

Les

carnets

Recommandation

Informé en situation

de la d'urgence

déon

adoptée le 10 juin 2015

par le Conseil de déontologie journalistique

tologie

Recommandation

Informer en situation d'urgence

**adoptée le 10 juin 2015
par le Conseil de déontologie journalistique**

Les carnets de
la déontologie

7

cdj^o

Conseil de déontologie journalistique
septembre 2015
Bruxelles

Recommandation

Informer en situation d'urgence

La couverture des événements de Paris les 7, 8 et 9 janvier 2015* a suscité de nombreuses questions dans les médias et autour d'eux sans qu'on puisse automatiquement conclure à des fautes déontologiques. Le Conseil de déontologie journalistique s'en est saisi non pour juger ce qui a été fait mais pour aider les rédactions confrontées à l'avenir à de telles situations.

La plupart des questions concernent la couverture en direct de tels événements. Le direct lui-même n'est pas une nouveauté pour les médias audiovisuels : il existe depuis longtemps pour des événements divers. La nouveauté, ces dernières années, réside dans deux aspects : d'abord la généralisation à de très nombreux médias autres qu'audiovisuels ; ensuite le caractère largement imprévisible de tels événements à la différence d'autres dont le déroulement est largement connu à l'avance (directs sportifs, événements programmés, cérémonies culturelles, sessions parlementaires...) et auxquels les rédactions peuvent se préparer.

Bien conscient que les moyens des rédactions sont variables, le CDJ leur propose une liste de précautions à laquelle se référer dans toute la mesure du possible lorsqu'elles sont confrontées à de telles situations.

* Le 7 janvier 2015, la rédaction de l'hebdomadaire satirique *Charlie Hebdo* a été attaquée. Du 7 au 9 janvier, les médias ont suivi la recherche et la traque des auteurs. Le 9 janvier, une prise d'otages s'est greffée sur ces événements. Le dénouement des deux affaires a été couvert quasi en direct. Entre temps, l'auteur de la prise d'otages avait aussi tué une policière. En tout, 20 personnes sont décédées.

Recommandations pour l'information en situation d'urgence

1.1 dans l'organisation de la couverture en direct :

- ▶ désigner dans les rédactions un(e) responsable chevronné(e) qui contribue à classer les informations selon leur pertinence et leur crédibilité et repère les risques de dérapage.
- ▶ faire appel autant que possible à des journalistes au fait des questions de sécurité, d'organisation policière voire de psychologie criminelle.
- ▶ créer dès que possible des espaces de discussion en ligne animés par un(e) journaliste ayant pour mission de modérer les forums et d'y corriger les affirmations non fondées (voir ci-dessous pt 3.2).
- ▶ intégrer dans la couverture de l'événement (au moins en interne mais si possible avec une répercussion publique) une attention particulière aux tentatives d'instrumentalisation des médias, affecter un(e) journaliste à la recherche des démarches de ce type et les confronter à l'exposé des faits avérés.

1.2 dans la recherche et le recoupement d'informations :

- ▶ vérifier chaque information avant de la diffuser ou, à défaut, s'assurer de la crédibilité de la source.
- ▶ référencer correctement les informations de sources officielles qui ne sont pas des rumeurs mais doivent être recoupées et mises en perspective ; s'interroger sur les motifs de leur émission.
- ▶ distinguer une rumeur d'un scoop, qui a été vérifié et confirmé à d'autres sources. Les journalistes doivent rester lucides sur les motivations de la source dans la décision de diffuser cette information.
- ▶ être particulièrement attentif à la diffusion de théories conspirationnistes ou à des tentatives de manipulation, d'où qu'elles viennent.

► être particulièrement prudent dans les contacts avec les auteurs d'actes délictueux. Ce sont des sources potentielles comme d'autres, même dans le cours d'un événement violent. La prudence est de mise tant dans les questions posées (qui peuvent transmettre des informations à ces auteurs) que dans la sélection des réponses à diffuser.

► soumettre les contenus générés par les utilisateurs de réseaux sociaux à quatre questions de base : s'agit-il d'un contenu original ? qui l'a mis en ligne ? quand a-t-il été créé ? où a-t-il été créé ? (pour les outils techniques utiles, voir http://verificationhandbook.com/book_fr/).

► dans la mesure du possible, interroger le responsable opérationnel des forces d'intervention afin d'apprendre si certaines informations sont frappées par lui d'embargo, lesquelles et pour quelles raisons.

1.3 dans la diffusion de l'information :

► être attentif aux choix des mots qui déterminent souvent la perception des faits par le public. Les termes utilisés doivent être les plus exacts possible sans exagération ni minimisation.

► dans le flot d'informations qu'on estime pertinent de répercuter auprès du public, signaler clairement celles qui sont vérifiées et celles qui ne le sont pas.

► utiliser le conditionnel ne suffit pas toujours à faire comprendre au public le caractère incertain d'une information : il faut insister sur ce caractère en répétant autant que nécessaire les réserves d'usage et en citant les sources. Lorsque c'est utile, relativiser la crédibilité de certaines sources.

► rectifier aussitôt que possible une information diffusée qui se révèle fautive.

► le cas échéant, signaler que la rédaction dispose d'informations mais s'abstient temporairement de les diffuser. La raison ne peut pas en être la soumission des médias à une pression extérieure mais découle de la responsabilité sociale des journalistes. En effet, étant donné la nécessité

de mettre en balance le droit du public d'être informé et d'autres intérêts légitimes, la liberté de la presse n'implique pas que toute information, même vérifiée, soit diffusée sans délai notamment lorsqu'elle influencerait le comportement des acteurs, mettrait des vies en danger, conduirait à des dommages graves pour des personnes...

► intégrer l'éventualité que les auteurs de faits graves comme une prise d'otages s'informent aussi à travers les médias pendant les événements.

► avant de diffuser le nom de victimes, vérifier dans toute la mesure du possible si leurs familles sont déjà informées.

► surveiller en permanence les images de l'événement en cours diffusées en direct. Interrompre immédiatement la diffusion si nécessaire, par exemple pour des raisons de dignité ou d'intrusion dans la souffrance des personnes, de risques de manipulation...

► ne diffuser en aucun cas pendant l'événement les propos recueillis auprès d'un auteur d'actes criminels en cours. La rédaction doit éviter le risque de diffuser des messages codés ou des incitations à la haine ou à la violence.

Articles du Code de déontologie journalistique particulièrement pertinents

Le **Code de déontologie journalistique** constitue un cadre de référence. Les quatre chapitres du Code sont pleinement d'application : informer dans le respect de la vérité, informer de manière indépendante, agir avec loyauté et respecter les droits des personnes. Quelques articles sont particulièrement pertinents en situation d'urgence.

Extrait du préambule :

La responsabilité des journalistes envers le public prend le pas sur leurs responsabilités à l'égard d'intérêts particuliers, des pouvoirs publics et de leurs employeurs.

Les journalistes ont une responsabilité sociale inhérente à la liberté de presse.

Art. 4 L'urgence ne dispense pas les journalistes de citer et/ou de vérifier leurs sources, ni de mener une enquête sérieuse. Les journalistes observent la plus grande prudence dans la manière de diffuser l'information et évitent toute approximation.

Art. 7 Les journalistes respectent leur déontologie quel que soit le support, y compris dans l'utilisation professionnelle des réseaux sociaux, sites personnels et blogs comme sources d'information et comme vecteurs de diffusion de l'information.

Art. 26 Les journalistes évitent l'intrusion dans la douleur des personnes et la diffusion d'informations et d'images attentatoires à la dignité humaine sauf ce qui est pertinent au regard de l'intérêt général.

Art. 27 Les journalistes sont particulièrement attentifs aux droits des personnes peu familiarisées avec les médias et des personnes en situation fragile comme les mineurs ou les victimes de violence, d'accidents, d'attentats, etc. ainsi que leurs proches.

L'intérêt général évoqué dans l'art. 26 est défini en annexe au Code de la façon suivante :

Du point de vue de la déontologie journalistique, est d'intérêt général une information qui évoque un ou plusieurs enjeux pour la vie en société dans son ensemble ou pour une de ses composantes.

Certains codes utilisent les expressions intérêt public ou intérêt sociétal. Ces termes marquent tous la différence avec l'intérêt particulier. En tout cas, l'intérêt général ne se confond pas avec la simple curiosité de la part du public

Autres textes déontologiques pertinents

3.1 Directive sur l'identification des personnes physiques dans les médias - 3 décembre 2014 (extraits)

Par **identification**, on entend les informations qui, seules ou par leur convergence, permettent à un public autre que l'entourage immédiat d'identifier directement ou indirectement mais sans doute possible un individu. Ces informations peuvent être contenues notamment dans des textes, des sons et des images.

Art. 1 : Les journalistes et les rédactions n'identifient que les personnes qui ont donné pour cela leur accord explicite ou implicite. A défaut d'un tel accord, ils ne les identifieront que dans l'un des cas prévus à l'art. 3.

Art. 3 : Outre les interdictions légales spécifiques et à défaut d'accord, l'identification des personnes n'est permise que dans les cas suivants :

- ◆ lorsqu'une autorité publique a au préalable communiqué l'identité de la personne ;
- ◆ ou lorsque l'identification relève de l'intérêt général.

L'article 2 demande une prudence particulière pour les mineurs. L'article 4 reprend la définition de l'intérêt général. Et l'article 5 élargit la possibilité d'identification d'une personnalité publique sans pour autant la permettre dans tous les cas.

3.2 Recommandation sur les forums ouverts sur les sites des médias - 16 Novembre 2011 (extraits)

Dans cette Recommandation, le terme « **forum** » inclut divers types d'espaces d'expression ouverts aux internautes : commentaires sous les articles, débats ouverts à l'initiative du média, échanges avec un invité... La numérotation ci-dessous est tirée de la Recommandation.

2. La déontologie applicable aux espaces d'expression des internautes

2.1 Sans être journalistes, les internautes s'expriment sur les sites des médias, ce qui entraîne pour ces médias des exigences déontologiques.

2.2 Les médias et leurs rédactions doivent mettre en œuvre des modalités de gestion de l'expression des internautes de nature à répondre aux risques de dérive dans le cadre des débats dont ils autorisent l'organisation: filtres et autres types d'intervention immédiate visant à évincer les messages racistes, discriminatoires, négationnistes, injurieux, incitant à la haine ou à la violence, attentatoires à la dignité des personnes, etc. Ces méthodes sont qualifiées ci-après de « modération ».

2.3 La modération a priori des échanges est la norme pour les forums de discussion, les dialogues avec un(e) journaliste ou un(e) invité(e) et la couverture d'événements en direct. Lorsqu'il n'est pas possible de les modérer a priori, les espaces de réaction aux articles doivent être modérés a posteriori avec possibilité d'intervention immédiate.

2.4 L'ouverture d'un espace de réaction à un article et le choix de la formule de modération la plus adéquate doivent faire l'objet d'une décision au cas par cas. L'hypothèse de ne pas en ouvrir ou de clore un échange qui franchirait les limites légales ou déontologiques doit rester présente.

2.5 La modération des forums et espaces de discussions est une activité journalistique qui doit être exercée au sein de la rédaction moyennant une formation adéquate et dans le respect des règles professionnelles, légales et déontologiques.

3. Autres recommandations

3.4 Il est souhaitable que les journalistes aient la possibilité d'intervenir dans les forums (au sens large) pour s'expliquer face aux critiques des internautes. Les médias sont invités à défendre les journalistes contre les attaques illégales exprimées dans les forums.

Les autres Carnets de la déontologie :



La distinction entre publicité et journalisme
Décembre 2010



Les forums ouverts sur les sites des médias
Novembre 2011



La couverture des campagnes électorales dans les médias
Novembre 2011



Les journalistes et leurs sources
Guide de bonnes pratiques
Mars 2012



**Code de déontologie journalistique
Octobre 2013
(Existe aussi en version allemande)**



**L'identification des personnes
physiques dans les médias
Décembre 2014**

Editeur responsable : André Linard, AADJ-CDJ

Conseil de déontologie journalistique

rue de la Loi 155, bte 103

1040 Bruxelles

Tél. : 02/280.25.14

Fax : 02/280.25.15

info@lecdj.be

www.lecdj.be

