

Sommaire :

2012 : l'année de la notoriété pour le CDJ

2012 : 48 dossiers de plainte ouverts, 34 avis rendus dont 9 « fondés »

EGMI : l'autorégulation, omniprésente

Nouvelles adhésions à l'AADJ

Suicide : un guide de l'AJP pour les journalistes

Royaume-Uni : gare aux subterfuges

Suisse : des conversations entendues par hasard

A diffuser largement. Vous souhaitez recevoir régulièrement ce bulletin ?

Envoyez « inscription » à info@deontologiejournalistique.be



➤ 2012 : l'année de la notoriété pour le CDJ

Le rapport annuel 2012 du Conseil de déontologie journalistique, rendu public ce 21 mars, met en évidence la notoriété que le CDJ a acquise l'an dernier, aidé en cela par la médiatisation de certains dossiers de plaintes. Mais, souligne André Linard, le secrétaire général du CDJ, ce n'est là que la partie visible des activités du Conseil. Alors que les plaintes portent sur des cas particuliers qui se sont déjà produits, deux autres missions, moins spectaculaires, donnent au CDJ un rôle plus large et plus constructif.

C'est d'une part la codification de la déontologie : compléter, peaufiner et actualiser les textes existants. En 2012, le Conseil a publié avec l'AJP le *Guide de bonnes pratiques dans les relations avec les sources* et il a lancé une collection, les *Carnets de la déontologie*. Un nouveau code complet de déontologie est prévu pour 2013. C'est d'autre part l'information permanente sur la déontologie auprès des journalistes, des étudiants en journalisme et du public. Le secrétaire général se rend chaque année dans plusieurs universités et hautes écoles et il continue à visiter les rédactions des différents médias. Il a aussi répondu à plus de 70 demandes en tous genres donc beaucoup venaient de journalistes ou de rédacteurs en chef confrontés à des questions concrètes de déontologie.

Le rapport annuel 2012 peut être consulté en ligne [ICI](#)

➤ **2012 : 48 dossiers de plainte ouverts,
34 avis rendus dont 9 « fondés »**

Le nombre de plaintes reçues par le CDJ en 2012 a augmenté par rapport à 2011, passant de 50 à 78. Toutefois, seuls 48 dossiers ont été ouverts. L'expérience accumulée et la jurisprudence émergente du Conseil permettent en effet d'écarter plus rapidement les plaintes qui ne soulèvent pas de questions d'ordre déontologique.

8 de ces dossiers ont été considérés comme irrecevables, 2 ont été classés sans suite et 4 autres ont abouti à une solution à l'amiable. Les autres ont donné lieu à un avis ou sont en cours de traitement. En plus de ces plaintes, le Conseil a également reçu 23 demandes de médiations dont 13 ont réussi.

En 2012, le CDJ a émis un avis sur 34 plaintes, dont 9 ont été déclarées fondées. Certaines dataient de 2011, tout comme des plaintes arrivées en 2012 ne connaîtront leur épilogue qu'en 2013. En moyenne, le traitement d'un dossier dure 3,6 mois.

65% des plaintes ont été dirigées contre la presse écrite quotidienne, ce chiffre inverse la tendance de 2010 et 2011, où l'audiovisuel était plus visé que la presse écrite. Les thèmes les plus fréquents invoqués dans les plaintes sont la diffusion d'une information partielle/partiale, l'atteinte à la vie privée et l'atteinte à l'honneur ou la diffamation. Autre évolution : les plaintes sont plus fréquemment introduites par des personnes directement concernées par l'information en question et elles sont plus nombreuses à provenir de cabinets d'avocats.

Les avis rendus sont accessibles sur le site du CDJ. Les dossiers les plus intéressants sont présentés dans le bulletin *DeontoloJ*, envoyé tous les six mois aux journalistes et disponible en ligne.

Le *DeontoloJ* de janvier 2013 peut être consulté en ligne [ICI](#).

➤ **EGMI : l'autorégulation, omniprésente**

Entre le laissez-faire intégral pour les journalistes, que personne ne défend, et le renforcement de la législation, qui risque de limiter la liberté de la presse, la voie médiane à privilégier est l'autorégulation. Ce constat, énoncé ici sans nuances a dominé les débats du troisième et dernier atelier des Etats généraux des médias d'information (EGMI). L'autorégulation et par conséquent le CDJ ont été mentionnés par pratiquement tous les intervenants. Ses réussites et ses points faibles ont été soulignés. Personne au sein du Conseil n'a d'ailleurs jamais prétendu que tout y est parfait. Globalement cependant, les appréciations positives dominent. Cela rend d'autant plus attentif aux attentes envers le Conseil. Les journalistes et les rédactions sont aussi concernées car, comme l'explique le secrétaire général du CDJ dans l'introduction au rapport annuel 2012, l'autorégulation ne fonctionne que si les médias jouent le jeu.

Une des questions posées de façon récurrente aux EGMI est celle du pouvoir de « sanction » du CDJ. Il revient maintenant aux responsables de ce troisième atelier de formuler des recommandations.

<http://egmedia.pcf.be/>

➤ Nouvelles adhésions à l'AADJ

L'asbl qui encadre le CDJ compte deux nouveaux membres depuis février 2013 : la radio Pacifique FM (Tournai) et Radio Panach (Seraing). En adhérant, les éditeurs de médias d'information en Belgique francophone marquent explicitement leur volonté de promouvoir le respect de la déontologie journalistique.

➤ Suicide : un guide de l'AJP pour les journalistes

Le Conseil de Presse suisse vient de déclarer fondée une plainte concernant le traitement d'un cas de suicide dans l'hebdomadaire *Il Caffè* et le journal *Il Quotidiano*. Dans les deux reportages figurent une photographie de la victime ainsi que son nom, sans l'accord préalable des parents. Cela contrevient au point 7.6 de la Déclaration des devoirs et des droits des journalistes suisses.

En Belgique francophone, le CDJ a contribué à l'élaboration d'un livret « Points de repère » rappelant les précautions à prendre dans le traitement médiatique du suicide. Ce document qui n'est pas une norme déontologique a été publié par l'AJP en novembre 2012 en collaboration avec la Fédération Wallonie-Bruxelles. Les « Points de repère » précisent que la façon de présenter un cas de suicide dans la presse peut influencer le public en l'encourageant ou au contraire en le dissuadant de reproduire les mêmes actes. Les journalistes doivent dès lors éviter d'exposer le suicide comme la solution aux problèmes rencontrés par un individu. Ces recommandations insistent aussi sur le respect de la vie privée des suicidés et de leur famille, en ne publiant pas systématiquement leur nom et leur photo. L'évocation des cas de suicide dans les médias doit éviter la dramatisation, le sensationnalisme, le renforcement positif et tout procédé d'idéalisation (« elle s'est suicidée par amour ») qui renforceraient les risques d'identification et d'imitation.

➤ Vu d'ailleurs : Royaume-Uni : gare aux subterfuges

La *Press Complaint Commission du Royaume Uni* a rendu en février 2013 deux avis sur des plaintes relatives à l'utilisation de subterfuges et de méthodes clandestines pour obtenir des informations.

La première plainte a été acceptée. La plaignante avait rencontré une dame ayant des problèmes financiers et son compagnon pour lui proposer illégalement un travail de vente. Le « compagnon », en réalité un journaliste, a publié un article dénonçant la technique de la plaignante pour recruter des vendeurs. Les propos de la plaignante cités dans l'article avaient été enregistrés clandestinement par le journaliste lors de la rencontre. Pour la PCC, un tel subterfuge n'est permis que si les informations ne peuvent être obtenues d'une autre manière. Il faut aussi des indices suffisamment forts d'une information d'intérêt public alors qu'il ne s'agissait, en l'espèce, que d'une spéculation.

La seconde plainte émanait d'une police locale et mettait en cause la publication par *The Sun* d'une photographie d'une liste de preuves censée n'être destinée qu'à la police. Or, le photographe avait décliné son identité auprès de la police, se trouvait dans la zone réservée à la presse et utilisait un appareil photo standard. La plainte n'a pas été retenue.

Voir <http://www.pcc.org.uk/cases/adjudicated.html?article=ODI5OA> et <http://www.pcc.org.uk/cases/adjudicated.html?article=ODMwMQ> (en anglais)

➤ **Vu d'ailleurs : Suisse : des conversations entendues par hasard**

Les journaux peuvent-ils exploiter des conversations privées entendues fortuitement par leurs propres journalistes ou par des tiers ? A certaines conditions seulement, a déclaré en décembre 2012 le Conseil suisse de la presse dans un avis sur plainte. Les médias ne peuvent utiliser tout ce que des journalistes ont pu entendre dans un espace public. S'agissant cependant de personnalités connues du public et lorsque le sujet des conversations a une portée publique, la publication est admise.

Deux médias, *Der Sonntag* et la *Solothurner Zeitung*, ont fait usage d'informations entendues par hasard dans un train pour alimenter leur rubrique de potins politiques. Pour le Conseil suisse, les journalistes n'ont pas eu recours à des méthodes déloyales car celui qui entend par hasard des propos ainsi échangés ne mène pas une enquête masquée et ne doit pas se présenter en tant que journaliste. De plus, les conversations portaient notamment sur des sujets d'intérêt public et ce sont eux qui ont été publiés.

Voir http://presserat.ch/76_2012.htm (en allemand)

[Retour au 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



Ed. resp. : André Linard, AADJ, rue de la Loi, 155, 1040 Bruxelles