

Media Councils in the Digital Age

# La déontologie à l'entrée de la profession journalistique : le cas des journalistes stagiaires en Belgique francophone

Florian Tixier, Marie Fierens,  
Florence Le Cam, David Domingo (LaPIJ-ReSIC-ULB),  
Benôît Grevisse, Olivier Standaert (ORM-UCLouvain),  
Boris Krywicki (ULiège) et Amandine Degand (IHECS)

Media Councils in the Digital Age

# La déontologie à l'entrée de la profession journalistique : le cas des journalistes stagiaires en Belgique francophone

Florian Tixier, Marie Fierens,  
Florence Le Cam, David Domingo (LaPIJ-ReSIC-ULB),  
Benoît Grevisse, Olivier Standaert (ORM-UCLouvain),  
Boris Krywicki (ULiège) et Amandine Degand (IHECS)

2021

CDJ  
Recherches & Enjeux

1



**Media Councils in the Digital Age**

**La déontologie à l'entrée de la profession  
journalistique : le cas des journalistes  
stagiaires en Belgique francophone**

**Rapport de recherche**

Florian Tixier, Marie Fierens,  
Florence Le Cam, David Domingo (LaPIJ-ReSIC-ULB),  
Benoît Grevisse, Olivier Standaert (ORM-UCLouvain),  
Boris Krywicki (ULiège) et Amandine Degand (IHECS)

Cette recherche a été cofinancée par la Commission européenne dans le cadre du projet pilote « Media Councils in the Digital Age », avec la participation de l'ULB, de l'UCL, de l'Université de Liège et de l'IHECS.

Publication : CDJ

2021





# Avant-propos

## La déontologie au regard de la recherche scientifique

Au sein du CDJ – et comme l’a démontré éloquemment le forum européen des 21 et 22 janvier 2020 à Bruxelles –, nous voulons rester en relation directe avec le milieu académique et nous sommes attachés à entretenir une collaboration étroite avec la recherche scientifique concernant les médias et l’information. Plusieurs membres du CDJ sont d’ailleurs aussi enseignants et chercheurs. Parmi eux, des juristes, des analystes des médias, des professeurs de journalisme. Leur contribution représente un apport essentiel aux réflexions et aux débats du Conseil : sans elle, ceux-ci risqueraient de basculer dans l’entre-soi, voire le corporatisme.

Ce lien intellectuel entre autorégulation et recherche scientifique est par ailleurs indispensable à la pérennité et à la crédibilité de l’autorégulation, partout où elle s’est instaurée (il y a 27 conseils de presse en Europe continentale, dont 20 au sein de l’Union européenne). Les raisons d’être de cette collaboration sont multiples : il s’agit d’évaluer les enjeux sur lesquels la déontologie devra, demain, se focaliser ; il s’agit de mesurer l’impact de l’existence et du fonctionnement de l’autorégulation sur les pratiques journalistiques ; il s’agit de préciser les défis que doivent affronter les médias d’information dans notre société numérisée, à l’heure de la circulation horizontale de l’information, des « filter bubbles », de la « boucle de renforcement », des « fake news », etc. ; il s’agit aussi de montrer le rôle d’une organisation de la profession face aux dangers de prise de contrôle par les pouvoirs politiques, comme c’est le cas aujourd’hui dans certains pays de l’Union européenne – car même dans cette région privilégiée du monde, il y a des dangers qui pèsent sur l’indépendance de l’information et sur la liberté des journalistes.

La recherche dont le CDJ publie ici les résultats porte sur un de ces enjeux centraux : comment les étudiants en journalisme ayant expérimenté leur métier en stage dans les rédactions perçoivent-ils les enjeux de l’éthique professionnelle, en relation avec la qualité de leur travail ? Quelle image se font-ils de l’autorégulation ? La considèrent-ils comme une contrainte

ou comme un soutien ? Nous sommes convaincus que les enseignements de ces entretiens éclaireront d'un jour nouveau les mérites et les lacunes de notre action ainsi que les contours de la problématique du droit à l'information dans cette époque d'approfondissement des contradictions.

**Jean-Jacques Jaspers**  
**Président du CDJ**

# Introduction

Ce rapport publié par le CDJ présente les premiers résultats d'une recherche collective portant sur les rapports à la déontologie journalistique des étudiants en journalisme. Cette étude qualitative a été réalisée à partir de focus groupes menés auprès de 33 étudiant.es des principales formations en journalisme de Belgique francophone (les Masters de UCLouvain, ULB, ULiège et IHECS) menés entre septembre et novembre 2019. La réalisation de cette recherche a été financée en partie grâce à son inscription dans le projet pilote européen "Media Councils in the Digital Age" porté par un Consortium européen qui rassemble plusieurs conseils de presse européens, des universités et la Fédération européenne des journalistes<sup>1</sup>. L'objectif général de ce projet était de faire en sorte que les conseils de la presse et des médias, avec leur modèle d'autorégulation, puissent jouer un rôle clé en Europe face aux nouveaux défis de l'ère numérique.

Dans cette optique, l'objectif particulier de notre recherche était d'analyser la façon dont les journalistes stagiaires sont confronté.es à la déontologie, comment ils et elles se représentent ces enjeux, se comportent par rapport aux normes, les dévient ou les ajustent. Nous souhaitons déterminer si la déontologie est présente, et selon quelles modalités, dans les récits de pratiques d'insertion professionnelle d'étudiant.es en stage. Questionner leurs représentations et pratiques déontologiques présente un intérêt particulier : celui de mettre en lumière les perceptions et les interrogations relatives à la déontologie exprimées par des journalistes en phase de découverte et d'adaptation à l'univers professionnel ainsi qu'aux pratiques professionnelles qui en découlent. La narration par les étudiant.es de la façon dont les normes et principes déontologiques sont – ou ne sont pas – mis en oeuvre durant leur stage permet d'observer leur application, mais également leur éventuelle remise en cause, voire leur non-respect, par les étudiant.es en journalisme. Cette recherche entend permettre de mieux comprendre non seulement les choix et réflexions déontologiques quotidiens des acteur.rices interrogé.es, les représentations mouvantes

<sup>1</sup> Les différents partenaires du projet sont : la Fédération européenne des journalistes (EFJ), le conseil de presse autrichien (Verein zur Selbstkontrolle der Osterreichischen Press), les conseils de presse belges (Raad voor de Journalistiek et Conseil de déontologie journalistique), le conseil des médias finlandais (Julkisen sanan neuvosto), le conseil de presse allemand (Tragerverein des Deutschen Presserats e.V.), le conseil de presse irlandais (Press Council of Ireland), l'Université de Blanquerna (Fundació Blanquerna - Universitat Ramon Llull), l'Université libre de Bruxelles / ULB.



de la déontologie qu'ils et elles charrient, mais aussi les facteurs qui participent à ces remises en question tels que, par exemple, l'identité éditoriale du média, son environnement économique, son organisation managériale, les dynamiques collectives au sein des rédactions, la façon dont l'individu envisage sa carrière, ainsi que son éthique.

Il nous a semblé intéressant de diviser la problématique à partir des objectifs suivants. Tout d'abord, l'analyse des pratiques journalistiques sous l'angle de la déontologie nécessite de distinguer les modes de jugements éthiques potentiellement concomitants (éthiques descriptive, normative, réflexive et stratégique). Interroger des étudiant.es en journalisme sur la déontologie implique d'interpeller leur rapport à l'identité professionnelle et leur conception politique du journalisme, dans un univers professionnel en pleine déstructuration/restructuration (Demers, 2007). Chacun des points de vue éthique est à mettre en tension pour tenter de percevoir quelle conception du journalisme se déploie dans la transition entre formation et découverte des réalités professionnelles, au travers de trajectoires individuelles. C'est dans cette perspective que la présente recherche tente de déterminer si le cadre déontologique joue un rôle d'importance, et selon quelles modalités il le fait éventuellement, dans la démarche de définition des trajectoires et des identités professionnelles de ces (futur.es) journalistes.

Avant de se plonger dans l'étude, il faut clarifier ce qu'elle ne prétend pas entreprendre. Le premier *a priori* potentiel qu'il importe de mettre à distance serait celui d'une prétendue évaluation de la "qualité" déontologique des rédactions ou des formations. Cette étude n'aspire aucunement à établir un quelconque classement. Au-delà de cette évidence, il est tentant d'insinuer qu'une telle démarche d'analyse ferait des journalistes en formation des révélateurs privilégié.es de l'état des rédactions ; ce qui présupposerait qu'ils et elles seraient des entrants « idéaux » sur le marché de l'emploi. Chacun et chacun.e de ces futur.es diplômé.es s'inscrit dans des sous-champs professionnels divers, dont le point commun est l'activité journalistique, exercée dans des contextes spécifiques. Ils et elles y développent, tous.tes, des stratégies plus ou moins conscientes d'insertion et d'adaptation, plus ou moins critiques, aux normes, usages et manières de faire propres à la rédaction dans laquelle ils et elles évoluent. Le regard qu'ils et elles portent sur l'univers qu'ils et elles sont supposé.es rejoindre ne peut donc être affranchi d'enjeux stratégiques liés à la socialisation complexe des entrants, aux

faibles possibilités de stabilisation rapide et aux cultures professionnelles variables dans lesquelles ils et elles s'insèrent (Standaert, 2016). De même, le regard porté par ces acteurs en début de carrière sur la déontologie ne peut se fonder que sur un apprentissage de type universitaire qui, quelle que soit sa qualité et sa perspective théorique et épistémologique, ne peut prétendre les ériger en observateurs scientifiques valides, tant les niveaux de maîtrise des fondements éthiques et de la critique du déontologisme sont divers, les connaissances des normes plus ou moins précises, les intérêts pour les aspects déontologiques de la pratique plus ou moins marqués, ou enfin selon des variables de positionnement critique ou d'adhésion aux prescrits professionnels - voire corporatistes...

Dans l'enquête par focus groupes, dont ce rapport constitue la synthèse des résultats, les étudiant.es ont été interrogé.es après avoir reçu au moins une année de formation en journalisme et avoir réalisé une période de stage dans une entreprise médiatique. Le guide d'entretien des focus groupes les invitait à discuter de la déontologie journalistique selon deux axes : leurs conceptions et leurs expériences. L'animateur.rice du focus groupe leur posait des questions ouvertes sur ces deux thématiques et leur demandait éventuellement d'illustrer leurs propos par des situations qu'ils et elles auraient vécues ou qu'on leur aurait rapportées, afin d'en discuter collectivement. Comme le note Christophe Evans, cette méthode d'enquête est particulièrement utile pour faire émerger collectivement des problématiques liées à la question des représentations des acteurs.

« La méthode des focus groupes, ou groupes de discussion, appartient à la famille des techniques qualitatives d'enquête : elle porte en effet sur des corpus d'observation restreints (des petits groupes), et fait appel à des démarches d'investigation ouvertes ainsi qu'à des méthodes projectives (les participants s'emparent à leur guise des thèmes de discussion qui leur sont proposés ; il arrive qu'on leur demande de se projeter dans des situations hypothétiques). [...] Les groupes de discussion se montrent efficaces pour aborder en groupe des questions qui sont liées aux attentes, aux opinions, aux représentations, aux valeurs, ou aux niveaux de satisfaction des individus. [...] Les focus groupes ont ainsi toute leur utilité dans les phases exploratoires des enquêtes (avant de mettre au point un questionnaire, par exemple) » (Evans, 2001).

Nous avons réalisé huit focus groupes (deux par institution de formation) d'une durée moyenne d'une heure quinze (entre 45 minutes et 95 minutes) et regroupant à chaque fois quatre à cinq étudiants. Ces huit

focus groupes ont ensuite été transcrits de manière littérale (en gardant l'oralité des propos tenus)<sup>2</sup> puis codés et analysés par une équipe de huit chercheur.es en journalisme : David Domingo, Marie Fierens, Florence Le Cam et Florian Tixier (ULB), Benoît Grevisse et Olivier Standaert (UCLouvain), Boris Krywicki (ULiège) et Amandine Degand (IHECS).

À partir d'une analyse préliminaire de ce travail, nous avons dégagé cinq thématiques principales, développées dans la présente synthèse.

- 1.** Représentations : réponses à la question « Pour vous, qu'est-ce que la déontologie ? » et évolutions observées en cours de discussion.
- 2.** Négociations : réflexions liant apprentissage théorique et expérience pratique et ajustements / arrangements auxquels elles donnent lieu.
- 3.** Tensions : situations dans lesquelles la déontologie peut entrer en conflit avec d'autres enjeux et qui peuvent donner lieu à des interprétations différentes.
- 4.** Jugements : de valeur ou critiques, exprimés sur le journalisme et les médias, en rapport avec la déontologie, avec un arrière-plan normatif explicite.
- 5.** Enjeux contemporains : enjeux liés au contexte médiatique actuel et aux questions de déontologie du journalisme.

---

<sup>2</sup> Nous tenons à remercier Marie-Belle Parseghian, Guylaine Germain et Christine Pauwels pour leur aide.

# 1. Représentations

Ces cinq thématiques illustrent la façon dont les étudiant.es en journalisme en Belgique francophone ressentent et ont vécu sur le terrain, lors de leurs stages, leur rapport à la déontologie.

Les différents focus groupes menés dans le cadre de cette recherche auprès d'étudiant.es en journalisme ayant réalisé un stage illustrent et permettent de définir la déontologie comme un ensemble de règles, de principes, d'outils aidant à la prise de décisions en accord avec les valeurs normatives du métier, définies de manières à la fois assez diverses et concomitantes (abstrait), et devant cependant être appliquées dans l'exercice du métier (concret).

L'analyse de cette première thématique vise à mieux comprendre la manière dont les étudiant.es en cours de formation au journalisme conçoivent et définissent la déontologie : elle est une norme, elle est confuse, elle est un cadre, elle est une entrave, elle est utile.

- **La déontologie comme norme**

Cadre, ensemble de règles, balise, guide, outil, chemin, morale professionnelle... Les termes qu'utilisent les étudiant.es pour définir la déontologie sont nombreux. Parmi ceux-ci, le mot « norme » est celui qui revient le plus souvent dans les discours analysés.

Son usage pourrait être le reflet d'une intégration, par les étudiant.es, du vocabulaire utilisé dans leur (futur) champ professionnel, puisque c'est également le terme « norme » qui se retrouve dans les premières phrases du Code de déontologie journalistique adopté par le Conseil de déontologie journalistique (CDJ), le 16 octobre 2013<sup>3</sup>.

De nombreux enquêtés convoquent par ailleurs la notion de respect, sous différentes formes (respect de l'information, du journaliste face à sa mission, du témoin, de la personne interrogée, du public...) quand il s'agit de définir la déontologie.

*« Moi, je dirais que la déontologie, c'est du savoir vivre et du respect qui s'appliquent au milieu journalistique. Mais, finalement, des règles, c'est du respect qu'on doit avoir dans n'importe quel métier, n'importe lequel. Enfin,*

<sup>3</sup> A consulter sur <http://www.lecdj.be/telechargements/Code-deonto-MAJ-2017-avec-cover.pdf>

*même dans la vie au quotidien, avec le contact, avec les autres, etc. » (C24, FG6, p. 3)<sup>4</sup>.*

- **Confusions entre éthique et déontologie**

Quelques participant.es utilisent le terme « éthique » pour définir la déontologie, ce qui pourrait laisser entrevoir une confusion de leur part. Il semblerait que tous.tes les enquêté.es n'aient pas conscience du fait que leur éthique personnelle peut s'avérer plus restrictive que les normes déontologiques.

*« [La déontologie], c'est une 'espèce de cadre éthique aussi'. Presque tacite parfois... » (L6, FG2, p. 1).*

Un répondant estime qu'il peut prendre des libertés par rapport à la déontologie et construire son propre cadre déontologique. Ce faisant, il réintroduit cette confusion entre l'éthique, qui relève de l'individu, et la déontologie, qui relève d'un groupe professionnel donné. Dans cette lignée, certain.es entrevoient la déontologie comme un outil de réflexion. Plus précisément, on pourrait la décrire comme un outil normatif, support d'une réflexion éthique.

Un second niveau de confusion se fait sentir entre la déontologie et le cadre juridique.

*« Au début, on dirait vraiment une série de presse de loi, de textes de loi. Il y a un truc très juridique là-dedans on va dire. Comment faire une balance etc. entre les intérêts, l'intérêt général etc. » (C23, FG 6, p. 3).*

Daniel Cornu admet cette confusion en soulevant que « le fait que la déontologie passe souvent par une formulation codifiée, sous l'aspect de préceptes ou d'articles, la rapproche du droit. Son autorité reste cependant limitée à un cercle professionnel déterminé ; son pouvoir de contrainte est problématique. La déontologie professionnelle se situe donc à mi-distance entre la morale, à laquelle elle se rattache, et le droit, dont elle se donne les apparences. Cela se traduit par de nombreuses convergences avec le second, sans exclure pourtant des zones de tensions » (Cornu, 2009, p. 36).

---

<sup>4</sup> Le nom des participant.es aux focus groupes a été anonymisé pour des questions de confidentialité. Nous avons cependant gardé certaines indications pour le lecteur : C23 correspond au numéro de l'intervenant, FG6 est celui du focus groupe en question, et p.3 la page du document de transcription où l'on peut retrouver la citation.

- **La déontologie, un cadre que l'on peut (ou non) respecter**

Faut-il tout le temps respecter la déontologie ? La question est débattue par certain.es répondant.es. L'un estime que la déontologie n'est pas « obligatoire ». Un autre, qu'il n'est pas toujours possible de la respecter dans l'exercice du métier. Ces interventions peuvent s'interpréter comme le reflet d'une vision dite objectiviste ou structuraliste des pratiques professionnelles (Accardo, Abou, Balastre, Marine, 1995), invitant à négocier le respect des normes déontologiques, d'autant plus dans un contexte où la logique commerciale domine au sein des entreprises de presse.

*« Après, comme dans tout, je pense que c'est quelque chose qui ne peut pas être respecté à la lettre. C'est impossible de respecter la déontologie de manière... d'être déontologiquement correct dans tout ce qu'on fait dans le milieu journalistique. Je pense qu'il n'y a aucun journaliste qui a été déontologiquement correct tout au long de sa carrière » (C24, FG6, p. 3).*

- **La déontologie comme entrave, autant que comme protection**

Plusieurs répondant.es décrivent la déontologie comme un « terminus », une « barrière », voire des « bâtons dans les roues » des journalistes. Certain.es font preuve d'une méta-éthique<sup>5</sup> à ce sujet, en s'interrogeant sur la légitimité de l'autorégulation.

*« ... moi je suis d'accord c'est un code. Mais pour moi c'est aussi une limitation au métier, un bâton dans les roues dans le métier qui n'est déjà pas forcément hyper facile » (I29, FG8, p. 3).*

Si la déontologie s'apparente pour certain.es à une barrière ou à une limitation, elle est, dans le même temps, envisagée comme une protection, un outil de défense des valeurs journalistiques (informer dans le respect de la vérité, de manière indépendante...). Certain.es la comparent en ce sens à une « présence parentale ».

*« On sent vraiment ce côté limitation, barrière. On ne peut pas aller plus loin ; c'est le terminus quoi... et parfois ça peut nous protéger, ça va nous défendre... c'est comme une présence parentale au cas où on va trop loin » (I30, FG8, p. 3).*

<sup>5</sup> "...la méta-éthique (ou l'éthique comme science) relève de l'interrogation sur la légitimité de ces règles » (Grevisse, 2010, p. 80).

La déontologie peut ainsi incarner un outil de défense vis-à-vis d'une source ou d'une personne faisant l'objet d'un traitement journalistique. Elle peut encore protéger les journalistes par rapport à certaines requêtes qu'ils et elles jugeraient illégitimes, qui peuvent notamment provenir de leur hiérarchie.

*« Ça donne parfois, je trouve pour moi, une crédibilité pour refuser quelque chose. Parce que, en tant que journaliste c'est une valeur première de respecter cette déontologie, donc c'est aussi pour moi quelque chose qui permet de m'affirmer contre quelque chose de supérieur quoi » (I30, FG8, p. 2).*

- **La déontologie est utile car elle crédibilise**

La déontologie, selon les répondant.es, leur accorde de la crédibilité dans l'exercice de leur métier, vis-à-vis de pairs ou du public.

*« Ça permet aussi, je trouve, de crédibiliser notre, 'fin, le métier de journaliste. Qu'on continue de nous faire confiance. En tant que journaliste, si on respecte ces règles-là, on sait que l'information est a priori vraie, 'fin, en tout cas, que la volonté de dire la vérité était là, et si on s'est trompé, alors l'admettre aussi. Parce que c'est important pour euh... pour qu'on continue à nous, à nous croire » (G28, FG7, p. 3).*

Elle leur permet, en outre, de se distinguer d'autres acteurs de la diffusion d'informations, de se positionner en tant que professionnel.les, dépositaires d'une « éthique spécifique » (Ruellan, 2011).

*« C'est une série d'outils éthiques et qui font que tu... qu'on va bien l'appliquer au journalisme en fait. On va différencier le journalisme des gossip et d'autres choses » (C23, FG 6, p. 3).*

Pour certain.es répondant.es, sans la déontologie, tout le monde pourrait être journaliste. Or, l'accès à la profession journalistique n'est pas conditionné par l'obtention d'un diplôme ou à la signature d'un code déontologique. Ils et elles se livrent alors à un travail de délimitation ("boundary work") afin de définir les contours du journalisme légitime, c'est-à-dire celui qui connaît et applique le Code de déontologie (Carlson, 2016), se référant de manière normative à l'existence d'une profession. Toutes ces conceptions et définitions révèlent des visions plurielles de la déontologie qui s'appuient sur des présupposés divers (outil, norme, valeur, ...) et une certaine confusion avec l'éthique.

## 2. Négociations

Cette thématique montre comment la déontologie journalistique est envisagée comme espace de négociation dans les relations professionnelles du journaliste avec ses sources, ses pairs et son public. Comme le note Johanna Siméant dans son article sur le Centre de Formation des Journalistes (CFJ), « dans le journalisme, ‘apprendre la déontologie’, c’est avant tout apprendre à régler ses relations avec les autres dans une pratique aux contours mal définis » (Siméant, 1992, p. 37).

Les négociations concernent précisément l’application de la déontologie en contexte professionnel. Elles font référence à l’une des principales tensions qui sous-tendent les différentes conceptions de la déontologie évoquées par les participant.es, opposant une application au cas par cas et justifiant la prise en compte des circonstances, à son application *stricto sensu*, le plus souvent indépendamment du contexte. Durant leurs stages, les enquêté.es ont donc, pour la première fois, confronté leur connaissance de la déontologie à un contexte de production professionnelle, qui leur ouvre les portes de toutes les facettes du métier de journaliste, appliquées de façon concomitante et selon des caractéristiques propres à chaque média. Il n’est donc plus question pour les stagiaires d’isoler la question déontologique des autres, mais bien au contraire, et pour une première fois, d’éprouver comment elle est négociée conjointement à toutes les autres (économique, socio-professionnelle, culturelle, technologique...) et dans un contexte spécifique (celui d’une rédaction).

Dans ce contexte bien précis, la thématique de la négociation met l’accent sur deux sous-thèmes :

- ◆ le caractère malléable de l’application et de la convocation de la déontologie journalistique par les personnes impliquées dans la production journalistique ;
- ◆ le caractère délibératif de la déontologie.

- **Une déontologie malléable**

Les intervenant.es verbalisent le caractère malléable que revêt la déontologie, à leurs yeux. La déontologie se présente alors comme un corps de connaissances (constitué essentiellement, voire exclusivement,



par les cours reçus en Bachelier ou en Master dans la presque totalité des cas) dont la compréhension et l'application s'arrangent et se négocient en fonction de différents paramètres et selon des circonstances avec lesquelles les étudiant.es ont du mal, parfois, à s'accommoder ou à justifier *a posteriori* : la ligne éditoriale, les contraintes techniques et de production, le jugement personnel d'un journaliste, les circonstances liées au sujet traité ou aux sources mobilisées, les impératifs de rentabilité et de productivité, voire la position de stagiaire proprement dite...

*« C'est assez compliqué. Je crois que je suis pas le seul à dire que je suis un peu paumé devant la déontologie puisque, forcément, c'est souvent deux poids, deux mesures. À chaque fois, il faut prendre le problème au cas par cas. Il y a souvent des détails qui font la différence, donc je n'ai pas l'impression d'avoir tant, on va dire, appris de mes stages à ce niveau-là » (I2, FG1, p. 3).*

Ces négociations de questions déontologiques sont parfois présentées de manière négative (« on n'aurait pas dû faire comme cela », « on doit faire entrer un rond dans un carré »), ou parfois de manière rassurante pour les stagiaires, dans le sens où elles confortent certaines visions de la déontologie, forgées *a priori* ou construites lors de la formation.

Ainsi, la thématique de la négociation semble importante aux yeux des personnes interrogées parce qu'elle introduit la nécessité de se positionner (dans le cadre des focus groupes, entre autres) par rapport à l'existence de ces fluctuations et de cette variabilité dans les principes.

Mais ces principes sont également très rarement nommés explicitement par les enquêté.es. En effet, tout ce qui relève des dispositifs d'autorégulation (codes, normes, conseil de déontologie, instances internes aux rédactions) n'est presque jamais mobilisé dans les entretiens. La mention explicite des cas « sensibles » se fait plus fréquemment (« droit à l'image », « vérification des sources », « personnes fragiles ou mineures », « vie privée »), mais sans référer, ou très rarement, à tout ce que la déontologie a produit comme instruments de délibération ou comme documents accessibles à tous (Cf. : analyses du CDJ)<sup>6</sup>.

En conséquence, le caractère malléable de l'application de la déontologie renvoie tout autant à sa complexité intrinsèque que, dans le chef des enquêté.es, à leur connaissance aléatoire de la déontologie et à leurs pratiques et expériences professionnelles limitées.

<sup>6</sup> Consulter les analyses sur <https://www.lecdj.be/fr/jurisprudence/analyses/>

- **Le caractère délibératif de la déontologie**

Les entretiens mettent en évidence l'importance d'invoquer ces normes en tant qu'individu au sein de cet espace professionnel dans lequel la déontologie peut être très diversement mobilisée.

La déontologie est donc, selon les répondant.es, un corps de normes, de principes et de connaissances qui se négocie dans une certaine mesure. Mais c'est aussi un outil mobilisé pour soi-même et face à autrui. Il s'agit, dans ce cas, d'un outil de délibération qui peut schématiquement servir à se protéger, à justifier ses agissements et à engager une forme de réflexivité et d'échanges avec les collègues.

Certain.es enquêté.es insistent, par exemple, sur le fait que leur stage et leur vision de la déontologie auraient été très différents si leur personne de référence avait été absente et s'ils et elles avaient dû « suivre » quelqu'un d'autre. Ceci tend à montrer qu'ils et elles mettent en évidence l'autonomie du journaliste et l'importance d'une appréhension toute individuelle de certaines questions, donnant lieu à des libertés d'interprétation de la déontologie, néanmoins régies par certaines contraintes.

*« [La déontologie] je trouve que, du coup, c'est une démarche qui est très personnelle, qu'on doit soi-même garder à l'esprit. Et sa manière de traiter l'information, et de répondre parfois aux exigences de la rédaction, etc. ; de pouvoir parfois faire un petit pas de côté, ou justement, notamment pendant les stages, pouvoir se dire, "Ok mon directeur veut ça, mais moi je suis consciente de justement que c'est pas comme ça que je veux faire du journalisme". Et du coup, c'est parfois une démarche qu'il faut faire à contresens de certains trucs, alors qu'autour de nous on sait, dans la rédaction, on est tous journalistes ; on connaît la déonto » (L7, FG2, p. 1).*

La déontologie prend, pour chaque individu, une dimension délibérative : elle peut être convoquée pour justifier des choix (parfois entrepris rapidement et sans concertation préalable), se distancier de ceux des autres, et ainsi servir d'outil stratégique du point de vue des relations professionnelles.

*« Mais je la vois aussi comme une défense possible face à un supérieur qui nous demande de faire quelque chose avec lequel on est moins à l'aise... Dire 'J'ai un problème de déontologie' c'est une manière plus légitime de dire 'Je n'ai pas envie de faire ça' » (I4, FG1, p. 3).*

Elle peut aussi revêtir une dimension réflexive, afin de mettre en perspective, ou en tension, la part de la pratique journalistique laissée au jugement et à l'appréciation de l'individu, avec la part qui relève de cadres déontologiques (mais aussi identitaires, discursifs, normatifs), davantage collectifs et concertés. La déontologie semble osciller entre ces deux pôles, individuel et concerté, comme nombre de facettes du métier, et c'est bien en cela qu'elle est souvent « négociée » plutôt qu'appliquée comme un processus arbitrant schématiquement tous les cas de figure possibles.

# 3. Tensions

Les étudiant.es en journalisme déploient souvent un discours en tension afin de montrer les écueils qu'ils et elles rencontrent dans la compréhension qu'ils et elles peuvent avoir de la déontologie et dans les difficultés quotidiennes perçues ou vécues. Les identités éditoriales des médias, les interdépendances entre journalisme et communication et le statut de stagiaire sont autant d'éléments qui jouent sur leur interprétation et leur relation à la déontologie.

Loin de n'être qu'un ensemble de normes de socialisation aux pratiques, ou l'expression de négociations de situations vécues, la déontologie constitue aussi, pour les étudiant.es en journalisme, un objet de tensions car elle s'incarne dans des logiques qui ne sont pas toutes consensuelles (droit à la vie privée contre logiques de rentabilité et de productivité par exemple). Elle est même un espace de tensions quand le ou la stagiaire est confronté.e, notamment, à ses pairs et aux sources et qu'il ou elle doit justifier certains choix.

Ainsi, alors que s'est déployé un discours plutôt normatif sur l'expression générale de la définition de la déontologie comme norme, une fois qu'elle est incarnée dans les situations habituelles et dans le quotidien du stagiaire, et donc "négociée" (thème 2), elle revêt parfois une parure spécifique : celle d'interactions qui peuvent être tendues.

- **En fonction du média**

Les étudiant.es déploient une forme de relativisme au sujet de la conception et de l'application des principes de déontologie, en considérant celle-ci comme un cadre qu'ils et elles peuvent ou non respecter. Ce relativisme est surtout lié à l'identité des médias et à leur façon, parfois spécifique, de concevoir la déontologie. Pour illustrer ce fait, les étudiant.es pointent des spécificités structurelles et identitaires, mais aussi des modalités organisationnelles des médias et des supports qui concourent à des représentations et des applications très diversifiées de la déontologie :

*« Le cadre éthique et déontologique, c'est vraiment ce qu'on a appris en cours. Même si on ne connaît pas par cœur les règles, clairement, c'est formé autour de*

*ça, c'est intégré (...). Parfois, c'est plutôt s'adapter à l'entreprise et aux moyens ; je ne sais pas si la déontologie est adaptée ou non. Chaque entreprise l'arrange à sa sauce, j'ai l'impression le mieux possible, avec les moyens qu'il y a. Pas le mieux possible, mais en réfléchissant, de façon naturelle avec ce qu'on imagine de bon ou mauvais du journalisme, dans le cas des petites boîtes » (L6, FG2, p. 14).*

Les spécificités structurelles et identitaires concernent en particulier les différences liées au modèle économique du média, et notamment à son mode de financement. Ainsi, pour certain.es étudiant.es, plus le média, et donc les journalistes, bénéficient de moyens financiers importants, plus ils et elles peuvent appliquer les principes de déontologie. *A contrario*, les médias de plus petite taille sont pointés comme étant des espaces plus propices à des entorses.

La question du support devient elle aussi un facteur discriminant. Ainsi, certains supports sont considérés comme moins propices à une application rigoureuse de la déontologie. C'est le cas du web qui est, à plusieurs reprises, présenté comme un espace moins normé, où les pratiques seraient moins soumises à la vérification attentive, à la relecture systématique. Le web est aussi présenté comme un espace de travail où exercent généralement les professionnel.les les plus jeunes, donc les moins aguerris.es. Mais, selon les étudiant.es, on retrouve également une application moins rigoureuse de la déontologie en télévision - l'anonymat ou la confidentialité ne seraient pas toujours respectés -, en presse locale - la proximité entre certaines sources et les publics seraient parfois problématiques - ou en presse magazine spécialisée - où les relations entre journalistes et sources ne seraient pas dénuées d'ambiguïtés.

*« Je veux dire, les magazines comme nous, forcément ils signent des contrats avec des marques pour placer des, comment on appelle ça ? Du publiereportage ou des choses comme ça. C'est des trucs qui sont... Enfin c'est un peu leur... Comment je peux dire ça ? Leur fonds de commerce aussi. C'est les marques et les... Enfin je pense que sans la com, les journalistes ne peuvent pas non plus subvenir à leurs besoins, quoi. C'est un peu un Win Win.[...] [C'est typique] de la presse magazine ! » (L10, FG3, p. 18).*

Les modalités organisationnelles sont par ailleurs un argument utilisé par les étudiant.es pour mieux comprendre cette relativité. L'organisation de la rédaction, sa taille, mais surtout ses modalités de fonctionnement et le rôle du rédacteur en chef revêtent une importance primordiale. Les

conditions de travail des journalistes, le temps dont ils et elles disposent et les relations qu'ils et elles entretiennent avec leurs collègues pèsent. Par ailleurs, certaines thématiques, telles que le fait-divers, le sport ou la culture, conditionneraient aussi des rapports spécifiques à la déontologie.

La déontologie semble donc être un cadre malléable, un domaine, un outil, une réflexion, perçue comme dépendante du média dans lequel elle s'exerce, mais aussi tributaire des thématiques abordées et des conditions de travail. La crédibilité du média est souvent invoquée comme un garde-fou qui implique que certains médias y prêtent plus d'attention que d'autres ; mais certain.es étudiant.es témoignent de difficultés à rendre collectifs ces questionnements. Ils et elles se trouvent plutôt face à des problématiques très individuelles qui peuvent mener à un évitement du souci et des formes d'auto-censure.

*« Vers la fin [du stage], je pense que toutes les deux on a réussi à se dire 'Allez on ose et on le met et, au pire c'est relu de toute façon par le rédacteur donc si cela ne va pas, voilà'. Mais au début, moi je sais que je préférerais prendre, pour traiter l'information internationale, je préférerais prendre autre chose. Donc c'était quand même une certaine un peu autocensure, je préfère pas prendre de risque » (L5, FG2, p. 3).*

- **Journalisme et communication**

Les participant.es aux focus groupes évoquent souvent la difficulté de produire de l'information sans travestir celle-ci en une forme de communication. Ces difficultés sont propres à l'exercice de certains types de journalismes spécialisés (sport, musique, presse féminine) ou à certains types de médias (taille et type de structure, rapport aux sources).

Les pratiques qui contribuent à entretenir une confusion entre communication et journalisme sont analysées au prisme de la déontologie par certain.es participant.es.

*« Un exemple [de] déontologie clair ? Ben oui récemment au petit journal où je suis, dont les finances sont très très peu stables, il était décidé de faire des productions vidéo en partenariat avec d'autres associations desquelles on est proche idéologiquement » (I4, FG1, p. 10).*

Nombre de répondant.es prennent conscience du caractère équivoque du contenu qu'ils et elles sont censé.es produire durant la pratique de leurs

stages, notamment lorsqu'ils et elles sont confronté.es à des sources désireuses de voir le média s'emparer du contenu qu'elles proposent.

*« Mais d'un autre côté, comme on nous 'donnait' certains produits, il y avait comme cette ... implicitement on t'a donné des trucs donc, sois sympa. Et ça m'a vraiment dérangé ça. Et même certaines grosses boîtes dont je ne dirai pas le nom, mais qui demandaient même au journaliste s'ils pouvaient relire les articles avant publication. Ça par contre mes maîtres de stage ils m'ont toujours dit non. Mais on sentait que pour des marques avec qui on avait l'habitude de faire des choses, il fallait quand même être sympa. Et ça j'avais quand même un peu du mal. Après je ne sais pas si c'est juste spécifique à la presse féminine, si dans d'autres secteurs, mais j'ai vraiment eu cette impression ... » (I32, FG8, p. 9).*

L'insistance de certains services de communication confronte également les stagiaires à la limite qui sépare l'information de la communication. Ils et elles souhaiteraient définir clairement cette frontière auprès de leurs sources mais éprouvent parfois des difficultés à le faire.

*« Moi j'ai vécu comme [...] ce truc-là, mais c'était à la radio à [...], une radio culturelle quoi. Moi j'ai refusé de donner les questions, de donner les thèmes, mais comme c'est de la com', la personne t'envoie un mail et si elle te demande les questions. Bah c'est non ! » (I31, FG8, p.12).*

La confusion entre information et communication serait renforcée par la nature des sujets qui leur sont confiés, elle-même dépendante de leur statut de stagiaire et de la période à laquelle certain.es d'entre eux et elles réalisent leur stage, l'été.

*« G16 : Le truc de la glace aussi. Un glacier qui a envoyé un mail apparemment à beaucoup de médias. Parce qu'il exporte de la glace au Portugal. Et pour moi c'était de la publicité et je n'étais pas super contente qu'on m'oblige à faire ce sujet-là ; surtout ce n'était pas très écologique.*

*G14 : L'info c'était de la glace belge au Portugal donc au final c'est la marque qui t'a invité ?*

*G16 : c'est lui qui a dit 'j'aimerais bien qu'on parle de moi'. C'était l'été il n'y avait pas beaucoup de sujets.*

*G13 : C'est ce qu'avait dit le rédacteur, c'est l'été il n'y a pas beaucoup de sujets, d'habitude je ne traite pas ça mais là on va le faire. Je pense que si c'était passé dans l'année, plus tard ou plus tôt ce serait passé sous cape mais là, vu que c'était l'été...*

*G14 : En fait par manque de sujet pour remplir leur journal ou que ce soit la radio*

ou le journal papier, ils sont près des sujets un peu plus ...

G16 : ... mais on nous demande à nous de pas faire de la pub en écrivant l'article. Alors que le sujet était clairement de la publicité. Le sujet de base c'est de la pub donc c'est très compliqué de prendre une distance non publicitaire et de créer vraiment quelque chose d'informatif et d'intéressant. Tout ça par manque de sujet en fait » (G13/G14/G16, FG4, p. 3).

Deux répondant.es ont fait part de leur déception lorsqu'ils et elles se sont vu.es chaleureusement remerciés par leur source, après la rédaction d'articles qu'ils et elles souhaitaient informatifs et non promotionnels.

« J'ai eu la même chose à [média], mon premier sujet pour le JT de 13h et le gars (c'était les 100 ans d'une œuvre), l'attaché de com', m'a envoyé un message [après la diffusion] en se disant très satisfait. Je me suis senti hyper mal. Parce que je me suis dit "merde" ! Je me suis senti hyper mal quand j'ai reçu le mail, ça ne m'a pas fait plaisir » (L5, FG2, p. 6).

Deux autres participant.es rapportent qu'ils et elles ont découvert, après couverture de l'événement, que le sujet qui leur avait été attribué était en réalité une commande de publireportage et qu'ils et elles avaient donc été dup.es par leur rédaction.

« Moi j'ai eu une application, plus directe d'un de mes cours de déontologie pendant mon stage, et quand j'ai été confronté à ça, j'ai été un peu perturbé [...]. C'était sur la distinction entre publicité et journalisme et je me suis rendu compte que le travail que je faisais pendant mon stage, c'était clairement de la publicité qu'on voulait que je fasse. [...] Je travaillais sur un écran acoustique qui a été créé par une association créative et quand je suis arrivé là-bas, j'ai fait ce que j'avais appris à faire : un reportage. J'étais avec un vidéaste, on avait fait ça à deux. Mais eux, ils n'étaient pas satisfaits parce qu'ils voulaient un clip vidéo. Et je me suis rendu compte plus tard, mais des mois plus tard, qu'ils avaient commandé ce publireportage au média pour lequel je travaillais » (G14, FG4, p. 2).

Selon une des étudiantes, le Code de déontologie prend tout son sens dans ce genre de situation où la frontière avec la communication ou la publicité est brouillée. Son invocation lui a en effet permis d'affirmer son opposition :

« Dans notre radio, petit staff du coup, il y a certains moments où le directeur ou ceux qui sont dans la com' vont venir voir les stagiaires pour leur dire 'Tiens,



*tu n'a pas envie de faire une pub ?'. Et ça c'est très personnel de choisir si tu as envie ou pas. Le dernier jour de mon stage, il [le directeur] est venu me voir et il m'a dit : 'Tiens, j'aurais besoin que tu viennes m'aider parce qu'il faut que je montre à un client que son texte ne va pas'. Et j'ai juste répondu au directeur : 'Ben non, je ne le fais pas parce que c'est pas dans mon contrat et moi je suis journaliste, je suis pas là pour faire de la pub et que si tu veux qu'on en parle, déjà on fait ça avec mon rédac-chef' » (L5, FG2, p. 13).*

Les stages sont également des lieux d'expérimentation pour déployer des stratégies, *a priori* ou *a posteriori*, en vue d'affirmer cette frontière entre information et communication. Et les étudiant.es sont aussi amené.es à revoir certains jugements en relation avec la déontologie journalistique, au sortir de leur stage. Beaucoup de participant.es affirment ensuite trouver la proximité constatée entre les journalistes et certaines de leurs sources acceptable et utile, alors qu'ils et elles la jugeaient ambiguë avant leur première expérience professionnelle. Les questions autour de la déontologie et les expériences parfois difficiles qu'ils et elles peuvent vivre à ce sujet sont ainsi un moyen de socialisation professionnelle.

- **Statut de stagiaire**

Les discussions ont aussi mis en exergue le fait que le statut de stagiaire des participant.es les confronte à des défis déontologiques spécifiques, et leur procure bien souvent un sentiment d'illégitimité.

Du fait de leur statut de stagiaire et de leur inexpérience, certain.es participant.es affirment ne pas s'autoriser à questionner, d'un point de vue déontologique, les pratiques des personnes travaillant dans le média depuis longtemps.

*« C'est difficile de, en tant que stagiaire en tout cas, si je rentre dans 5 mois en tant que journaliste / pigiste, là j'aurai l'impression que je suis plus au même niveau qu'eux, alors qu'en tant que stagiaire, j'ai l'impression - mais ça c'est peut-être moi qui l'interprète comme ça - (que) les stages, c'est prendre de l'expérience, assister, participer aux reportages et tout ça, mais pas commencer à la ramener sur les principes rédactionnels » (I2, FG1, p. 14).*

D'autres affirment déceler des ambiguïtés déontologiques, mais taire leurs interrogations en raison de leur statut de stagiaire, de la brièveté de leur passage (non rémunéré) dans les rédactions ou encore d'un manque de confiance en eux. Il y a ainsi de nombreux silences qui entourent

les questions de déontologie dans la pratique des jeunes journalistes. Ce silence s'expliquerait également par une volonté de se faire bien voir par la rédaction en tant que « nouveaux.elles arrivé.es », de ne pas compromettre leurs chances de se faire éventuellement engager à l'issue de leur stage, ou encore de se faire évaluer positivement par le média et auprès de leur institution de formation.

A *contrario*, certain.es participant.es considèrent leur caractère novice comme un atout mobilisable par le média (I1, FG1) et leur statut de stagiaire comme favorable aux questionnements déontologiques, éventuellement « dérangeants » (I4, FG1). Une participante évoque par ailleurs la nécessité, pour tout jeune journaliste, de ne pas éluder les questionnements déontologiques.

*« C'est sûr qu'on se dit que nous, on n'a aucune légitimité parce qu'on débute dans le métier. Mais au contraire, je pense qu'il faut dire ce genre de trucs ou au moins essayer d'en parler ouvertement, parce que ça prouve que tu es un journaliste de qualité en fait et que tu essayes de faire ton métier correctement. Même quand tu es comme moi, pas journaliste et que tu as un petit boulot subalterne quoi. Si tu peux appliquer ça, c'est bien et ça t'aidera » (C23, FG6, p. 12).*

Un participant évoque encore la marge de manœuvre limitée dont jouissent les journalistes plus expérimentés pour faire valoir leur point de vue sur la déontologie, notamment vis-à-vis de la rédaction centrale (G15/G16, FG4). Cependant, les constats dressés ci-dessus doivent, selon certain.es participant.es, être nuancés selon les médias considérés.

La plupart des participant.es s'accordent à dire que leur statut de stagiaire les met face à de nombreux défis, voire pièges, déontologiques. Certain.es évoquent ainsi la difficulté de se présenter en tant que journaliste, stagiaire ou membre de la rédaction d'un média, auprès des sources sollicitées. Pour obtenir certaines informations, ils et elles doivent ainsi se présenter comme journalistes et non comme stagiaires, ce qui constitue pour eux un problème déontologique.

*« En vrai, c'est plus compliqué. Par exemple, pendant mon stage, on me disait : 'Bah dis pas que t'es la stagiaire, présente-toi en tant que journaliste'. Ce qui est pas tout à fait vrai, ce qui est pas tout à fait faux non plus en soi, je le serai. Mais voilà, 'Dis pas que t'es la stagiaire parce que ça fait un peu : on a envoyé la stagiaire sur le sujet'. Donc voilà, rien que ça, on est censé se présenter » (G28, FG7, p. 5).*

D'autres évoquent simplement leur inexpérience, qui les pousse à suivre des directives sans les questionner (L12, FG3). Enfin, les sujets proposés, voire imposés, aux stagiaires seraient très difficiles à traiter de manière informationnelle et non communicationnelle. L'un des participants tempère cependant ce constat en affirmant que la nature des sujets proposés aux stagiaires ne les expose pas à de très grands « risques déontologiques » (G26, FG7).

# 4. Jugements

Si les étudiant.es interrogé.es ont globalement des représentations plutôt fluctuantes de la déontologie, ils et elles n'hésitent pas à s'y référer pour évaluer la qualité de leurs productions et guider leurs pratiques. Ils et elles ont ainsi une vision assez normative de ce qu'ils et elles considèrent comme du « bon journalisme », c'est-à-dire celui qui suit les règles déontologiques, même si celles-ci sont perçues parfois comme dépassées pour faire front aux défis contemporains de la production d'information. Ils et elles considèrent la déontologie comme un élément important de leur identité professionnelle, et déplorent qu'il existe des journalistes (rencontré.es lors des stages) qui avouent n'avoir pas lu (tout) le Code de déontologie, dont la connaissance est primordiale à leurs yeux. L'imprécision des définitions de la déontologie n'empêche cependant pas qu'elle incarne un cadre de référence dynamique et vivant pour les étudiant.es, qui en mobilisent certains éléments (de manière parfois confuse) à de nombreuses occasions. La déontologie constitue donc, à leurs yeux, un corpus assez hétérogène, mais néanmoins signifiant, pour évaluer leurs pratiques journalistiques et celles des autres.

Cette posture normative par rapport à la déontologie amène les jeunes journalistes à énoncer trois types de jugements, caractérisés par leur véhémence : en premier lieu sur les valeurs professionnelles du journalisme, en deuxième lieu sur les facteurs qui menacent le respect de la déontologie dans les salles de rédaction où ils et elles ont travaillé, et en troisième lieu sur l'efficacité des sanctions proposées par les instances d'autorégulation et notamment le CDJ<sup>7</sup>.

- **Jugements sur les valeurs professionnelles du journalisme**

Les étudiant.es affirment avec conviction que la déontologie est un instrument nécessaire pour défendre la valeur de l'indépendance journalistique, considérée comme centrale dans leur métier, et, plus précisément, pour gagner et cultiver la confiance du public, perçue comme le but essentiel du journalisme. Un des intervenants déplore que seulement une minorité des journalistes qu'il a rencontré.es lors de son stage défend cette indépendance (I3, FG1, p. 13).

<sup>7</sup> Voir sur <https://www.lecdj.be/fr/jurisprudence/avis/>

- **Jugements sur les médias**

Les jugements sur la qualité de l'information produite par les médias où les répondant.es ont fait leurs stages et sur les démarches proposées par la hiérarchie montrent une adhérence forte aux règles déontologiques, qui servent de point de référence aux étudiant.es. Les tensions identifiées dans la section précédente, vues comme des menaces pour le respect des règles déontologiques, amènent les participant.es à tenir des discours très critiques sur les cultures journalistiques dans lesquelles ils et elles ont été en immersion.

Parmi les critiques visant les routines de production, l'immédiateté est une des préoccupations les plus répandues. Référence est ici faite à la rapidité attendue pour la publication des informations, qui, selon les étudiant.es, ne leur permet pas de prendre le temps de suivre les bonnes pratiques de vérification, ni de se poser des questions déontologiques, notamment lors des stages dans les médias numériques. Un des répondants fait un lien explicite entre déontologie et qualité de l'information en réfléchissant aux conséquences de l'immédiateté :

*« [J]e ne pense pas que c'est parce qu'on est dans l'immédiateté que l'on doit enfreindre la déontologie. C'est plutôt la déontologie qui doit nous donner un cadre de travail et une ... comment dire ... une durée minimum pour pouvoir faire un article correctement quoi. [...] C'est juste que les médias, à l'heure actuelle, veulent pondre de l'info au détriment de la qualité, et je trouve qu'on ne devrait pas nous forcer à enfreindre la déontologie ou même notre éthique professionnelle, pour des timings qui sont parfois impossibles à tenir » (I29/I30, FG8, p. 24).*

La déontologie est aussi mobilisée pour critiquer la pression commerciale, notamment dans un contexte de crise économique qui oblige les médias à maximiser leur production à moindre coût. Sont ici pointées les tensions liées aux pratiques de communication marketing ou publicitaire, mais aussi à la prédilection de sujets et angles sensationnalistes qui vont multiplier les "clics". Les étudiant.es se montrent assez réticent.es à rédiger des articles qui font la promotion de produits, mais en même temps, semblent penser que la déontologie n'est pas assez forte pour s'opposer aux pressions de ce "pouvoir" économique (annonceurs et propriétaires des médias) sur le travail des journalistes.

*« [C]’est quand même vachement pratique d’avoir des informations qui tombent toutes seules dans ta boîte aux lettres [les communiqués de presse]. Ça facilite les choses. Mais c’est vrai que quand c’est de la publicité et qu’on nous oblige à le faire [rédiger un article à partir de ces textes promotionnels] voilà, ce n’est pas très déontologique quoi » (G16, FG4, p. 3).*

*« C’est même juste, si quelqu’un paye, il a le pouvoir. Celui qui finance, c’est le pouvoir. La déontologie ne nous sauvera pas » (I4, FG1, p. 12).*

- **Jugements sur les normes**

Malgré la posture générale de défense des codes déontologiques évoquée dans les jugements sur ces médias, les jeunes journalistes ont parfois aussi un regard critique sur la pertinence des normes, le plus souvent en rapport à l’efficacité des instances d’autorégulation.

Un des intervenants considère que la déontologie devrait être « flexible » et adaptable en fonction de l’intérêt journalistique de l’information à récolter, pour ne pas devenir une entrave à la profession (I29, FG8, p. 3). Un autre considère que les normes sont parfois obsolètes, même si certains « grands principes » ne vont pas bouger « et ça c’est pas plus mal » (I1, FG1, p. 14).

Par rapport aux sanctions que le CDJ peut imposer aux journalistes qui ne respectent pas la déontologie, la majorité des intervenant.es considère qu’elles devraient être plus lourdes pour vraiment avoir un effet dissuasif, et surtout avoir plus de visibilité auprès du grand public, pour que la société prenne conscience des enjeux déontologiques du journalisme.

Les étudiant.es considèrent également que, plus que les journalistes eux-mêmes, ce sont les entreprises médiatiques qui devraient être sanctionnées, car ce sont elles qui créent les conditions de travail qui permettent ou empêchent le respect de la déontologie. Les participant.es évoquent aussi le besoin d’une éducation aux médias plus développée pour faciliter la connaissance et la compréhension, par le public, des règles déontologiques du journalisme.



## 5. Enjeux contemporains

Cette thématique concerne la perception, par les étudiant.es, de la déontologie en tant qu'adaptée ou non au contexte professionnel actuel, d'un point de vue socio-économique ou professionnel, notamment en termes d'enjeux, de reconnaissance et de différenciation professionnelle. Elle consigne également de nombreuses interrogations des enquêté.es quant à l'utilisation des réseaux sociaux par les journalistes régulièrement envisagée comme mettant en péril la déontologie ou la rendant encore plus nécessaire qu'auparavant, avec la question de la protection des sources, par exemple, ou la facilité de traçabilité des connexions en ligne.

Pour les étudiant.es en journalisme, malgré l'existence du Code, la déontologie demeure impalpable, en mutation : elle nécessite un « effort constant » qui « s'adapte petit à petit », « doit toujours être mis(e) à jour » et change « en fonction des tendances et des valeurs morales, qui évoluent ». À ce titre, le contexte actuel est caractérisé par une période de rupture et de réinvention, encore loin d'être arrivée à terme. Pour d'autres, la faculté des journalistes à repenser leur déontologie s'opère immuablement avec un temps de retard, ce qui met en doute la potentialité de renouveaux professionnels concrets.

D'un point de vue personnel, certain.es étudiant.es peinent à développer une véritable appropriation des normes déontologiques, et donc à statuer sur leur pertinence actuelle.

*« Je trouve que c'est déjà difficile de les saisir, et du coup de savoir si elles sont adaptées... Je pense que c'est plutôt moi qui me suis adaptée et qui ait adapté mon travail pour qu'il réponde aux normes déontologiques que je connaissais » (L5, FG2, p. 14).*

D'autres, à l'inverse, concèdent les avoir incorporées : « c'est vraiment le quotidien de [nos] choix » (L11, FG3, p. 5), « même si on ne connaît pas par cœur les règles, clairement, c'est formé autour de [nous] » (L6, FG2, p. 14).

Mais, si la déontologie semble assez puissante pour s'immiscer dans les réflexes estudiantins, elle est souvent considérée trop peu coercitive pour



être suivie systématiquement par les médias, au point que les enquêté.es suggèrent des solutions pour pallier ce laisser-aller.

*« Il faudrait qu'il y ait un CDJ super puissant qui fout les jetons à chaque boîte, ce qui n'est pas totalement le cas. Ou qu'il y ait quelqu'un de particulièrement formé à la déontologie chez les rédac' chefs. » (L6, FG2, p. 14).*

Dès lors, les étudiant.es ont tendance à laisser entendre qu'ils et elles découvrent une sorte de « nouveau code » de déontologie sur le terrain, que la pratique induit une façon plus laxiste d'appliquer les principes théoriques. Quelques-un.es des enquêté.es formulent un constat plus radical : le Code de déontologie du CDJ, « *personne ne sait ce que c'est* » (L12, FG3, p. 29), « *A mon avis, il est bien fait, le Code, c'est juste que les gens ne l'appliquent pas* » (G15, FG4, p. 6). Certains propos sont également empreints de pessimisme : « *Je pense que ça va continuer à reculer, en fait. Ou ça va rester dans le même état* » (G15, FG4, p. 24).

Les réseaux sociaux et, en guise de corollaire, l'impératif d'instantanéité de l'information, sont régulièrement évoqués comme causes du contournement des normes. Ces évolutions numériques du secteur, relativement récentes, suggèrent le besoin d'une « modernis[ation] » de la déontologie, une remise au goût du jour. Il semblerait qu'aux yeux des étudiant.es, le journalisme soit resté dans une bulle de pureté éthique idéaliste.

Cette quasi-utopie, incompatible avec les réseaux sociaux, nécessiterait d'être éclatée pour que les journalistes se placent à la hauteur des sujets qu'ils et elles traitent, pour les affronter à armes égales :

*« Je ne sais pas si la déontologie est encore adaptée à l'époque actuelle. Je reprenais l'exemple des grandes entreprises : je me dis le nombre incalculable de scandales, etc. et le nombre de magouilles, et je me demande 'Pourquoi moi je ne ferais pas pareil pour dénoncer ce qu'ils font ?' » (I29, FG8, p. 18).*

La plupart des étudiant.es estime clairement que la déontologie ne cadre pas suffisamment les comportements à adopter en ligne, et se sentent perdus. Ils et elles peinent à définir leur rôle de façon circonscrite, surtout au regard de celui de community manager, qu'ils et elles doivent occasionnellement endosser : « *le devoir d'un journaliste est de défendre son article quand il est publié sur les réseaux sociaux* » (I29, FG8, p. 4). Mais ils et elles posent également les limites de cette pratique qu'ils et

elles doivent assumer : « *on n'a pas le temps de réagir à tous les gens qui [attaquent depuis chez eux] 24h/24* » (I2, FG1, p. 10).

Les étudiant.es manifestent ainsi le sentiment de se voir attribuer plus de responsabilités que les générations antérieures, qui se posaient moins de questions car n'utilisaient pas les mêmes outils : « *C'est vrai que c'est dur... le poids de repenser la déontologie repose sur nos épaules* » (I2, FG1, p.14).

Les réseaux sociaux brouillent également les frontières entre lieux privés et publics : peut-on poster une vidéo tournée dans un vestiaire ? La présence sur une plateforme numérique rend-elle ses images publiques ? La plupart des étudiant.es semble sensibilisée à ces questions, qu'ils et elles ont du mal à trancher : « *Il y a un vide [juridique] autour de ça* » (C34, FG9, p. 9), « *Pour les réseaux sociaux [la déontologie] est moins claire que pour les médias écrits !* » (G28, FG7, p. 4). Souvent, ils et elles se désolidarisent ostensiblement des comportements de leurs collègues de stages, qu'ils et elles n'hésitent pas à évaluer négativement ou à mettre à distance par l'utilisation du « ils » et non du « nous » :

« *Les photos Facebook, souvent, ils prennent* » (C36, FG9, p. 9).

« *Je trouve ça un peu trash* » (C36, FG9, p. 10).



# Conclusion

## La déontologie : une manière de parler du journalisme et de ses enjeux

Le rapport que les étudiant.es en journalisme de Belgique francophone nouent avec la déontologie est double et, d'une certaine manière, paradoxal. Tantôt, ils et elles la considèrent de manière abstraite et en offrent des définitions maladroitement, tantôt ils et elles l'incarnent de manière très concrète dans leurs pratiques professionnelles. Mais même appliquée concrètement, la déontologie et les interactions qu'elle implique - avec les pairs, les sources et le public - ne sont que rarement dénuées de tensions, voire de problèmes. La déontologie est vue, par les participant.es, comme un ensemble de normes relevant tantôt quasiment du droit juridique, tantôt davantage de l'éthique personnelle. Elle est cependant presque toujours considérée comme un cadre peu défini. Les jeunes journalistes la définissent presque toujours comme un cadre souple et malléable. Le caractère relatif de la déontologie serait fonction du réseau de contraintes, notamment économiques, temporelles, ou en termes de ressources humaines, dans lequel elle s'inscrit. Son application leur demanderait un effort d'adaptation constant à ce réseau de contraintes. À celles-ci s'ajoutent, dans leur cas spécifique, le statut de stagiaire qui peut impliquer un manque d'encadrement, une adhésion relative à la ligne éditoriale du média pour lequel ils et elles travaillent, ou des difficultés à exprimer leurs doutes ou leurs désaccords.

Compte tenu de ce contexte, l'application de la déontologie est considérée de façon plurielle par les étudiant.es interrogé.es. Elle est parfois considérée comme un obstacle entravant leur pratique professionnelle, parfois brandie comme une protection des valeurs du journalisme. La plupart des étudiant.es en journalisme considère en effet que la déontologie est utile, notamment car elle crédibilise leur pratique professionnelle. Mais nombre d'entre eux et elles affirment également qu'elle ne permet pas toujours de répondre aux problèmes qu'ils et elles rencontrent et aux enjeux auxquels ils et elles doivent faire face.

Certain.es la perçoivent dès lors comme peu adaptée au contexte actuel. Cette inadéquation est surtout pointée du doigt lorsque les réseaux sociaux sont évoqués. Ces "nouveaux" supports médiatiques entraînent en

effet de nouvelles pratiques qui engendrent de nouvelles interrogations déontologiques. Les étudiant.es développent alors un discours normatif sur la déontologie et ses applications concrètes, tout en reconnaissant ne pas en maîtriser complètement les aspects théoriques. Les versants sur lesquels le Code de déontologie leur semble se fourvoyer semblent multiples : fossé théorie/pratique, rôle du journaliste délicat à circonscrire, aspect sauvage des comportements médiatiques sur les réseaux sociaux et, surtout, méconnaissance perçue de ces normes dans le chef des journalistes professionnel.les. À cela s'ajoutent les pratiques dans lesquelles la frontière entre journalisme et communication est brouillée, remettant en cause la valeur centrale d'indépendance. Le rapport aux sources et aux publics devrait ainsi être (re)pensé dans un contexte médiatique en pleine mutation.

Qualifier le manque d'adéquation de la déontologie journalistique au contexte actuel et à l'univers des TIC leur sert de vecteur pour formuler, de manière plus globale, les nouveaux obstacles qu'ils et elles identifient à la « bonne pratique » de la profession, celle-ci leur semblant de plus en plus lourde à assumer, en décalage avec les simplicités d'usage supposées dont bénéficiaient les générations précédentes. De manière générale, les discussions avec les participant.es dévoilent une certaine façon de concevoir le journalisme, et d'en parler. Que ce soit à travers les négociations auxquelles donne lieu constamment la déontologie ou dans les tensions qui peuvent produire des conflits d'intérêts pour les journalistes et les entreprises médiatiques, mais aussi dans les jugements énoncés sur la profession, ses normes ou ses valeurs, les enjeux de déontologie permettent de discuter du journalisme et de ses transformations. L'évocation du statut de stagiaire draine également des considérations plus générales, relatives à la façon dont les participant.es considèrent leur (future) profession, la façon dont les journalistes plus expérimenté.es la pratiquent, ainsi que les relations que ceux-ci et celles-ci entretiennent avec leurs publics.

Enfin, il est peut-être utile de suggérer que la réflexivité dont il est le plus souvent question dans les focus groupes demeure très peu orientée vers un raisonnement méta-éthique, au sens de la critique de la légitimité du système déontologique tel qu'il existe. Celui-ci est presque systématiquement présenté comme une norme implicite, comme un allant de soi, souhaitable, voire « idéal », pour reprendre certains termes des focus groupes. Même si le Conseil de déontologie journalistique est parfois donné en référence, il reste tout de même à la fois une faible identification

des acteurs francophones belges de la déontologie et une faible remise en question du cadre normatif actuel, alors même que l'on relève dans les discussions certains décalages (technologiques, par ex.), certaines inadéquations, ou en tous cas, de nouveaux défis posés à la déontologie, en rapport aux nouveaux outils et usages, entre autres. Le recours à une vision normative du système déontologique semble rassurer en ce qu'elle permet aux jeunes journalistes d'inscrire leurs pratiques professionnelles en construction dans un cadre défini, même si celui-ci est jugé en même temps trop contraignant et mal adapté à leur réalité de travail. On peut faire l'hypothèse que cette vision provient sans doute en partie du manque de connaissances et de pratique mentionné plus haut. Mais, elle peut dans le même temps servir de cadre justifiant, voire argumentant, une réflexivité beaucoup plus critique à l'encontre des pratiques professionnelles observées et de l'évolution du journalisme en général, comme activité productive et comme profession.

C'est probablement entre représentation idéalisée/normative, pragmatisme, opportunisme, cynisme ou déception que vont se déployer diverses manières de concevoir, et donc de définir, des dynamiques du journalisme s'ajustant à un modèle politique démocratique, en un contexte de très fortes contraintes technologiques et économiques. On peut émettre l'hypothèse que l'émergence de la thématique des négociations dans les focus groupes tient, en partie, à la situation particulière des individus interrogés encore aux études, mais ayant fraîchement achevé une première (et brève) expérience en milieu professionnel (hormis, éventuellement, certains pigistes déjà mieux rôdés au fonctionnement d'une rédaction) : leur cadre de vision est assez proche de la "norme", là où des journalistes plus expérimentés le sont parfois moins et seraient sans doute moins étonnés de ces arrangements et contournements. Et pourtant, nous pourrions, dans le même temps, développer une approche contraire, et interroger, dans les mêmes conditions, des journalistes plus âgés qui pourraient, au vu de leur expérience, alimenter, plus encore ici, les réflexions sur les difficultés de vivre avec la nécessité d'incarner des principes déontologiques dans une période de transformations importantes non seulement des conditions de production, mais aussi des conditions de travail et d'emploi.



# Bibliographie

- Accardo, A., Abou, G., Balastre, G. & Marine, D. (1995). *Journalistes au quotidien. Outils pour une socioanalyse des pratiques journalistiques*, Bordeaux : Le Mascaret.
- Carlson, M. (2016). « *Metajournalistic Discourse and the Meanings of Journalism: Definitional Control, Boundary Work, and Legitimation* », *Communication Theory*, Vol. 26, n°4, p. 349-368.
- Cornu, D. (2009). *Journalisme et vérité*, Genève, Labor et Fides, Le champ éthique.
- Demers, F. (2007). « *Déstructuration et restructuration du journalisme* », *tic&société*, 1(1).
- Evans, C. (2011). *La méthode des focus groups*, Paris : BPI.
- Ruellan, D. (2011). *Nous, journalistes : Déontologie et identité*, Collection "Communication, médias et sociétés", Saint-Martin-d'Hères (Isère) : PUG.
- Siméant, J. (1992). « *Déontologie et crédibilité. Le réglage des relations professionnelles au CFJ* », *Politix. Revue des sciences sociales du politique*, 5(19), p. 37-55.
- Standaert, O. (2016). « *À l'orée du journalisme, aux marges de ses idéaux : Marchés du travail et trajectoires d'insertion des nouveaux journalistes de Belgique francophone* », *Questions de communication*, 30(2), p. 335-354.





# Centres de recherche et auteurs

- **LaPIJ :**

Le Laboratoire des pratiques et des identités journalistiques (LaPIJ), créé au sein du département des Sciences de l'Information et de la Communication de l'Université libre de Bruxelles (ULB), répond à la nécessité d'affronter, en tant que chercheurs et enseignants en journalisme, les transformations que subit actuellement la profession, les mutations des métiers et des identités, l'arrivée de nouvelles figures dans le secteur des médias d'information, ainsi que la remise en cause du métier de journaliste. Le LaPIJ aspire à être un espace de réflexions et d'échanges sur le journalisme, et notamment sur les pratiques et les identités de tous ceux qui font le journalisme.

♦ **David Domingo**, chaire de journalisme, ULB - david.domingo@ulb.be

♦ **Marie Fierens**, chercheuse en journalisme, ULB - marie.fierens@ulb.be

♦ **Florence Le Cam**, chaire de journalisme, ULB - florence.le.cam@ulb.be

♦ **Florian Tixier**, chercheur en journalisme, ULB - florian.tixier@ulb.ac.be

- **ORM :**

L'Observatoire de Recherche sur les Médias et le journalisme (ORM), fondé en 1992, est un groupe de recherche de l'École de Communication de l'UCL. Il est plus particulièrement associé à l'École de journalisme de Louvain (EjL). L'ORM développe une expertise particulière dans différents domaines (socio-économie des médias d'information, évolutions des pratiques, des technologies et des métiers de l'information, déontologie du journalisme et le droit des médias...) et s'applique notamment à mener des recherches scientifiques fondamentales et appliquées, en Belgique et à l'international.

♦ **Benoît Grevisse**, professeur ordinaire, UCLouvain - benoit.grevisse@uclouvain.be

♦ **Olivier Standaert**, chargé de cours en journalisme, UCLouvain - olivier.standaert@uclouvain.be

- **Lemme :**

Le Lemme est un laboratoire de recherche, dont les membres sont issus des Départements des Médias, Culture et Communication, de Langue et

littérature modernes et de Langues et littérature romanes de l'Université de Liège (ULiège). Les recherches menées au sein du Laboratoire d'Etude sur les Médias et la Médiation (Lemme) ont pour vocation d'interroger, de manière théorique et empirique, les processus et dispositifs de médiation que constituent la production, la circulation et la réception des objets culturels et médiatiques dans un espace technologique, économique, symbolique, social et politique.

♦ **Boris Krywicki**, assistant-doctorant en journalisme, ULiège - boris.krywicki@uliege.be

• **IHECS :**

Depuis 1958, l'Institut des Hautes Études des Communications Sociales (IHECS) organise des formations dans le domaine du journalisme et de la communication en articulant théorie et pratique des médias. En lien avec ses activités d'enseignement, l'IHECS développe des initiatives de recherche appliquée ancrées sur les terrains d'action socio-professionnelle (journalisme, animation socio-culturelle et éducation permanente, éducation aux médias, communication publique et commerciale).

♦ **Amandine Degand**, chargée de cours en journalisme, IHECS - amandine.degand@galilee.be

# Table des matières

<b>Avant-propos</b> .....	<b>5</b>
<b>Introduction</b> .....	<b>7</b>
<b>1. Représentations</b> .....	<b>11</b>
La déontologie comme norme	
Confusions entre éthique et déontologie	
La déontologie, un cadre que l'on peut (ou non) respecter	
La déontologie comme entrave, autant que comme protection	
La déontologie est utile car elle crédibilise	
<b>2. Négociations</b> .....	<b>15</b>
Une déontologie malléable	
Le caractère délibératif de la déontologie	
<b>3. Tensions</b> .....	<b>19</b>
En fonction du média	
Journalisme et communication	
Statut de stagiaire	
<b>4. Jugements</b> .....	<b>27</b>
Jugements sur les valeurs professionnelles du journalisme	
Jugements sur les médias	
Jugements sur les normes	
<b>5. Enjeux contemporains</b> .....	<b>31</b>
<b>Conclusion : La déontologie : une manière de parler du journalisme et de ses enjeux</b> .....	<b>35</b>
<b>Bibliographie</b> .....	<b>39</b>
<b>Centres de recherche et auteurs</b> .....	<b>41</b>

Editeur responsable : Muriel Hanot, AADJ-CDJ

**Conseil de déontologie journalistique**

rue de la Loi 155, bte 103

1040 Bruxelles

Tél. : 02/280.25.14

[info@lecdj.be](mailto:info@lecdj.be)

[www.lecdj.be](http://www.lecdj.be)

