

L'éthique et la déontologie comme éléments de la légitimité du journalisme

Marc-François Bernier

► **To cite this version:**

Marc-François Bernier. L'éthique et la déontologie comme éléments de la légitimité du journalisme. X^e Colloque bilatéral franco-roumain, CIFSIC Université de Bucarest, 28 juin – 3 juillet 2003, Oct 2003. sic_00000643

HAL Id: sic_00000643

https://archivesic.ccsd.cnrs.fr/sic_00000643

Submitted on 10 Oct 2003

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

L'éthique et la déontologie comme éléments de la légitimité du journalisme

Marc-François Bernier (Ph.D.)

Professeur adjoint
Département de communication
Université d'Ottawa
mbernier@uottawa.ca

Résumé

Alors que l'hybridation des genres communicationnels menace de miner la spécificité de la fonction journalistique, dévouée notamment à l'intérêt public et à la véracité de l'information, il est à la fois nécessaire et urgent de mettre au jour les conditions de la légitimité du journalisme. Celle-ci émerge d'un processus faisant appel à la notion de représentativité du contrat social, aux couples libertés/responsabilités et éthique/déontologie ainsi que de l'imputabilité des journalistes. Le modèle présenté par l'auteur dans un premier temps est suivi d'une typologie sommaire des enjeux liés à l'éthique et la déontologie journalistique.

Introduction

L'hybridation des genres existe de plus en plus dans le champ journalistique : reportages considérés complaisants qui s'apparentent à la fonction publicitaire des médias, empiètement du spectacle et du ludique prétendant faire mieux connaître la réalité que le reportage traditionnel, volonté chez plusieurs communicateurs d'être à la fois ou successivement journaliste, rédacteur de textes divers, scénariste, consultant en communication ou participant aux émissions de variété.

La situation économique n'est pas étrangère à ce phénomène. Des contingences économiques forcent bon nombre d'individus à diversifier leurs champs d'actions professionnelles afin d'avoir un revenu décent, ce qui les conduit à assumer des mandats parfois incompatibles avec les valeurs du journalisme ; textes publicitaires, promotion d'événements ou relations publique¹ Existe également la volonté des entreprises de presse de construire une notoriété pour certains de leurs journalistes et présentateurs de bulletins d'information, en les encourageant à *jouer le jeu* des émissions de variété. Il y aurait de plus en plus un modèle de *star system* médiatique comme il y en a un au cinéma.

L'importance accrue de la mission économique des entreprises de presse incite certains de leurs dirigeants à ramener le journalisme à une activité communicationnelle comme les autres, afin de séduire le plus grand nombre et en tirer des revenus en conséquence, ce qui ne les empêche pas de maintenir une rhétorique professionnelle forte pour affirmer l'importance de la fonction sociale du journalisme. L'avènement de l'information spectacle - pur produit de la prépondérance de la mission économique des médias par l'intermédiaire de la demande de rendement supérieurs des actionnaires à l'endroit des gestionnaires - a un impact quant à la rigueur journalistique puisque sont encouragées et privilégiées l'hyperbole, l'exagération, la simplification abusive et les généralisations hâtives, pour ne parler que des symptômes les plus courants.

¹ Il arrive que des journalistes dont la situation économique est avantageuse se livrent néanmoins à de telles activités incompatibles avec les normes et valeur professionnelles. C'est notamment ce qu'on dénoncé récemment Pierre Péan et Philippe Cohen dans *La face cachée du Monde : Du contre-pouvoir aux abus de pouvoir* ou encore Daniel Carton dans *'Bien entendu... c'est off'*.

Bien au-delà des qualités et aptitudes communes à tous les communicateurs, il existe une coupure radicale à la fois empirique et normative entre communicateurs et journalistes : il s'agit de la légitimité du journalisme, légitimité de fonction qu'assument des individus dans leurs activités de cueillette, de sélection, d'évaluation et de diffusion d'informations répondant aux piliers de l'éthique journalistique que sont l'intérêt public, la vérité, la rigueur et l'exactitude, l'équité, l'impartialité et l'imputabilité.

Le processus de légitimation

Il ne fait pas de doute que la légitimité de l'informateur public qu'est le journaliste trouve son origine dans la volonté ou le consentement des informés, les citoyens, qui reconnaissent en lui un *représentant*, un rôle qui est souvent mis en valeur.² Cette idée selon laquelle «les journalistes et les élus puisent leur légitimité à la même source, le public»³ n'est pas nouvelle. Elle mérite néanmoins d'être rappelée afin d'en apprécier toute la puissance et l'importance qu'elle doit avoir pour quiconque s'intéresse au journalisme et prend au sérieux cette activité sociale et professionnelle.

C'est ce que fait Dominique Wolton en rappelant «aux journalistes que leur seule légitimité, la seule condition de leur liberté, c'est le public. C'est aussi leur seul capital».⁴ Jean-Pierre Esquenazi associe lui aussi la notion de légitimité des journalistes de la télévision française à leur représentativité du public, celle-ci étant notamment déterminée par le recours aux sondages d'opinion qui auraient permis aux journalistes de la télévision de trouver la source de leur légitimité face à un public de masse, indifférencié sur le plan idéologique, alors que la presse écrite avait traditionnellement fondé sa légitimité sur des publics spécifiques en fonction d'orientations idéologiques différentes.⁵ Plus loin, tenant compte de l'importance du journalisme télévisé, il formule l'opinion selon laquelle le citoyen s'identifie personnellement aux journalistes, ce qui consoliderait la légitimité de ces derniers qui cherchent à dépasser les clivages idéologiques pouvant diviser l'audience. Daniel Cornu affirme quant à lui que le journaliste «est le *représentant* du citoyen. À ce titre, il lui incombe de nourrir le pluralisme par ses activités d'information, de commentaire et de critique».⁶ De même, il soutient que le journaliste «est également comptable de son information. Il l'est devant son public au sens large, qui légitime son activité dans la communauté politique».⁷ On peut ajouter que si la légitimité se situe ailleurs que dans le strict respect de la légalité (car des renversements de l'ordre établi peuvent

2 KLEIN, Herbert G. «The Administration's View of Press and Politics» in LEE Richard. *Politics and the Press*, Washington, Acropolis Books, 1970, 191 pages, p. 89-103, p. 97; ERICSON, Richard V., BARANEK, Patricia M., CHAN, Janet B.L. *Visualizing Deviance : A Study of News Organization*, Toronto, University of Toronto Press, 1987, 390 p., p. 351; LEVINE, Allan. *Scrum Wars: The Prime Ministers and the Media*, Toronto & Oxford, Dundurn Press, 1993, 389 p., p. 274.

3 CHARRON Jean. *Les relations entre les élus et les journalistes parlementaires à l'Assemblée nationale du Québec: une analyse stratégique*, Sainte-Foy, Université Laval, thèse de Ph.D. en science politique, octobre 1990, 606 pages. p. 7.

4 STROOBANTS, Jean-Pierre. «Opinions et débats», Entrevue avec Dominique Wolton in *Le Soir*, mardi 21 mars 1995, p. 2.

5 ESQUENAZI, Jean-Pierre. *Télévision et démocratie: La politique à la télévision française 1958-1990*, Paris, Presses Universitaires de France, 1999, 387 pages, pp. 159 et ss.

6 CORNU, Daniel. *Éthique de l'information*, Paris, PUF, coll. Que sais-je, 1997, p. 74.

7 CORNU, 1997, *op. cit.*, p. 71.

être à la fois illégaux mais légitimes), elle doit cependant être un attribut indispensable à qui possède le pouvoir d'influencer le déroulement des événements sociaux et désire le conserver.

La notion de représentativité s'inscrit dans une approche contractualiste du journalisme. Stephen Klaidman et Tom L. Beauchamp parlent d'un contrat implicite entre la presse américaine et la société à partir duquel on peut justifier les privilèges de la presse afin qu'elle puisse fournir aux citoyens des informations adéquates concernant la sphère publique aussi bien que d'autres préoccupations. Selon ces auteurs, on peut évaluer une information diffusée par des journalistes à la compréhension qu'elle procure des faits sociaux, essentielle à la délibération d'un individu qui doit faire librement des choix. Ils estiment que la justification de privilèges accordés à la presse est sérieusement minée si celle-ci ne parvient pas à rencontrer ce critère.⁸ Certes, un tel contrat n'existe pas dans le texte, mais il constitue le prolongement naturel de la liberté d'expression et des vertus démocratiques qui y sont associées. Le contrat liant la presse et la société reconnaît une importante marge de liberté à la première afin de mieux servir la seconde. *L'American Society of Newspaper Editors* a formellement reconnu que la presse américaine jouit de libertés non seulement pour informer ou servir de forum des débats de société, mais aussi pour assurer une surveillance constante sur les détenteurs de pouvoirs, y compris la conduite des dirigeants gouvernementaux.⁹ Il y a similarité avec Jean-Jacques Rousseau qui a reconnu que même si les clauses de son *Contrat social* n'ont «peut-être jamais été formellement énoncées, elles sont partout les mêmes, partout tacitement admises et reconnues».¹⁰ Parce qu'il n'a pas le formalisme d'un contrat notarié, on pourrait recourir à la notion de consentement mutuel tacite pour mieux faire saisir ce qui en est réellement.

La notion de contrat doit donc être étroitement associée à la représentativité, qui est sans doute une des convictions fondamentales et historiques à la base du travail journalistique. La conviction profonde voulant qu'ils représentent le public guide de nombreuses démarches journalistiques, les plus évidentes étant certes leur insistance à «poser des questions que les gens poseraient s'ils étaient ici», comme on peut souvent l'entendre de la part de journalistes qui insistent pour forcer des personnalités publiques à répondre à leurs questions. Allan Levine, qui a étudié l'histoire des relations entre les journalistes et les différents premiers ministres du Canada, de 1967 à 1992, va même jusqu'à prétendre que ce sont les journalistes qui se sont autoproclamés représentants du peuple et en ont tiré la certitude qu'ils avaient un droit d'accès au premier ministre Pierre Elliot Trudeau, ainsi qu'à ses ministres et aux fonctionnaires fédéraux.¹¹ Dans leur étude portant sur les pratiques journalistiques et la couverture des campagnes électorales au Canada, William Gilsdorf et Robert Bernier ont également observé que la «plupart des journalistes estiment avoir un droit d'accès aux candidats, surtout aux chefs, et considèrent que ce droit est indissociable du rôle

8 KLAIDMAN, Stephen BEAUCHAMP, Tom L. *The Virtuous Journalist*, New York: Oxford University Press, 1987, pp. 129-130.

9 LAMBETH, Edmund B. *Committed Journalism: An Ethic for the Profession*, Bloomington, Indiana University Press, 1986, 208 p., p. 33.

10 ROUSSEAU, Jean-Jacques. *Du contrat social*, Paris, Flammarion, 1992, p. 39.

11 Levine, *op. cit.*, 274.

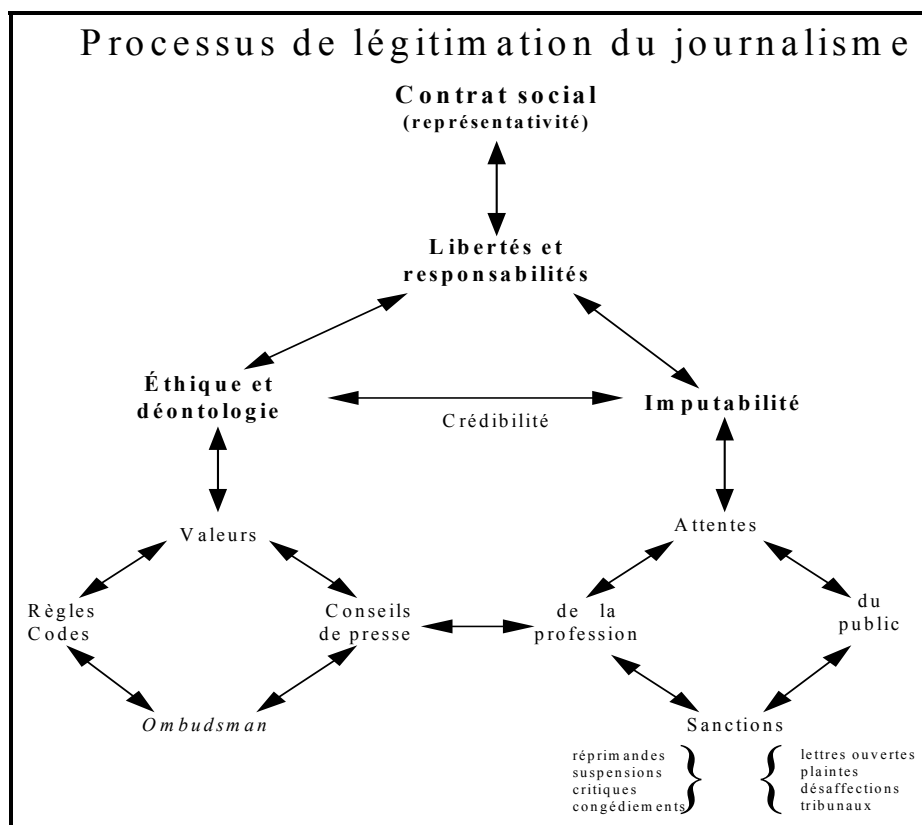
qu'ils jouent dans la société». ¹² La rhétorique de la représentativité joue donc un rôle majeur de légitimation du travail journalistique.

Dans le modèle du processus de légitimité du journalisme présenté ici, les notions de représentativité et de contrat social débouchent sur une triade complexe, constituée des concepts suivants : libertés/responsabilités, éthique et déontologie ainsi que l'imputabilité. Selon ce modèle, l'érosion de la légitimité du journalisme proviendrait du non-respect flagrant et répété des termes du contrat social et mettrait en cause la crédibilité de la presse - ainsi que la préservation des droits et libertés de la presse tels que nous les connaissons actuellement - au profit de responsabilités et devoirs plus lourds et contraignants que pourraient imposer, par exemple, les tribunaux et les législateurs. Récemment encore, le *Freedom Forum*, au terme d'enquêtes menées auprès du public américain, affirmait que le problème de l'équité des quotidiens nationaux est sérieux au point de menacer non seulement la viabilité économique des journaux comme diffuseurs crédibles d'information, mais pourrait aussi causer l'érosion du soutien public à l'égard du Premier Amendement de la constitution des États-Unis qui interdit au Congrès d'adopter toute loi pouvant limiter la liberté de la presse. ¹³

Pour les fins de la présente contribution, je compte insister sur les piliers de l'éthique et de la déontologie du journalisme comme éléments majeurs de sa légitimité.

12 GILSDORF, William O. et BERNIER, Robert. «Pratiques journalistiques et couvertures des campagnes électorales au Canada», in Frederick J. FLETCHER (dir.) *Les médias et l'électorat dans les campagnes électorales canadiennes*, Commission royale sur la réforme électorale et le financement des partis, Montréal, Wilson et Lafleur, 1991, vol. 18, p. 31-32.

13 GILES, Robert H. «Introduction» in Robert J. Haiman, *Best Practices for Newspaper Journalists: A handbook for reporters, editors, photographers and other newspaper professionals on how to be fair to the public*, Arlington, The Freedom Forum, 2000, 78 p., p. 6.



Les piliers de l'éthique et de la déontologie du journalisme

L'affrontement des concepts de la liberté de la presse - compte tenu des excès et abus que cela peut comporter - et de la responsabilité sociale de la presse, eu égard au contrat social, rend impératif la réflexion éthique. Historiquement, elle a conduit à l'élaboration de règles de conduites professionnelles qui agiront en quelque sorte comme normes inhibitrices des égarements et dérapages médiatiques qui seraient la source d'injustices profondes pour ceux mis en cause. En principe, dans une société démocratique et pluraliste où s'impose la règle de droit, l'éthique et la déontologie du journalisme permettent de s'opposer avec un certain succès à une presse irrespectueuse des droits et libertés des citoyens qu'elle doit servir ; quoique de telles luttes nécessitent d'importantes ressources économiques dont sont souvent privées les *victimes* des médias. Par ailleurs, la vigueur des débats qu'elles alimentent peut également lutter contre l'asservissement de la presse par les principaux détenteurs de pouvoirs politiques et économiques.¹⁴

Au-delà des discours abstraits, il convient de proposer une typologie des principes éthiques et des règles déontologiques qui en découlent. Cette typologie permet de chasser l'impressionnisme et la confusion qui caractérisent bien souvent les discours portant sur la déontologie journalistique. En effet, il est courant de lire ou d'entendre des reproches qui mettent en cause un comportement professionnel au nom d'une éthique ou d'une déontologie dont on ne précise jamais le sens. Un cas récent est bien celui des auteurs de l'ouvrage *La face cachée du*

¹⁴ BERNIER, Marc-François. *Éthique et déontologie du journalisme*, Sainte-Foy, Presses de l'Université Laval, 1994, 288 pages, p. 43.

Monde, dont les attaques contre les dirigeants du quotidien français de référence sont multiples et documentées, mais débouchent bien souvent sur un jugement moral dont le fondement demeure absent. Cette façon d'évoquer la faute professionnelle plutôt que de la démontrer affaiblit considérablement la force de l'argumentation qui gagne parfois en persuasion ce qu'elle perd en rigueur. Il arrive parfois aux auteurs de faire référence à une déontologie professionnelle dont le contenu n'est jamais explicité.¹⁵ Plus loin, ils voient une «problème déontologique» dans le fait que des cahiers thématiques publicitaires du *Monde* fassent «la promotion de pays et de gouvernements régulièrement attaqués ou critiqués dans les colonnes même du *Monde*».¹⁶ Or, ce type de mise en cause ne saurait faire l'économie d'une argumentation plus serrée si elle veut passer la rampe qui sépare l'évocation de la démonstration.

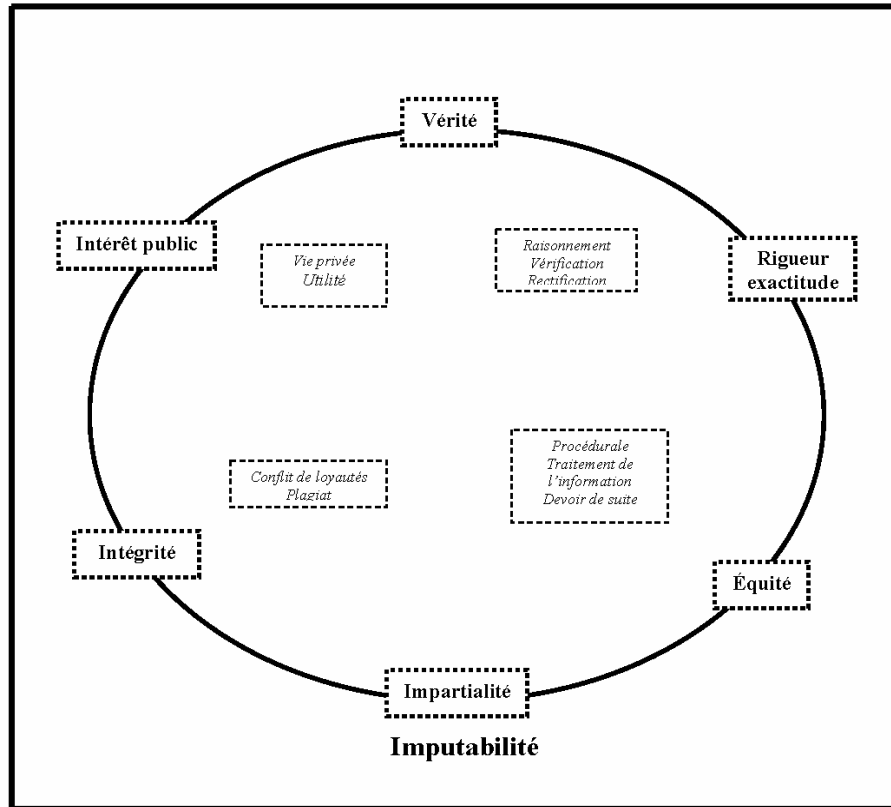
Une bonne façon de contribuer à lutter contre l'impressionnisme est de fournir une typologie des principes éthiques reconnus ainsi que des règles déontologiques qui en découlent. Cet exercice est nécessaire pour lutter contre l'impressionnisme, il est utile pour faciliter l'analyse et permettre aux journalistes comme au public de s'entendre sur les enjeux soulevés par des cas précis. Il est cependant risqué car une typologie n'est jamais entièrement satisfaisante. Elle contient toujours des zones de rencontre ou de recouvrement car il est presque impossible d'avoir recours à des catégories qui s'excluent mutuellement. Celle que je propose n'échappe pas à la règle.

Il s'agit d'une représentation sommaire (*schématisation*) et systémique afin de bien mettre en évidence le fait que ces normes ne sont pas isolées les unes des autres et que leur contenu n'est pas exclusif. Par exemple, il pourrait arriver que la règle de rectification découlant généralement de la norme de rigueur et d'exactitude soit, dans certains cas, liée au devoir de suite découlant du principe d'équité, lorsqu'il est question, par exemple, de corriger rapidement les erreurs publiées ou diffusées afin d'atténuer les dommages causés injustement aux autres. Autre exemple, une pratique journalistique douteuse généralement reliée au principe de l'intégrité journalistique pourra être abordée sous l'angle de l'intérêt public, étant entendu que dans des situations de conflit d'intérêts, l'intérêt privé du journaliste ou de l'entreprise de presse peut être en conflit avec le service de l'intérêt public.

15 PÉAN, Pierre et COHEN, Philippe. *La face cachée du Monde : Du contre-pouvoir aux abus de pouvoir*, Paris, Mille et une nuits, 2003, 631 p. p. 303, 324.

16 *Ibid.*, p. 327.

Schématisation systémique des piliers normatifs du journalisme



Bien entendu, le schéma pourrait être encore plus détaillé et présenter exhaustivement les règles déontologiques et les enjeux découlant des piliers normatifs du journalisme, mais j'ai volontairement choisi de privilégier la simplicité. Je préfère donc parler de schématisation plutôt que de modélisation. Il convient cependant de caractériser ces piliers normatifs du journalisme afin de les rendre opérationnels pour l'analyse et la critique.

L'intérêt public

Cela veut dire que l'information doit être utile pour les gens, elle doit servir à mieux connaître leur société, elle leur permet de savoir comment on gouverne en leur nom, comment se soigner, comment gérer leur budget, comment voter, elle doit les aider à porter des jugements sur les gens et les choses qui ont un impact réel sur le déroulement de leur vie. L'information d'intérêt public favorise la participation à la vie démocratique, elle s'intéresse à l'utilisation des fonds publics, au fonctionnement des institutions sociales.

Contrairement à la publicité ou aux relations publiques, l'information journalistique d'intérêt public vise le bien-être de tous ou du plus grand nombre possible. Elle n'est pas avant tout ou exclusivement au service d'intérêts particuliers ou privés.

Il ne faut pas confondre l'information d'intérêt public avec la curiosité du public ; parfois le public s'intéresse à des informations qui ne sont pas utiles pour la vie en société, comme la vie privée de vedettes par exemple. Ces informations les intéressent peut-être, mais il s'agit de curiosité.

Le principe journalistique prescrivant le l'utilité de l'information pour le public nous renvoie presque automatiquement à la question du respect de la vie privée des citoyens. Selon le professeur Thomas Emerson, le concept du droit à la vie privée tente de tirer une ligne entre l'individu et la collectivité, entre soi et la société. Il cherche à garantir une sphère permettant à l'individu d'être seulement un individu, et non un membre de la société. Dans cette sphère, il peut penser ce qu'il veut, il peut avoir ses secrets intimes, vivre sa vie, révéler seulement ce qu'il veut que les autres sachent à son sujet. Le droit à la vie privée établit ainsi une zone extérieure à la vie collective, une zone ou un espace non soumis aux règles de la vie en groupe.¹⁷ En conséquence, il est raisonnable de soutenir que tout comportement qui ne relève pas d'une fonction sociale quelconque (travail, bénévolat, activités sociales, etc.), qui n'a pas de conséquence indésirable pour autrui et ne viole pas les lois peut être considéré comme étant du domaine de la vie privée. On y retrouve notamment la vie familiale, la vie de couple, certaines activités de loisir, des croyances religieuses, des orientations sexuelles entre individus autonomes consentants, etc.

Le respect de la vie privée est le plus souvent opposé au principe de l'intérêt public. Il arrive que les journalistes soient confrontés à un dilemme moral opposant ces deux valeurs. Pour résoudre le dilemme, ils doivent délibérer en vue de faire le choix le plus approprié en se demandant notamment si :

- L'information qu'ils souhaitent diffuser au public le concerne vraiment.
- Le public a vraiment un intérêt légitime à connaître cette information de nature privée.
- L'information apportera un bienfait réel au public.
- L'information risque-t-elle d'attaquer ou de nier un droit fondamental?
- Cela en vaut-il la peine?
- Accepterait-il de sacrifier lui-même son droit fondamental pour satisfaire l'intérêt public?

Ces questions ne conduisent pas nécessairement aux mêmes réponses, mais elles structurent sans la déterminer une délibération morale essentielle et nécessaire pour concrétiser le concept de liberté responsable de la presse.

Ce premier pilier du journalisme est à la fois obligatoire et incomplet. L'intérêt public ne suffit pas. L'information doit aussi être vraie. La vérité est un autre pilier normatif du journalisme car le public n'a aucun intérêt rationnel à être trompé par des informations fausses, sauf peut-être dans des circonstances exceptionnelles qu'il faudra toujours justifier en raison.

La vérité

Je ne propose pas de procéder ici à une dissertation sur la dimension philosophique de la vérité et du mensonge ou encore sur le débat qui oppose positivistes et constructivistes. Il n'est pas question d'exiger du journaliste d'avoir une connaissance du réel qui soit totale et infaillible. Généralement, les textes normatifs exigent plutôt qu'il communique correctement, sans parti pris inavoué, de façon compréhensible, rigoureuse, équitable et honnête les fragments de vérité auxquels il aura eu accès au terme d'entrevues formelles ou de rencontres fortuites, de recherches documentées et de

17 CHRISTIANS Clifford et al. *Media Ethics ; Cases and Moral Reasoning*, New York, Longman, 2001, sixième

vérifications rigoureuses.¹⁸ Le prestigieux quotidien de Londres, *The Times*, exprimait sensiblement la même idée dès 1852:

«The duty of the journalists is the same as that of the historian - to seek out the truth, above all things, and to present to his readers not such things as statecraft would wish them to know but the truth as near as he can attain it.»¹⁹

La notion de vérité journalistique la plus largement reconnue veut que ce qui est écrit, ce qui est dit, ce qui est montré soit un compte rendu adéquat du fragment de la réalité dont on parle. Il y a donc quelque chose d'objectif dans cette vérité, quelque chose de pragmatique et de factuel. Je n'aborde pas cette notion par le biais du constructivisme qui connaît une certaine popularité en ces temps de postmodernisme où l'illusion, la perception et l'anecdote l'emportent souvent sur l'observation systématique. J'avoue mon biais positiviste tout en reconnaissant ses limites en ce qui concerne l'interprétation de la réalité ou l'explication des motivations des acteurs. En accord avec Tarski et Popper, je suis d'avis que la vérité en journalisme «met en cause les énoncés, les faits et un certain rapport de correspondance entre les premiers et les seconds».²⁰

Sur le plan éthique, il faut reconnaître que toute vérité n'est pas nécessairement bonne à dire, tout de suite, avec précipitation. Parfois, elle représente une grave menace à la sécurité des gens (séquestrations, guerres, opérations policières, etc.). Il y a donc ici aussi place à la réflexion éthique, à la délibération morale. Du reste, cette autonomie professionnelle et intellectuelle peut être considérée comme une des dimensions les plus satisfaisantes du métier de journaliste. L'abandonner aux exigences de la production quotidienne et aux impératifs organisationnels équivaudrait à se couper de la dimension la plus stimulante du journalisme.

Le pilier de la vérité est une obligation incontournable. Il faut s'assurer que l'information est véridique, qu'il ne s'agit pas de rumeurs ou de demi vérités qui induisent en erreur. Dans la même catégorie, on peut retrouver l'obligation de ne pas tromper le public, de ne pas lui mentir à moins de pouvoir justifier sérieusement cet accroc après coup. Cette prescription est liée au respect de l'autonomie de l'individu qui doit poser des jugements éclairés s'il veut jouir pleinement de sa liberté.

Ce pilier soulève divers thèmes précis et récurrents en journalisme : faut-il mentir aux sources d'information? Dans quelles circonstances? La simulation d'événements est-elle acceptable dans le cadre du reportage télévisé? La liste n'est pas exhaustive. On verra plus loin que certains de ces thèmes réapparaissent quand on aborde un autre pilier, celui de l'équité.

L'exactitude et la rigueur

édition, 333 p., p. 114.

18 BERNIER, Marc-François. *Éthique et déontologie du journalisme*, Sainte-Foy, Presses de l'Université Laval, 1994, 288 p., p. 119.

19 COCKERELL, Michael, HENNESY, Peter, et WALKER, David, *Sources Close to the Prime Minister: Inside the hidden world of the news manipulators*, London, Macmillan, 1984, 255 p., p. 233.

20 POPPER, Karl R. *La société ouverte et ses ennemis. Hegel et Marx*, Paris, Seuil, Tome 2, 1979, p. 186-187.

La vérité, au sens journalistique du terme, ne saurait être atteinte sans la présence des deux éléments qui constituent un autre pilier du journalisme: la rigueur et l'exactitude. Les notions de rigueur et d'exactitude sont en quelque sorte les conditions nécessaires de la vérité.

Ces deux notions sont également des caractéristiques associées à la démarche intellectuelle du journaliste, démarche nécessaire à la qualité des opérations logiques et des interprétations qui fondent leurs jugements et dictent leurs comportements professionnels.

Grosso modo, la rigueur est une question de raisonnement, de savoir interpréter convenablement les faits, les événements, les chiffres, les relations entre les événements. La rigueur freine les généralisations hâtives et les jugements intempestifs, elle lutte contre les arguments fallacieux, etc. En vertu de ce pilier, raisonnement et méthode doivent donc être au rendez-vous.

Quant à l'exactitude, elle est une obligation plus simple et facile, mais tout aussi exigeante en terme d'efforts. Pour assurer la vérité, il faut que les faits rapportés soient exacts, qu'ils soient conformes avec la réalité dont il est question. L'exactitude concerne principalement la véracité de détails et de faits : un nom propre, une adresse, l'orthographe exacte d'un nom de rue ou de ville, l'indication précise du secteur où est survenu l'accident, le rappel historique exact d'un événement qui explique le fait divers ou la nouvelle loi, etc.

Ce pilier implique recherches, entrevues pertinentes et archives, mais surtout vérification constante et répétée pour s'assurer de l'exactitude des détails, des faits objectifs rapportés, quitte à réfuter des versions antérieures déjà diffusées.

Le public mérite la vérité, la vérité exige rigueur et exactitude. Mais il faut également penser à ceux dont on parle, aux personnes et institutions mises en cause, aux individus dénoncés, à ceux visés par les articles et les reportages. À moins de vouloir devenir les nouveaux censeurs, voire les nouveaux curés ou les nouveaux inquisiteurs des temps modernes, les journalistes ne peuvent tout simplement pas ignorer les droits de ceux dont il est question ou encore de leurs sources d'information. C'est affirmer que les gens ont droit à un traitement équitable. L'équité contient sans doute l'obligation de vérité, mais elle est plus large et complexe.

L'équité

Cet autre pilier du journalisme prescrit de traiter les gens avec dignité, avec respect, avec justice. Il faut que tous soient égaux devant les médias, que personne ne soit victime de préjugés et de discrimination.

Il y aurait beaucoup à dire sur la question de l'équité, mais pour les besoins du présent exercice, je souhaite faire valoir une conception originale, sinon inédite de cette notion, une conception qui a le mérite de mieux la caractériser.

Je considère que l'équité journalistique a trois volets et qu'elle se matérialise ou se manifeste en trois temps. Premièrement, il y a une *équité procédurale* qui concerne les méthodes de cueillette d'information, lesquelles doivent être transparentes et équitables, sauf dans des cas extrêmes que le journaliste aura toujours le devoir de justifier. Dans le temps, cela précède une première diffusion ou publication de l'information recueillie. En vertu de cette *équité procédurale*, les gens ont droit à un traitement respectueux, même si le contenu de l'information peut leur être foncièrement et radicalement désavantageux. À moins de circonstances exceptionnelles, ils ne devraient pas être piégés par des caméras ou des microphones cachés, ni être victimes d'espionnage, d'embuscades, de vols de document, du recours à de fausses identités de la part des journalistes et d'autres procédés clandestins similaires. Cette équité fait aussi référence à la présence de sources qui jouissent de l'anonymat accordé par les journalistes pour dénoncer impunément des individus, des groupes, des organismes, etc. En somme, ceux qui font l'objet de reportages doivent savoir à qui ils ont affaire et être en mesure de se défendre des allégations directes ou rapportées que les journalistes songent à diffuser à leur sujet.

Deuxièmement, il y a une *équité dans le traitement des informations* qui seront diffusées. Cette équité doit s'imposer dans la sélection des informations qui seront retenues afin, d'une part, de ne conserver que les plus pertinentes et de ne créer aucun préjudice injustifié aux personnes ou mises en cause et, d'autre part, permettre au public de se faire une opinion adéquate des faits, des événements et des gens dont il a été question. Dans le temps, cela se situe nécessairement avant et au moment de la diffusion, notamment par la mise en page, le montage ou la mise en ondes. Ce volet tient compte des cas où il y a omissions délibérées d'informations importantes qui désavantagent une partie en en dressant un portrait déséquilibré. Ce volet s'oppose également au sensationnalisme médiatique qui est injuste envers une partie, envers un événement, ou envers une institution par la sélection et l'amplification de certains éléments attrayants ou dramatiques, mais dont l'importance réelle est faible ou secondaire dans l'explication de la réalité décrite, ce qui la rend du coup moins compréhensible ou intelligible et peut même en atténuer grandement le caractère d'intérêt public.

Troisièmement, il y a le *devoir de suite*, qui a nécessairement lieu après une première diffusion ou publication, afin d'assurer le suivi du dossier, de corriger des erreurs ou d'ajouter des précisions et des informations nouvelles, de faire état du dénouement d'un événement surtout dans les affaires judiciaires, quand un accusé est acquitté par exemple. Ce *devoir de suite* exige une certaine rigueur de la part du journaliste qui doit se montrer vigilant quant au développement et la conclusion des événements ou des procédures dont il a fait état. Cela permet au public de connaître le dénouement des événements que le journaliste a jugé digne de son intérêt, même lorsque ce dénouement

montre que les premiers reportages diffusés étaient erronés, inutilement dramatiques, etc. *Ce devoir de suite*, lorsqu'il permet de porter un regard critique sur le fonctionnement des médias, n'est pas sans lien avec un autre pilier du journalisme qu'est l'imputabilité, c'est-à-dire la reddition de compte.

L'équité journalistique met donc en cause à la fois certaines normes de production (cueillette de l'information, entrevues d'embuscade, caméras et microphones cachés, etc.) tout comme la sélection et le mode de présentation de l'information (omissions, déséquilibre, sensationnalisme, etc.) et le suivi accordée aux événements ayant été jugés dignes d'intérêt public dans un premier temps.

L'équité, qu'elle soit journalistique ou non, est toujours une notion complexe. Les journalistes sont souvent accusés d'être inéquitables et, dans bien des cas, cela est vrai, surtout quand ils veulent être à la fois policiers, avocats de la couronne, juge et jury ; quand ils participent aux débordements de passion propres aux lynchages médiatiques, quand ils se trompent de rôle social et troquent leur fonction d'observateurs pour celui de militant, leur rôle d'informateur pour celui de propagandiste. Ces débordements les amènent parfois à ignorer un autre pilier du journalisme, celui de l'impartialité.

L'impartialité

On le voit, l'impartialité peut faire partie de la question de l'équité journalistique, même si elle peut parfois être un principe distinct.

Bien entendu, elle est le plus souvent associée aux genres journalistiques propres au journalisme d'information (compte rendu, reportage, analyse sont les plus connus) qui exigent que les journalistes soient neutres dans leur travail et ne prennent pas parti. Le journalisme d'information prescrit de rapporter les faits de façon rigoureuse, exacte et équitable et toute partialité y est perçue comme une incitation ou une motivation à cacher des informations importantes au public parce sous prétexte que les journalistes sont devenus des acteurs de l'événement.

Cependant, dans les genres relevant du journalisme d'opinion (commentaire, critique, éditorial, chronique, etc.) ou encore en ce qui concerne le journalisme de combat, l'impartialité n'existe pas en ce sens que les journalistes prennent franchement parti, ils sont même très souvent partisans d'une cause, d'une conviction, d'une idéologie, d'une formation politique dans certains cas. La partialité est donc possible et permise chez le journaliste dans la mesure où elle est clairement affichée et revendiquée, qu'elle est visible et identifiable pour le public qui ne doit pas se faire passer en contrebande des opinions auxquelles on aurait donné des prétentions factuelles.

L'impartialité est une valeur journalistique importante quand un journaliste ou un média a la prétention d'informer le public et non la volonté de le convaincre ou de le persuader. Il ne faut pas perdre de vue que la fonction informative des médias est nettement plus éloignée de la propagande que ne l'est leur fonction persuasive. Si, comme le disait le sociologue Edgar Morin, on possède des idées qui nous possèdent en retour, de même, on possède des convictions profondes qui nous possèdent en retour, qui influencent radicalement notre façon de voir le monde, d'interpréter les événements. Tenter de convaincre les autres du bien fondé de notre vision du monde est bien entendu

légitime, mais cela conduit trop souvent sur les chemins de la persuasion clandestine, de l'argumentation fallacieuse, de l'indignation sélective et, surtout, d'une relation instrumentale avec la vérité qui est beaucoup plus proche de la propagande que de l'information journalistique.

Notre société de la communication déborde de relationnistes, d'attachés de presse, de communicateurs spécialistes de la persuasion et de la propagande. Il faut se demander si la meilleure façon de servir le public et la qualité du débat démocratique consiste à ajouter les journalistes à cette liste.

Par ailleurs, si l'impartialité est de rigueur en matière de journalisme d'information et qu'une certaine partialité affichée et explicite est permise dans certains genres journalistiques d'opinion, cela ne doit pas pour autant miner un autre principe fondamental, soit l'indépendance journalistique, indépendance qui est étroitement liée à une autre valeur, à un autre pilier du journalisme qu'est l'intégrité.

L'intégrité

L'intégrité journalistique repose largement sur l'absence de conflits de loyauté, et même sur l'absence d'apparence de tels conflits. L'intégrité du journalisme fait référence, le plus souvent, à la notion de conflit d'intérêts.

Il y a conflit d'intérêts, ou simplement apparence de conflit d'intérêts, quand un journaliste se retrouve dans une situation où ses intérêts personnels sont incompatibles avec sa fonction d'observateur, de rapporteur et de commentateur des événements afin d'en informer impartialement, rigoureusement et équitablement le public.

En journalisme, l'apparence comme la situation réelle de conflit d'intérêts sont contraires aux règles de l'art. Cette règle est affirmée de différentes façons dans les textes normatifs. L'exemple typique du conflit d'intérêts est quand l'intérêt personnel du journaliste ou de ses proches est menacé par la diffusion d'une information considérée comme d'intérêt public, ou encore quand ses intérêts personnels ou ceux de ses proches sont favorisés par la diffusion d'une information.

La question des conflits d'intérêts ne se limite pas seulement aux journalistes dits d'information, elle demeure un devoir professionnel chez les journalistes qui se spécialisent dans l'opinion, le commentaire ou l'analyse (chroniqueurs, commentateurs, éditorialistes, etc.).

Les conflits d'intérêts peuvent être à caractère monétaire et non monétaire. Les plus courants sont ceux liés à l'implication dans des activités particulières (conseiller scolaire, bénévole dans le sport amateur, etc.), l'affiliation à des organismes ou la lutte pour certaines causes (œuvres de charité, partis politiques, groupes de pression, etc.), l'acceptation de faveurs ou de privilèges de grande valeur (voyages gratuits, œuvres d'art, etc.), les investissements

dans des entreprises qui font l'objet d'un reportage (pour les journalistes financier surtout), les emplois extérieurs au journalisme (attaché de presse, relationniste, publi-reportage, etc.), les amitiés, les relations familiales et sentimentales.

Les conflits d'intérêts sont le plus souvent un enjeu strictement individuel car ils résultent de décisions prises par un individu que l'on considère comme un agent moral autonome et rationnel. Mais il arrive aussi que ces conflits soient systémiques, c'est-à-dire qu'ils relèvent des organisations, des médias et, surtout, des relations que les médias entretiennent avec leur environnement économique et socio-politique. C'est notamment ce qui se produit, et ce qui est souvent dénoncé, avec la concentration et la convergence des médias, surtout dans un contexte de commercialisation de l'information qui réduit cette dernière à un produit de consommation, à un bien comme les autres.

L'intégrité journalistique ne se limite cependant pas à la question des conflits d'intérêts, réels ou apparents, individuels ou systémiques. On y retrouve aussi la question du plagiat qui n'est que le vol intéressé par un journaliste des fruits du travail des autres. Un tel cas a été abondamment illustré en mai et juin 2003 quand le journaliste du *New York Times*, Jayson Blair, a dû démissionner après avoir été démasqué. Le scandale a fortement ébranlé la salle de rédaction de ce quotidien de référence, au point de forcer la démission du rédacteur en chef et du directeur de l'information.

L'imputabilité journalistique

Les piliers de l'éthique et de la déontologie du journalisme sont directement associés aux responsabilités et aux libertés de la presse dans les sociétés démocratiques. Mais encore faut-il être en mesure de pouvoir évaluer dans quelle mesure les médias et les journalistes assument leurs responsabilités et de quelle façon ils utilisent la liberté qui leur a été reconnue par la société. Les citoyens doivent pouvoir juger en connaissance de cause la qualité du travail et des comportements de ceux qui agissent à leur place et en leur nom. Ils ont donc un devoir d'imputabilité, de reddition de comptes. Cela constitue le dernier pilier du journalisme, mais un pilier de second niveau dans le sens où il est un regard critique sur les premiers, lesquels garantissent en la qualité de l'information.

Lorsqu'elle se fait dans le cadre de franches discussions professionnelles et de débats publics ouverts, la reddition de comptes a des vertus pédagogiques évidentes sans soulever le risque de sanctions importantes pour les journalistes et les entreprises de presse. De tels débats sont cependant rares et ceux qui cherchent à les animer sont souvent mal perçus, quand ils ne sont pas intimidés ou ostracisés par bon nombre de journalistes qui se méfient aussi bien de la critique interne que de la critique externe à leur milieu.

Un constat s'impose à l'effet qu'il existe une rectitude journalistique qui consiste, chez ces derniers, à ne pas émettre, alimenter ou encourager une critique publique et formelle du travail des médias autrement que par des jugements globaux et généraux. Ceux qui s'aventurent trop loin ou privilégient les études de cas risquent de subir représailles et sanctions diverses. Ce réflexe de défense corporatiste est similaire à celui observé chez les autres groupes professionnels, les journalistes ne constituant pas, à cet égard, une *société distincte* ou une *exception*

culturelle. Cela n'en rend pas moins essentiel le respect de l'imputabilité journalistique, il ne fait qu'en compliquer passablement l'exécution.

Conclusion

Le respect des règles de pratique découlant de l'éthique et de la déontologie du journalisme peut contribuer à accentuer la légitimité de cette fonction sociale dans les sociétés démocratiques en émergence, tout en préservant cette même légitimité dans les sociétés démocratiques de longue date. De plus, dans certains pays, selon le régime juridique en vigueur, cela procure aux journalistes et entreprises de presse une immunité relative devant les tribunaux, immunité qui échappe aux autres communicateurs qui ne peuvent recourir à cet argumentaire et revendiquer une telle légitimité car tous ne peuvent affirmer servir avant tout l'intérêt public comme le font ou prétendent le faire les journalistes.

Compte tenu de la tendance à judiciaireiser les litiges opposant les médias et les citoyens, il y a certainement urgence et nécessité, pour les entreprises de presse, à consacrer plus de ressources pour sensibiliser leurs journalistes aux aspects éthiques et déontologiques de leur travail. Cela peut aussi servir à améliorer la crédibilité des médias et protéger l'exercice de la liberté de la presse.

Dans la grande majorité des entreprises de presse, on préfère cependant investir massivement dans la formation légale des journalistes, en prenant pour acquis que cela constitue une protection suffisante. Il serait pourtant pertinent de travailler également à la source du raisonnement moral qui guide souvent les pratiques quotidiennes, en donnant aux journalistes les outils nécessaires à une saine réflexion quand aux principes éthiques et aux règles déontologiques qui gouvernent leurs comportements professionnels, afin qu'ils puissent justifier rationnellement l'usage responsable qu'ils font de la liberté d'action qui leur est reconnue.

* * *