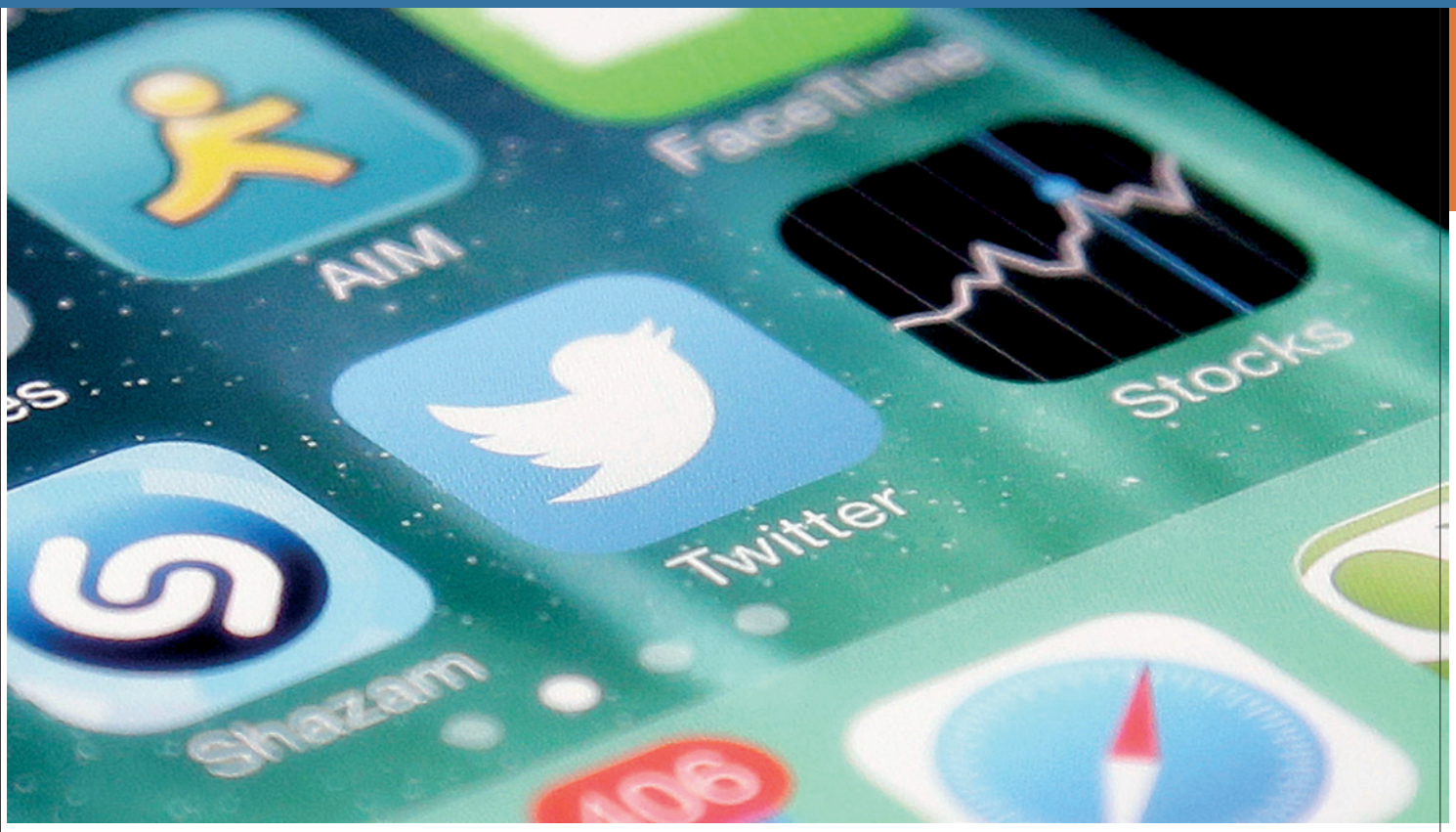
Éthique du journalisme : une approche pragmatique

Par Kelly McBride



Les plateformes numériques comme Twitter et Facebook changent les modalités de la création et de la consommation de contenu journalistique.
© AP Images

L'ère numérique a transformé la manière dont le contenu journalistique est créé et distribué. Avec l'ubiquité des téléphones et autres appareils portables qui peuvent connecter leurs usagers à l'Internet, la ligne de démarcation entre les consommateurs et les créateurs de contenu est devenue floue, au point parfois de s'effacer. Plus le nombre et la diversité des sources de contenu augmentent, plus les gens risquent de recevoir des informations déformées ou malhonnêtes et d'agir en conséquence.

Dans un tel environnement, les gens ont besoin d'un journalisme crédible et fiable pour comprendre leur communauté et le monde en général, et pour prendre des décisions citoyennes en toute connaissance de cause. Les journalistes adoptent et respectent des normes déontologiques qui ont pour objet d'assujettir leur travail aux valeurs de vérité, de transparence et de communauté. De la sorte, les journalistes et les organisations qui publient leurs articles gagnent la confiance du public qui reconnaît leurs compétences et leur intégrité. Mais comment un journaliste adhère-t-il aux plus hautes normes déontologiques ?

Où qu'ils se trouvent, les journalistes respectent les normes d'éthique en exprimant clairement des principes qui incarnent les valeurs fondamentales de leur métier. En voici quelques-uns :

- Chercher la vérité et la communiquer de la manière la plus complète possible.
- Obliger les puissants à rendre des comptes.
- Donner une voix à ceux qui n'en ont pas.

- Adopter la transparence dans ses pratiques journalistiques.
- Traiter ses articles avec impartialité et à fond.
- Éviter les conflits d'intérêts dans la mesure du possible et divulguer les intérêts personnels conflictuels.
- Réduire le plus possible le risque de préjudice, en particulier pour les personnes vulnérables.
- Conserver son indépendance vis-à-vis de ceux qui se serviraient de leur influence pour déformer la vérité afin de faire avancer leur propre cause.
- Placer sa loyauté envers son public avant tout autre intérêt.
- Vérifier ses informations avec vigilance et discipline.
- Créer un espace public de discussion et de critique.

Cette liste propose des principes fondamentaux à titre d'exemple, mais elle n'est pas un référentiel complet. Toutes les salles de presse et toutes les associations de journalistes doivent établir leur propre liste de principes qui guident la mission et la pratique du journalisme. Une fois ces principes clairement énoncés, la prise de décisions éthiques exigera du journaliste des qualités de leadership, l'esprit critique, la faculté de poser des questions, celle de cerner toutes les façons possibles d'aborder une situation donnée et, en fin de compte, celle de choisir la décision qui correspond le mieux à la finalité de son journalisme.

Par exemple, beaucoup de journalistes comptent sur des sources anonymes pour savoir ce qui se passe vraiment au gouvernement. Admettons qu'une source vous contacte pour vous dire qu'un élu touche des pots-de-vin de la part d'une entreprise locale et qu'en contrepartie elle se voit octroyer des marchés publics lucratifs. Pour commencer, le journaliste et ses collègues se poseraient des questions comme celles-ci :

- Suivre cette filière répond à quelle finalité journalistique ? En quoi est-ce servir les citoyens ?
- Qu'est-ce qui motive cette source à révéler une telle corruption ?
- Y a-t-il des documents publics qui pourraient corroborer cette allégation ?
- Cette source peut-elle mettre la main sur des documents ou d'autres preuves ?

La loyauté envers le public — qui surpasse tous les autres intérêts — est un principe fondamental du journalisme éthique.

© AP Images

Pour rehausser votre crédibilité de journaliste, encouragez toujours vos sources à accepter d'être citées. © *AP Images*

- Comment devrait-on décrire la nature de cette source, ses connaissances et les raisons pour lesquelles nous allons préserver leur anonymat ?
- Où pouvons-nous trouver d'autres sources pour corroborer cette information ? Leur identité sera-t-elle révélée ?
- Quelles recherches et enquêtes pouvons-nous faire pour être sûrs d'avoir couvert tous les angles ?
- Si nous décidons de compter sur cette source, que devrions-nous faire pour la protéger contre toute répercussion négative ?

Ces questions n'excluent pas l'établissement de pratiques optimales concernant la question des sources anonymes. Certaines salles de presse établissent des lignes directrices qui encouragent un journalisme éthique. En voici des exemples :

- Il faut généralement identifier ses sources par leur nom.
- L'anonymat représente un défi pour notre crédibilité et ne devrait être accordé que rarement, et uniquement pour des questions de grande importance.
- Si nous publions des informations fournies par une source anonyme, nous devons trouver deux autres sources pour corroborer ses dires.

Les lignes directrices de ce type peuvent se révéler très utiles. Mais comme il n'y en a aucune qui puisse couvrir tous les scénarios possibles, elles ne peuvent que compléter l'esprit critique nécessaire à la prise de décisions résolument éthiques, et non s'y substituer.

Un autre cas de figure auquel les journalistes se heurtent souvent à notre époque concerne les informations introduites sur le marché des idées, par le biais des médias sociaux par exemple, mais qui n'ont pas été vérifiées. Il

pourrait s'agir d'une vidéo ou d'une photo prise à l'aide d'un téléphone portable et sujette à controverse, d'un document contenant des allégations de corruption ou d'un discours qui a fini par s'imposer. Quand les citoyens d'une communauté discutent en long et en large des informations qui ne sont ni confirmées ni vérifiées, le journaliste doit chercher à clarifier la situation. Voici quelques questions à se poser :

- Que peut-on faire pour vérifier ou discréditer cette information ?
- Comment peut-on découvrir davantage de faits ou d'informations contextuelles qui aideraient le public à mieux comprendre la question ?
- Quelle obligation avons-nous de corriger les informations erronées introduites par d'autres ?
- Quand on prend note d'informations, comment pouvons-nous exprimer clairement notre confiance, ou notre manque de confiance, dans ces informations?

Pour un journaliste, ce n'est pas le fait de connaître la réponse à toutes les questions qui est une source de confiance et de compétence ; c'est plutôt le fait de bien comprendre les valeurs et l'éthique du journalisme, et d'avoir les facultés intellectuelles voulues pour poser de bonnes questions qui révèlent diverses solutions possibles et de nouvelles voies qui mènent à la vérité.

Kelly McBride enseigne la déontologie au Poynter Institute – une école de journalisme doublée d'un centre de stratégie médiatique à l'intention des journalistes et des personnalités dirigeantes. Cet institut dispense une formation en ligne sur son site www.newsu.org et diffuse des informations sur les médias sur son site www.poynter.org.

Quand une nouvelle information est introduite dans la conversation, par exemple une image sujette à controverse partagée par le biais des médias sociaux, le journaliste doit se demander comment il peut en vérifier l'authenticité. *© AP Images*

Publié en mars 2014

DÉPARTEMENT D'ÉTAT DES ÉTATS-UNIS
BUREAU DES PROGRAMMES D'INFORMATION INTERNATIONALE