

Le Conseil de déontologie de plus en plus sollicité

INFORMATION L'organe d'auto-régulation des journalistes a reçu 116 plaintes en 2017 et remis 48 avis motivés

Après neuf ans d'existence, le Conseil de déontologie journalistique (CDJ) a réussi à s'imposer dans le paysage médiatique et institutionnel du pays. Cette instance d'auto-régulation de la profession que nous envie même Jean-Luc Melançon voit de plus en plus de gens s'adresser à elle. Elle a reçu 107 demandes d'information en 2017 provenant de journalistes qui recourent à son expertise pour nourrir des réflexions sur leurs pratiques du métier, mais aussi d'enseignants, d'administrations, d'ONG... Le CDJ a notamment été beaucoup sollicité sur la question des fake news.

Il reçoit aussi de plus en plus de plaintes. Elles étaient au nombre de 116 en 2017. C'est moins qu'en 2016 (129) mais cela reste bien supérieur aux niveaux atteints les années précédentes où on tournait autour des 80-90. « On pouvait se demander si la hausse connue en

2016 était conjoncturelle ou structurelle, explique Muriel Hanot, secrétaire générale du CDJ. *Aujourd'hui, on est convaincu qu'elle est structurelle* ». Les journalistes commettent-ils plus de fautes ? Non. Elle y voit plutôt le fruit d'une notoriété croissante du CDJ auprès du grand public et d'une reconnaissance du travail accompli. Le fait que les avis concernant des plaintes fondées doivent maintenant être publiés par le média concerné participe à cette notoriété.

D'ailleurs, sur ces 116 plaintes, près de la moitié ont été jugées irrecevables. Le plus souvent parce qu'il n'y avait pas d'enjeu déontologique. Les plaignants reprochaient au journaliste le choix d'un angle/d'un interlocuteur ou l'opinion qu'il exprime.

Ce n'est pas pour autant qu'il y a faute. La liberté de la presse prime. Au final, le CDJ a remis 48 avis motivés sur des plaintes,

ce qui constitue un record. 40 % d'entre elles ont été jugées fondées et 60 % non fondées.

Atteinte au respect de la vérité

Parmi les tendances 2017, le CDJ note un nombre croissant de plaintes visant les médias digitaux (28 %). Les sites web des journaux et leurs pages facebook sont en première ligne mais les sites ou chaînes web de médias émergents ou alternatifs commencent aussi à être visés.

Si le principal motif de plainte reste l'atteinte au principe de respect de la vérité, d'autres thématiques progressent comme la violation du droit à l'image par exemple. Le CDJ rappelle que ce n'est pas parce qu'une photo est en libre accès sur une page Facebook qu'un journaliste peut l'utiliser sans autorisation ou sans avoir

pris en compte la question de l'équilibre entre respect de la vie privée et intérêt général. Le CDJ note aussi une augmentation des plaintes concernant le droit de réplique (l'obligation de donner la parole à une personne qui fait l'objet de graves accusations graves dans l'article ou le reportage) et les images violentes.

Les plaintes concernant des généralisations abusives ou de la stigmatisation sont par contre en nette baisse cette année alors qu'elles avaient émaillé l'année 2016. On se souvient du scandale provoqué par une Une de Sudpresse titrée « invasion de migrants ». Le CDJ veut y voir une preuve de l'efficacité de son travail. « Nous avons fait évoluer les pratiques journalistiques grâce aux avis et à la recommandation que nous avons émis autour de cette problématique », estime Muriel Hanot. ■

JEAN-FRANÇOIS MUNSTER