux journalistes en fonction qu'aux étudiants en journalisme. Une tournée des rédactions est en cours. Une quinzaine d'entre elles ont déjà reçu la visite du secrétaire général du Conseil, selon des modalités variables en fonction de la taille, de la (dé)centralisation et de la structure de chaque rédaction. Et ce n'est pas fini.

Par ailleurs, une petite enquête a permis de repérer ce qui existe en matière d'enseignement de la déontologie dans les facultés et principales écoles de journalisme, et de dégager des pistes de collaboration. Le secrétaire général est d'ailleurs intervenu lui-même dans plusieurs de ces instances, face aux étudiants.

Un travail d'équipe

Quarante membres, effectifs et suppléants, composent le Conseil de déontologie journalistique, dépassant leurs intérêts particuliers pour contribuer à l'amélioration globale de l'information. Journalistes, éditeurs, rédacteurs en chef, membres de la société civile... doivent trouver ensemble la manière de remplir ce nouveau rôle de gardiens de la déontologie. Cela a commencé par le choix d'un président et d'un vice-président, respectivement Marc Chamut (président de l'AJP) et Marc de Haan (directeur général de Télé-Bruxelles).

Ces premiers mois d'activités ont donc aussi été consacrés à fixer les points de repère d'un travail efficace, sans modèle à copier. Faut-il privilégier la lettre, au risque d'être procédurier, ou l'esprit, au risque d'être arbitraire ? Donner priorité au formalisme ou le bon sens ?

Après neuf mois d'existence, le Conseil de déontologie journalistique vit, s'organise, discute, gère ses accords et ses désaccords et, finalement, apprend à marcher en marchant...

Composition du CDJ

Journalistes

Marc Chamut
 Dominique Demoulin
 François Descy
 Bruno Godaert
 Alain Vaessen
 Martine Vandemeulebroucke

Pierre Loppe
 Gaël Turine
 Gabrielle Lefèvre
 Claude Muyls
 Jean-Christophe Pesesse
 Jean-François Dumont

Editeurs

Margaret Boribon
 Marc de Haan
 Jean-Pierre Jacqmin
 Alain Lambrechts
 Stéphane Rosenblatt
 Daniel Van Wylick

Jean-Paul Duchâteau
 Tom Galand
 Dominique d'Oline
 Jean-Paul van Grieken
 Laurent Haulotte
 Philippe Nothomb

Rédacteurs en chef

Martine Maelschalck
 François Ryckmans

John Baete
 Fabrice Grosfilley

Société Civile

Nicole Cauchie
 Edouard Delruelle
 David Lallemand
 Jean-Marie Quairiat
 Marc Swaels
 Benoît Van der Meerschen

Jacques Englebert
 Pierre Verjans
 Benoît Grevisse
 Daniel Fesler
 François Tulkens
 Jean-Jacques Jaspers

[Sommaire](#)

Pour nous contacter :

AADJ / CDJ
 Rue de la Loi 155
 1040 Bruxelles
 Tel.: 02/280.25.14
 Fax.: 02/280.25.15
 GSM : 0471.261.461
info@deontologiejournalistique.be
www.deontologiejournalistique.be


 cdj
 Conseil de déontologie journalistique