

# **L'éthique de la presse en Belgique : le questionnement des journalistes catholiques**

(étude de cas)

Par Thierry Watine

*Directeur des Etudes et de la Recherche  
Ecole supérieure de journalisme de Lille*

Trois phénomènes distincts semblent avoir joué un rôle important dans la résurgence du débat éthique et déontologique au sein de la presse catholique belge.

Le premier phénomène est d'ordre conjoncturel : la crise de société que vient de traverser la Belgique au cours des derniers mois a donné lieu à de nombreuses interrogations – voire des accusations – quant au rôle et à la conduite des médias dans le traitement des “affaires” à répétition qui ont défrayé la chronique depuis près d'un an. On a entre autres parlé de dérives, de course au scoop, de manipulation, d'information spectacle, de démagogie, de suivisme, d'incitation au poujadisme, etc. Sauf exceptions (la presse catholique s'en serait mieux tirée que la concurrence), la profession n'est pas sortie grandie de ces événements. L'éthique du métier et la déontologie de ses acteurs sont aujourd'hui rudement questionnées. Quelles fautes ont été commises ? Pourquoi y a-t-il eu autant de dérapages ? Comment apporter des correctifs au travail quotidien des journalistes ? Est-ce davantage une question de repères individuels ou de morale collective ? Quels mécanismes peut-on mettre en place au sein même des rédactions pour éviter les errements et les déviations ?

Le deuxième phénomène est plutôt d'ordre structurel : l'ensemble de la presse écrite belge doit se réorganiser afin de faire face à une érosion à peu près généralisée de ses ventes et un tassement de ses recettes publicitaires. L'heure est donc aujourd'hui à la modernisation (il faut par exemple revoir l'informatisation de certaines rédactions) et à la rationalisation (comment réduire les coûts de production de l'information... tout en préservant la qualité des contenus ?).

Bousculés par ces impératifs, nombre de journalistes vivent difficilement cette période de transition obligée. Jusqu'où sont-ils prêts à faire des concessions ? Comment réagir face à la précarisation du métier ? Les contraintes de la gestion auxquelles ils sont de plus en plus confrontés sont-elles compatibles avec un exercice "vertueux" de leur mission ?

Le troisième phénomène est quant à lui lié à l'attitude de plus en plus "rebelle" du grand public : toutes les études récentes montrent qu'une majorité de citoyens ne font aujourd'hui plus tout à fait confiance aux médias pour leur délivrer une information digne de crédit. La suspicion est désormais très forte à propos de la sujétion des médias aux pouvoirs et aux institutions politiques ou économiques. La presse aurait perdu une grande partie de son indépendance, ingrédient pourtant essentiel de sa crédibilité. L'autre grand grief porte sur le négativisme croissant des journalistes accusés de ne s'intéresser qu'aux trains qui déraillent et jamais – ou si peu – aux initiatives constructives, aux réussites individuelles ou collectives, bref aux "angles" positifs de l'actualité. Comment retrouver la confiance du public ? Que faire pour améliorer la relation entre les journalistes et les citoyens ? Jusqu'où les professionnels doivent-ils aujourd'hui requestionner leur rôle au sein de la société et leurs méthodes ? Est-ce juste une question de prise de conscience, de débat (à réactiver au sein des équipes en place) ou de formation ?

Afin de répondre à toutes ces interrogations, nous avons choisi de procéder dans cette étude de cas selon une approche qualitative fondée sur une série d'entretiens individuels en profondeur avec des acteurs-clés de la presse catholique francophone en Belgique.

Quelque onze journalistes (rédacteurs en chef, rédacteurs en chef adjoints et chefs de service) ont ainsi été interrogés en mai et juin 1997 à partir de la même grille d'entrevue (voir annexe) : *Vers L'Avenir* (cinq répondants), *La Libre Belgique* (trois répondants), *Le Rappel* (un répondant), *Le Courrier de l'Escaut* (un répondant), *Grenz Echo* (un répondant). A noter que huit entretiens ont été effectués en situation de face à face contre trois interviews réalisées par téléphone.

Chacun des entretiens a donné lieu à une déconstruction / reconstruction autour des neuf thèmes suivants : l'image de la presse catholique belge, les valeurs professionnelles de ses acteurs, l'éthique et la déontologie dans l'entreprise, la nouvelle responsabilité sociale des médias, les limites au "devoir d'informer", la relation avec les lecteurs, les contraintes économiques, l'indépendance vis-à-vis des sources et les "cadeaux", les attentes des journalistes en matière d'éthique et de déontologie.

## **L'image de la presse catholique belge**

Pour l'ensemble des répondants, la presse catholique de langue française en Belgique souffre d'un véritable décalage entre ce que serait son image au sein du

grand public ("traditionnelle", "conservatrice", "prudente", "rigide", "ringarde", "poussiéreuse") et la réalité politique, économique et sociale des années 1990. Poids du passé, liens avec l'Église et la droite, prudence – sinon orthodoxie – sur les sujets de société sensibles comme l'avortement ou l'homosexualité, etc. : les journaux catholiques belges se seraient progressivement coupés des 25-40 ans, se condamnant à subir les effets économiquement désastreux d'un lectorat vieillissant, fatalement peu ouvert à la modernisation des contenus... et voué, par la force des choses, à disparaître progressivement.

**« de gros efforts ont été réalisés au cours des dernières années pour que la presse catholique se branche davantage sur son époque »** Cette situation paraît d'autant plus regrettable, sinon injuste, pour les répondants que ces derniers estiment dans leur grande majorité être beaucoup plus ouverts, tolérants et indépendants que ne le laisserait supposer leur image. De gros efforts, ajoutent-ils, ont été réalisés au cours des dernières années pour que la presse catholique se "branche" davantage sur son époque.

Entrer dans une certaine modernité : oui. Mais renoncer à des valeurs fortes : pas question. Les répondants ne sont pas prêts à faire toutes les concessions pour faire vendre davantage de papier. Entre la tradition qui marginalise et une démagogie qu'ils récusent, tous les répondants considèrent qu'il y a aujourd'hui urgence à mieux "communiquer" sur le créneau qu'ils voudraient occuper au sein de l'espace public. Ce souci passe selon eux à la fois par un "relookage" de la forme et une réorientation du fond. Même si le mouvement semble amorcé, tous admettent que le plus dur reste à faire...

#### Extraits significatifs :

- « Pour la rédaction, l'image de Vers L'Avenir est populaire et réformiste, mais pour le public, nous sommes le journal de la bourgeoisie, politiquement engagé au centre droit. » (répondant 1)

- « Namur est le berceau historique de Vers L'Avenir. Nous sommes un journal populaire car on fait de la locale. Mais nous avons une image conservatrice à cause de l'histoire même du journal et de notre étiquette chrétienne. On lutte contre cette image, mais on reste encore "marqués". » (répondant 2)

- « Pour une partie du public, Vers L'Avenir est un journal catholique de centre droit, honnête et sérieux. Mais il n'est pas dérangeant du point de vue de l'ordre établi (...). Je souhaiterais qu'il soit plus mordant, mais il y a clairement le poids du passé. Aujourd'hui, les consignes sont de faire un journal plus dérangeant. » (répondant 5)

- « A La Libre Belgique, on lutte contre notre image ringarde, conservatrice et de droite (...). Notre lectorat est très âgé : il faut faire plus moderne. » (répondant 6)

- « Notre journal [ La Libre Belgique ] est très connoté sur le plan de l'image : c'est notre principal problème. On nous considère comme "poussiéreux", engoncés dans des préjugés catholiques ringards. Or, nous avons évolué en terme de contenu. Nous sommes plus ouverts qu'avant. Depuis la réforme de 1984, on a publié des opinions divergentes.

*Et puis notre rédaction est très jeune. Mais il reste malgré tout une grande rigidité idéologique à La Libre Belgique, une raideur collective sur les sujets sensibles comme le préservatif ou l'homosexualité (...). Il ne s'agit pas de renier nos valeurs mais de nous ouvrir. Or, on dirait que nous avons peur de nos lecteurs. Nous sommes trop timides, trop prudents. On pratique encore trop l'autocensure. » (répondant 7)*

*– « Il faut distinguer la "tradition", qui donne une image de sérieux, de référence, et le "traditionnel", synonyme de pesanteur, d'austérité. La Libre Belgique combine les deux choses (...). Cela dit, on génère de la fidélité puisque nous avons 80% d'abonnés : on fait donc partie de la famille. Il faut toutefois trouver de nouveaux lecteurs âgés entre 24 et 40 ans. » (répondant 8)*

*– « Au Rappel, on traîne une image conservatrice malgré nous. » (répondant 9)*

*– « Le Courrier de l'Escaut est perçu comme étant à la fois populaire et conservateur. On essaie d'être modernes mais nous restons un peu le journal des "calotins". Or, cette image ne colle plus à la réalité ; on fait des efforts d'ouverture ! » (répondant 10)*

## **Les valeurs professionnelles des journalistes catholiques belges**

Les journalistes chrétiens sont d'abord des journalistes : tel est le credo de la plupart des répondants qui préfèrent nettement qu'on parle d'humanisme que de démarche "catho". Les valeurs auxquelles ils adhèrent spontanément (solidarité, fraternité, écoute des autres, souci de justice et de transparence, défense du pot de terre contre le pot de fer, lutte contre l'exclusion et la marginalisation, etc.) relèvent selon eux d'une universalité qui ne peut pas être excluante ni moralisante.

En revanche, leur appartenance à une presse d'obédience catholique en conduit quelques-uns à vouloir se distinguer de la concurrence par un "autre regard" sur l'actualité. Malgré l'emballement médiatique suscité par les affaires que la Belgique a connues au cours des derniers mois, la presse catholique aurait fait preuve selon eux d'une meilleure "tenue générale" et d'un "devoir de réserve" salutaire sur les dossiers les plus sensibles du moment.

En clair, sans revendiquer une approche strictement "chrétienne" de l'actualité, les répondants – qui préfèrent donner avant tout l'image de bons professionnels, honnêtes et rigoureux – ne récusent pas l'idée d'une forme de "supplément d'âme ou de vertu" qui caractériserait leur approche de l'information par rapport aux médias profanes, inscrits dans une logique d'abord et avant tout commerciale.

### **Extraits significatifs :**

*– « Le journaliste chrétien porte un autre regard sur l'actualité avec de l'espérance. Il est en principe moins nihiliste, moins violent, plus soucieux des pauvres et des petits (...). Cette approche est plus exigeante car il faut respecter des valeurs (...). Il ne faut pas*

devenir un journal comme La Croix, mais il faut avoir un autre regard sur les événements. » (répondant 1)

– « Chrétien ou pas, c'est le même travail. Tout journaliste doit être attentif aux Hommes. Or, on peut être humaniste et non croyant (...). Mais tout le monde peut en principe se retrouver dans les valeurs véhiculées par l'Église. » (répondant 2)

– « Être un journaliste chrétien donne peut-être une dimension et des exigences supplémentaires. Mais dans les événements que vient de traverser la Belgique, c'est la logique commerciale qui a primé à peu près partout. » (répondant 3)

**« journaliste chrétien, c'est une autre façon de voir l'information »**

– « Journaliste chrétien, c'est une autre façon de voir l'information. Oui, on fait peut-être plus attention à l'humain. Pendant la crise, on a fortement ressenti les dérapages. On a été plus "propres" que les autres dans notre couverture, mais la rédaction n'était pas formée à traiter ce type d'événements. » (répondant 4)

– « Dans la pratique même du métier, il n'y a pas de grandes différences entre un journaliste chrétien et non chrétien car les exigences professionnelles sont les mêmes. En revanche, dans les sujets traités, on fait par exemple plus attention aux mouvements associatifs, aux plus démunis. Au niveau de l'actualité internationale, on traite les rapports Nord-Sud de façon plus originale (...). Peut-être essaie-t-on plus que les autres de ne pas nous laisser enfermer dans une logique capitaliste. » (répondant 5)

– « Pour moi, c'est d'abord une question d'humanisme (...). La Libre Belgique n'est pas le journal La Croix : nous ne sommes pas les porte-parole de l'Église. Et puis la grande majorité de nos journalistes ne vont pas à la messe ! Cela dit, il existe encore chez nous un "comité idéologique" qui se réunit de temps en temps et qui est le gardien de la ligne du journal. » (répondant 6)

– « Je suis d'abord journaliste (...). Il nous faut d'abord de bons journalistes : tant mieux s'ils sont chrétiens ! Il faut d'abord partager les mêmes valeurs d'humanisme, cela suffit. » (répondant 7)

– « Oui, il y a une "vision chrétienne" de l'actualité, mais pas une "façon" chrétienne de la traiter. Attention à l'exclusion (...). Notre charte idéologique impose en principe aux journalistes d'être croyants, mais pour moi, ce n'est pas une nécessité. Il est plus important de respecter les valeurs que d'y adhérer. » (répondant 8)

– « Dans notre région [Grenz Echo], il est important d'avoir une lecture particulière de l'actualité car nous nous adressons à une communauté fort chrétienne. » (répondant 11)

## **L'éthique et la déontologie dans l'entreprise**

Attitude honorable, incidents limités, travail globalement satisfaisant, etc. : dans un premier élan, la presse catholique de langue française, par la voix de ses responsables rédactionnels, n'hésite pas à s'accorder une très bonne note pour ce qui a trait à la couverture générale de la crise politique et sociale des derniers mois. Rien à voir apparemment avec le comportement de la concurrence, et

notamment de la presse populaire, dont les excès sont jugés avec une extrême sévérité : "dérapages scandaleux", "reportages à sensation", "viols d'embargos", "poujadisme", "populisme", etc.

Mais passé le premier mouvement d'autosatisfaction, quelques bémols viennent assombrir un peu le bilan. Malgré sa prudence et son souci initial de se distinguer de la concurrence, on admet que la presse catholique n'a pas su résister jusqu'au bout à la "spirale" des événements et au climat passionnel qui a prévalu au sein de la société au moment où l'actualité était la plus chaude. Plusieurs répondants reconnaissent par exemple avoir fait preuve de "suivisme" au moment de la Marche blanche, renonçant parfois à leur esprit critique au profit d'un soutien souvent unilatéral au mouvement protestataire. Sous la pression des événements et des rebondissements, certains journalistes se seraient même faits les "porte-voix" des syndicats et des lobbies les plus actifs du moment. Pour tel rédacteur en chef, quelques-uns de ses plus jeunes journalistes – faute d'expérience de leur part et d'encadrement de leurs hiérarchies – auraient été "subjectifs", voire "injustes" à l'endroit de certaines institutions ou personnalités publiques alors sur la sellette.

Plusieurs répondants soulignent que certaines erreurs auraient sans doute pu être évitées – ou tout au moins limitées – si les règles du jeu avaient été plus claires. Faute d'outils déontologiques précis et accessibles au sein des rédactions (chartes, codes, guides, etc.), certains professionnels auraient manqué de repères, de balises au moment où ils en auraient eu besoin. Et ce ne sont manifestement pas les "contrats déontologiques" imposés au moment de l'embauche (simple "formalité" selon plusieurs répondants) qui auraient suffi à canaliser les pratiques des uns et des autres. Un véritable travail de structuration des principes éthiques et des règles déontologiques semble s'imposer dans la plupart des rédactions visitées.

### **Extraits significatifs :**

– « A propos des affaires, je suis globalement satisfait du travail réalisé par le journal Vers L'Avenir. Chez la concurrence en revanche, il y a eu des dérapages scandaleux : reportages à sensation, viols d'embargos, courriers des lecteurs terrifiants, etc. Tout cela pour vendre ! Chez nous, les incidents ont été très limités. Ce qui m'inquiète davantage cependant, c'est l'attitude de nos plus jeunes journalistes durant les récents événements. Certains d'entre eux y sont allés de considérations parfois injustes ou subjectives. » (répondant 1)

– « Notre code n'est pas très utile en son état actuel car il permet des interprétations diverses (...). Pendant la crise, notre attitude éthique a été honorable. On a réfléchi avant d'agir et évité les dérives les plus dangereuses, on a respecté le droit. C'est peut-être pour cela qu'on a moins vendu que d'autres... » (répondant 2)

- « Je suis contre le principe d'un contrat déontologique au moment de l'embauche. Le texte est insatisfaisant et le moment est mal choisi (...). Notre gros point faible en matière d'éthique, c'est que nous ne distinguons pas assez l'information et le commentaire. D'autre part, nous n'allons pas assez loin dans l'explication. Or, c'est une question d'humilité par rapport à soi-même et de respect du lecteur (...). Nous avons aussi un problème en matière de vérification des sources. A ce sujet, nous sommes tombés plusieurs fois dans le panneau (...). D'une façon générale, il y a trop d'empirisme chez nous pour ce qui a trait aux questions éthiques. On ne discute pas assez du traitement de l'information dans cette rédaction. Il faut redégager du temps pour réfléchir à ces questions... Manque de temps ? Non, c'est une question de priorité ! » (répondant 5)

**« d'une façon générale, il y a trop d'empirisme chez nous pour ce qui a trait aux questions éthiques »**

- « Dans l'ensemble, nous avons été assez exemplaires au cours des derniers mois par rapport aux journaux populaires. Mais il y a quand même eu chez nous quelques rédacteurs en "déphasage", notamment dans le service politique : certains ont été les porte-voix des syndicats. » (répondant 6)

- « Dans les affaires, nous avons pris un bon départ ; il fallait participer à l'émotion générale : on ne pouvait pas rester de simples témoins. Mais après la Marche blanche, on a manqué un peu de distance. On aurait dû notamment condamner certains agissements des comités blancs ; on ne l'a fait qu'à mots trop couverts. Bref, nous avons nous aussi joué aux croque-morts et fait preuve de suivisme. Par souci de ne pas déplaire ? Par souci commercial ? C'est vrai que lorsque l'on perd des lecteurs, on se pose moins de questions... Au total, il n'y a pas eu assez de débats entre nous. » (répondant 7)

- « Pendant la crise, je pense que notre couverture a été correcte, mais nous avons aussi commis des erreurs de légèreté, on a été parfois trop vite (...). Nous n'avons pas de charte à La Libre Belgique, juste un projet. Nous avons besoin d'un texte général qui énoncerait les principes généraux avec des exemples concrets en annexes. Malheureusement, ce travail de réflexion est interrompu depuis neuf mois, question de temps ! Pourtant, cela intéresse beaucoup de nos journalistes qui ont des attentes. Oui, il y a une vraie demande. » (répondant 8)

- « Il existe en effet un texte de référence au moment de l'embauche. Mais c'est très flou. C'est plus formel que véritablement appliqué (...). La concurrence a été très forte au moment de la crise, mais nous nous en sommes plutôt bien tirés. Il n'y a pas eu de grosses bavures chez nous [Le Rappel]. » (répondant 9)

- « Pendant les événements des derniers mois, on a suivi le mouvement avec beaucoup de sérénité. On est restés "propres" et fidèles à notre ligne. On a évité la démagogie et le populisme. Mais les autres médias nous ont entraînés dans une certaine spirale qui fait que si on ne reprend pas tel ou tel événement, on est montré du doigt. Bref, on a parfois été un peu trop loin. Or, le commercial ne doit pas tout régenter ! » (répondant 10)

- « A Grenz Echo, nous avons gardé une certaine distance vis-à-vis des événements récents. Mais en même temps, on cherche à rencontrer les attentes des lecteurs, d'autant que nous avons le monopole dans la région. » (répondant 11)

## La nouvelle responsabilité sociale des médias et des journalistes

Deux écoles se distinguent en matière de "nouvelle" responsabilité sociale des médias et des journalistes. Certains répondants considèrent que la presse a toujours eu un rôle essentiel à jouer dans le bon fonctionnement de la démocratie et de ses principales institutions. Selon eux, la crise sociale que la Belgique vient de traverser ne change pas fondamentalement les choses. D'autres en revanche estiment que les événements récents confortent l'hypothèse selon laquelle les médias ont un nouveau rôle "civique" ou "citoyen" à jouer et qu'il est de leur responsabilité d'agir beaucoup plus concrètement au sein de leur environnement, quitte à franchir parfois la "ligne rouge" entre la conception du journaliste-témoin et celle du journaliste-acteur. Parce que, disent-ils, les médias ne peuvent plus se contenter d'être les témoins passifs – et donc incidemment un peu complices – des dysfonctionnements de la société.

Cette nouvelle approche de l'information, fortement inspirée du modèle dit du "journalisme public" (actuellement très en vogue aux États-Unis), soulève un débat éthique de fond sur le rôle social des médias : ces derniers ont-ils pour vocation de prendre des initiatives, de piloter des projets, de trouver des solutions aux grands maux de la société (chômage, violence, éducation, problèmes environnementaux, etc.) ? Les dispositions prises récemment par *La Libre Belgique* (avec son opération intitulée "Tremplin pour l'emploi") en faveur de l'insertion professionnelle des jeunes montrent clairement que certains acteurs de la presse catholique sont aujourd'hui prêts à "passer à l'action", quitte à bousculer les tenants – encore majoritaires – d'une approche plus traditionnelle de l'information. Nous pensons que leur souci d'assumer une nouvelle responsabilité sociale a le mérite de "forcer le débat" éthique au sein des rédactions. Il rassurera par ailleurs ceux qui estiment que la presse catholique pèche par un "souci excessif d'objectivité", la condamnant à une prudence éditoriale semble-t-il aujourd'hui inadaptée aux attentes de la majorité des lecteurs...

### Extraits significatifs :

– « Notre nouveau rôle civique tourne autour de trois principes : respecter des règles déontologiques en évitant notamment le sensationnel, informer les lecteurs en leur apportant un éclairage et... savoir raison garder en toutes circonstances ! (...). Il faut cependant relancer la prise de position, dans les éditoriaux notamment. Je trouve qu'il y a un souci d'objectivité excessif dans la rédaction : à vouloir être trop "équilibré", on finit par devenir trop prudent. » (répondant 1)

– « Le civisme, c'est aussi le travail du journal. C'est le mouvement dit de la "nouvelle citoyenneté" : les gens veulent que ça change. Mais il faut en même temps raisonner la population car le rejet civique auquel on assiste actuellement peut être dangereux. » (répondant 2)

- « Il faut redévelopper certains de nos points forts comme l'explication (...). Au moment des événements, nous avons appelé au calme, à la réflexion, à la temporisation... contrairement à la concurrence qui a incité au poujadisme. Notre vertu à court terme n'a pas été payante. Mais notre sérieux finira par payer, plus tard. » (répondant 5)

- « Que faire face à l'émotion ? Il ne faut pas la provoquer mais l'accompagner. Le suivisme peut amener la démagogie : nous avons ainsi été très partisans pendant la Marche blanche. » (répondant 6)

**« que faire face à l'émotion ? Il ne faut pas la provoquer mais l'accompagner »**

- « Il faut prendre tout ce qui est positif ; il faut montrer le "pays réel" pour que le lecteur l'apprécie et le respecte. Mais en Belgique, le pouvoir flotte en ce moment : on doit donc remettre en cause les institutions, sans oublier les médias ! » (répondant 7)

- « Au-delà de nos missions traditionnelles (informer, éveiller, dénoncer, etc.), nous devons rendre service à la communauté de nos lecteurs (...). Dans le cadre de la vigilance démocratique, la presse doit montrer comment des initiatives s'organisent pour répondre concrètement aux problèmes de la société (...). Dans cet esprit de "journalisme public", nous avons par exemple organisé en 1996 une opération intitulée "Tremplin pour l'emploi" pour inciter les entreprises à offrir des stages de découverte à des jeunes. Le succès a été grand puisque trois mille stages ont pu être organisés grâce à notre initiative. La deuxième édition aura lieu en septembre prochain. Sur le plan éthique, il y a un risque dès lors que la rédaction pilote elle-même l'opération. Mais c'est un rôle civique ou citoyen qu'il nous faut assumer... » (répondant 8)

- « Notre première responsabilité est de veiller à ce que la démocratie continue. Il faut donc d'abord faire preuve de vigilance. » (répondant 10)

- « Les événements des derniers mois ont montré que les jeunes journalistes ont une responsabilité sociale qu'ils n'évaluent pas toujours à sa juste valeur. » (répondant 11)

### **Les limites au devoir d'informer**

Le verdict est unanime chez les répondants : la liberté de la presse, et notamment le "devoir d'informer" que revendiquent haut et fort les professionnels de l'information, s'arrête là où commence la vie privée des citoyens. Conscients de leur pouvoir considérable, les journalistes de la presse catholique affirment qu'ils n'ont tout simplement pas le droit de mettre impunément en cause (ou pire en danger) les personnes privées. Ce sacro-saint principe n'est de leur point de vue pas négociable ; il les distingue là encore de leurs collègues de la presse populaire dont les principes à géométrie variable auraient contribué à une succession de manquements éthiques au cours des derniers mois.

Plusieurs des répondants insistent cependant sur la nécessité de faire la part des choses entre personnes privées et personnes publiques. Les premières, toujours vulnérables, doivent être absolument protégées ; les secondes, titulaires d'un mandat électif ou d'une responsabilité publique, doivent en revanche

s'attendre à un travail médiatique beaucoup plus incisif, fonction de *watch dog* oblige.

La presse catholique est-elle irréprochable ? Non, reconnaissent plusieurs acteurs interrogés, des noms ont parfois été "jetés en pâture" et des réputations "salies" alors que tous les éléments à charge n'avaient pas été réunis, voire vérifiés. A côté de l'éthique individuelle, nécessaire mais insuffisante, certains professionnels appellent de leurs vœux des "mécanismes" supplémentaires afin de renforcer la protection des particuliers (notamment dans le domaine des faits divers où les identités des protagonistes sont rarement protégées).

### **Extraits significatifs :**

– « Notre première limite, c'est le respect de la vie privée des gens. Cela dit, il y a le devoir d'informer et la manière de le faire ! » (répondant 1)

– « Dès que l'on traite de faits divers, on atteint la vie privée des citoyens : c'est là qu'il faut être le plus attentif. » (répondant 2)

– « Un journaliste ne doit pas nuire aux gens, ne jamais les mettre en danger : il faut respecter la personne privée. » (répondant 3)

– « On a tellement de pouvoirs : il faut faire attention de ne pas anéantir les gens ! » (répondant 4)

– « Nos limites sont celles de la vérité des informations et de la légalité de nos actes : nous ne sommes pas des paparazzi. » (répondant 5)

– « Les limites au devoir d'information ? La vie privée des gens, leur sécurité et l'intérêt supérieur de l'Etat. » (répondant 6)

– « Le droit d'informer justifie de l'audace, de l'impertinence mais pas de l'inquisition. Or nous avons commis des erreurs chez nous en jetant parfois des noms en pâture... Cela étant, il faut bien distinguer les personnes publiques et les personnes privées. » (répondant 7)

– « Mes limites, c'est du cas par cas. Si j'ai un doute, j'en discute avec des collègues. En tout cas, il faut respecter l'intégrité physique des gens, quitte à avoir recours à l'anonymat. » (répondant 9)

### **La relation avec les lecteurs**

L'aveu est général : les journalistes de la presse catholique belge de langue française n'ont qu'une idée très vague et très lointaine du profil-type et des attentes précises de leurs lecteurs. Plutôt âgés, plutôt conservateurs, plutôt croyants : les caractéristiques des membres de l'audience, particulièrement floues, relèvent davantage de l'intuition que de la connaissance fondée sur des données fiables et précises. La plupart des répondants attendent donc beaucoup des enquêtes en cours et des panels à venir, même si on se hâte d'ajouter qu'il faut se méfier de "la dictature du lectorat". Pas question, disent les journalistes interviewés, de se laisser imposer l'agenda. Il est important, précisent certains d'entre eux, de donner simultanément aux gens ce qu'ils "veulent" savoir mais

aussi ce qu'ils "doivent" savoir. Quoi qu'il en soit, en l'état actuel de méconnaissance du lectorat, plusieurs répondants se disent réduits à "tenter des coups", "faire des essais" pour susciter des réactions qui permettront de mieux connaître les destinataires de l'information. Méthode empirique s'il en est...

Interrogés sur la place et l'importance accordées à l'expression des citoyens dans les colonnes mêmes de leurs journaux, les répondants regrettent dans leur grande majorité qu'on se contente trop souvent du seul "courrier des lecteurs". Moyen certes classique mais pas toujours efficace : les lettres demeurent peu nombreuses et émanent le plus souvent de lecteurs âgés qui ne brillent pas toujours par un grand esprit de tolérance vis-à-vis des sujets de société contemporains. Plusieurs sont par ailleurs très critiques quant à l'usage selon eux excessif de la fameuse "NDLR" (note de la rédaction), laquelle vise bien souvent à neutraliser certains propos de citoyens jugés trop sévères, revendicatifs ou politiquement incorrects.

Pas moins épineuse, la question du "devoir de réparation" de la presse suscite chez la plupart des répondants un sentiment de culpabilité non feint. Les erreurs, les imprécisions, les attaques parfois injustifiées donnent rarement lieu à des rectificatifs dignes de ce nom. Et lorsque la réparation a lieu, elle demeure en général bien en deçà des dommages réellement commis. Souvent, le mal est fait et le préjudice irréparable ! Ethiquement parlant, un véritable travail de fond reste à entreprendre, à la fois sur les conséquences parfois stigmatisantes de l'information, plus encore sur les stratégies à mettre en œuvre pour rendre justice aux lecteurs lésés par tel ou tel traitement médiatique. Plusieurs répondants croient que la présence d'un ombudsman, interface entre la rédaction et le public, réactiverait utilement le contrat de confiance nécessaire à une meilleure relation journaliste-lecteur.

#### **Extraits significatifs :**

- « Pour le moment, nous n'avons pas d'éléments tangibles pour connaître notre lectorat. Un sondage est prévu en septembre prochain. Nous avons par ailleurs le projet de mettre en place un panel permanent d'une centaine de lecteurs (...). Pour ce qui est de l'interactivité, nous aurons un courrier des lecteurs "toutes éditions" à partir de juin 1997. Nous étudions aussi la possibilité d'offrir un courrier dit de "services" (...). Dans le domaine du droit de réponse, on l'accorde puisque la loi nous y oblige. Il faut juste ne pas abuser de la "NDLR". » (répondant 1)

- « On a juste une vague idée du profil général de notre lecteur : il est vieux, il vient plutôt de la campagne et il appartient surtout aux classes moyennes et populaires. Mais on ne connaît pas assez ses attentes réelles. On est donc contraint de faire des "essais" en terme de contenus. (...). Dans le domaine du droit de réponse, on trouve un arrangement au moins une fois sur deux. Mais on résiste trop rarement à la "NDLR" : c'est un véritable abus de pouvoir des journalistes ! (...) Il faut savoir réparer nos erreurs ; c'est ainsi qu'on se grandit. » (répondant 2)

- « L'interaction est actuellement trop faible avec nos lecteurs. Or, il faudrait susciter

des réactions de l'audience sur des thèmes précis (...). L'idée d'avoir recours à un ombudsman me paraît intéressante. » (répondant 3)

– « On ne connaît nos lecteurs que par intuition et par nos quelques contacts directs avec eux. Mais ça mériterait d'être objectivé par des panels et des enquêtes qualitatives régulières (...). Il faut améliorer notre relation avec le lectorat (...). Nous souffrons du manque de disponibilité de nos correspondants professionnels, qui font aujourd'hui quasiment des mi-temps. Avant, ils étaient "les yeux et les oreilles du journal" (...). En matière de droit de réponse, on demande en général au journaliste concerné de traiter le problème. Si on s'est trompé, on se grandira en l'admettant. Il ne faut donc pas abuser de la "NDLR", même si elle fait partie du jeu. » (répondant 5)

**« on ne connaît nos lecteurs que par intuition et par nos quelques contacts directs avec eux »**

– « La méconnaissance du lecteur, c'est le grand problème ! Personnellement, je pense que les gens attendent qu'on leur explique les choses. Ils ont un besoin de compréhension, de sens, de repères (...). Il faut des articles de fond : par exemple, que signifie encore le fédéralisme aujourd'hui en Belgique ? (...). Nous devons donner aux gens ce qu'ils veulent savoir "et" ce qu'ils doivent savoir. » (répondant 6)

– « Les journalistes disent souvent que "les gens veulent que..." ou que "le public attend que...", mais en réalité, on n'en sait rien du tout ! Nous attendons une étude de marché sérieuse depuis des années (...). Depuis janvier 1996, nous avons un espace Forum dans nos colonnes, mais on y accorde trop peu d'attention et de place. Le courrier des lecteurs n'est par ailleurs pas très crédible car ce sont uniquement les lecteurs qui ont du temps qui nous écrivent, c'est-à-dire les vieux et les "réacs". Cela aggrave encore notre image (...). Quant à notre devoir de réparation, il devrait y avoir une vraie réflexion déontologique là-dessus car on ne réfléchit pas assez à notre façon de faire... et parfois de nuire aux gens. » (répondant 7)

– « Il ne faut pas subir la dictature du lectorat. Mais il faut néanmoins ouvrir davantage notre journal à d'autres opinions que les nôtres : cela correspond à une vraie demande (...). Quand on a été léger dans le traitement, il faut faire une mise au point. Hélas, cela reste disproportionné : quand quelqu'un est envoyé en taule, il fait la "Une" ; si on le blanchit, on lui consacre une colonne ! » (répondant 8)

– « On manque nettement de visibilité par rapport au lectorat, notre public est mal défini... ce qui nous oblige à aller à tâtons. Il est donc indispensable de mettre des outils en place (...). Il nous faut aussi développer l'interactivité. Le meilleur moyen reste le courrier des lecteurs, qui n'est qu'occasionnel chez nous. (...). Quand on se trompe, il faut réparer, mais on ne le fait que rarement. » (répondant 9)

– « On ne sait pas grand-chose de nos lecteurs. Ses attentes ? Sans doute de l'information objective, de proximité, voire d'intimité (...). Notre courrier n'est pas très abondant : entre deux et huit lettres par semaine. Il faudrait que quelqu'un soit à l'écoute des lecteurs au sein même du journal pour les gens qui ne savent pas écrire ou qui n'ont pas le temps autrement qu'au téléphone. Cette personne ressource pourrait être une sorte d'ombudsman. » (répondant 10)

« A Grenz Echo, on essaie d'en savoir plus sur nos lecteurs. A l'occasion de nos

*soixante-dix ans, on prépare un sondage. Quels qu'en soient les résultats, le courrier des lecteurs reste important. » (répondant 11)*

### **Les contraintes économiques**

La plupart des répondants sont d'accord : la conjoncture économique, dont les répercussions sur les entreprises de presse sont considérables, affecte de plein fouet les rédactions depuis une quinzaine d'années. Victimes selon eux d'une "précarisation" croissante de leur profession, objets non consentants mais impuissants d'une "rationalisation" progressive des méthodes de production, les journalistes de la presse catholique ne sont pas plus épargnés que leurs confrères de la concurrence par ce qu'ils décrivent comme une véritable "invasion" des questions liées à l'argent dans leur travail quotidien. Sauf exceptions (certains rédacteurs en chef estiment que la maîtrise de la gestion leur donne des moyens de contrôle et d'action qu'ils n'avaient pas auparavant), nombre de journalistes regrettent que le climat général du moment donne lieu à une "obsession de la rentabilité", au détriment du renouveau des contenus et des méthodes de travail.

Conséquences : les rédactions seraient aujourd'hui plus qu'hier en état d'urgence (facteur temps) et confrontées pour des raisons financières à la réduction inexorable des formats de l'information (facteur espace). La pression économique, responsable de la dégradation des conditions de travail, serait à l'origine du stress et du mal-vivre de nombreux professionnels.

Par ailleurs, certains répondants se disent préoccupés par l'inflation des contenus promotionnels au sein de leurs colonnes. La mode des "publi-reportages" a créé selon eux une véritable confusion des genres entre l'information et la promotion. Plusieurs d'entre eux souhaitent à cet égard une clarification des choses, refusant souvent avec véhémence d'être associés de quelque façon que ce soit au déferlement des contenus non-journalistiques. Là encore semble-t-il, le débat mérite d'être engagé...

#### **Extraits significatifs :**

– « *L'une de nos contraintes principales, c'est qu'il faut rationaliser notre travail et travailler "sur budget".* » (répondant 1)

– « *La pression économique se fait sentir au niveau de la charge de travail et du manque de moyens. On fragilise la profession par le temps partiel et la précarisation : à la longue, on risque d'engager des journalistes moins forts, moins stables, moins solides. Un journaliste a besoin de moyens décents sur le plan financier (...). Aujourd'hui, nous avons été envahis par la gestion. Les impératifs de la productivité et de la rentabilité ont engendré l'urgence et le stress. On assiste à une dégradation de notre confort intellectuel qui se répercute sur la qualité des contenus.* » (répondant 2)

– « *Notre vrai problème, c'est surtout le manque d'espace rédactionnel. En revanche, les tâches de gestion redescendent vers les différents services : c'est donc là davantage une question d'allocation des ressources.* » (répondant 5)

– « Aujourd'hui, on ne parle que d'argent puisque le journal perd de l'argent ! On sous-paie certains de nos collaborateurs. Plus grave, le journal est rongé, miné par les publi-reportages : on ne fait plus assez la distinction entre les genres. Donc on trompe le lecteur : c'est lamentable ! Et en entretenant la confusion, on jette le discrédit sur l'ensemble de la rédaction. » (répondant 7)

– « En tant que rédacteur en chef, les problèmes d'argent me pèsent car je suis responsable du budget de la rédaction au sens large du terme. En même temps, le contrôle du budget me permet de mieux maîtriser les choses. » (répondant 8)

– « Pour des raisons de rentabilité, il faut de plus en plus chercher des sujets "vendeurs", des sujets people. Personnellement, je suis ouvert à tout ! » (répondant 9)

– « Oui, on ressent désormais beaucoup plus qu'avant le poids de l'argent. Autrefois, on ne parlait pas de rentabilité, ce n'était pas une obsession comme aujourd'hui. Désormais, on nous parle en chiffres. Il faut "accrocher", "vendre". C'est sans doute une évolution, mais c'est aussi une préoccupation qui ne devrait pas être prioritaire. Car il y a un risque d'entrave à notre liberté. » (répondant 10)

**« pour des raisons de rentabilité, il faut de plus en plus chercher des sujets vendeurs, des sujets people »**

### **L'indépendance vis-à-vis des sources et les "cadeaux"**

Dans leur grande majorité, les répondants estiment faire preuve d'une relative indépendance vis-à-vis des pouvoirs institutionnels (politiques et économiques). Sans les nier tout à fait, les pressions, disent-ils, se limitent le plus souvent à des attentes "amicales" de certaines sources. Et même par exemple lorsque le propriétaire du journal se fait "un peu trop présent", on estime avoir les moyens *in fine* de garder sa liberté de manœuvre, quitte à ne pas suivre toutes les consignes venues "d'en haut". Compte tenu de l'image des journaux de la presse catholique, associée comme on l'a vu précédemment à l'Église et à la droite, les répondants ont bien conscience que de leur capacité à s'affranchir des diverses tutelles naturelles ou historiques dépendra leur crédibilité future au sein de l'opinion.

Le malaise est en revanche très net en ce qui concerne ce qu'il est couramment admis d'appeler les "cadeaux" auxquels les journalistes sont diversement exposés dans le cadre de leur travail. La grande majorité des répondants admettent que certaines pratiques aujourd'hui en cours ne font pas honneur à la profession et jettent le discrédit (à l'interne) sur quelques-uns des titulaires de rubriques liées à la consommation. Secteurs les plus sensibles : l'automobile et la mode.

Deux tendances se font face : ceux d'un côté qui estiment qu'un journaliste digne de ce nom doit refuser systématiquement tous les cadeaux qu'on lui propose sous peine de se fragiliser vis-à-vis de sa "généreuse" source ; de l'autre, ceux qui prônent le "cas par cas", estimant qu'un briquet ou qu'un agenda offerts au moment des fêtes de fin d'année – contrairement au prêt à longue durée d'une

voiture ou d'une télévision couleur ! – n'auront pas d'incidences sur la probité professionnelle de l'heureux récipiendaire... Les scrupules sont en revanche beaucoup moins vifs pour ce qui est des voyages de presse : compte tenu de leur situation économique actuelle, les journaux n'auraient pas les moyens de les refuser, dès lors qu'il s'agit de couvrir un événement "réel" et non une opération de publicité déguisée. Mais là encore, les limites entre information et promotion ne sont pas toujours évidentes.

Soucieux de clarifier les choses, nombre de répondants verraient d'un bon œil que cette question des cadeaux fasse partie intégrante du code de bonne conduite de chacun des journaux concernés.

### Extraits significatifs :

– « D'une façon générale, je considère que notre journal est indépendant par rapport aux pouvoirs politiques et institutionnels. En revanche, pour ce qui est des cadeaux, des voyages et autres avantages en nature, c'est un vrai problème à régler. Les choses ne sont pas assez claires de ce point de vue-là. Il faut fixer une règle juste, équitable et morale. On pourrait peut-être redistribuer les cadeaux par le biais d'une tombola interne ? » (répondant 1)

– « À part notre propriétaire (qui nous envoie des "messages"), nous sommes plutôt indépendants. Dans le domaine de ce qu'on appelle les cadeaux, on cherche à assainir la situation depuis trois ans. Certains secteurs, disons-le, sont pourris (l'automobile, la mode, etc.). On est par ailleurs sous la pression amicale des agences de relations publiques. Il faut donc réglementer les choses vis-à-vis de l'extérieur et avoir un souci de justice et de transparence à l'interne. » (répondant 2)

« nous sommes insuffisamment indépendants des pouvoirs » – « Le principe de base pour tout journaliste qui se respecte est qu'il ne faut jamais se sentir débiteur de qui que ce soit. » (répondant 3)

« sur le plan local » – « Nous sommes insuffisamment indépendants des pouvoirs sur le plan local. On ne prend pas assez de distances vis-à-vis des institutions et du parti social chrétien. En revanche, nous sommes beaucoup plus féroces vis-à-vis des socialistes. En matière de cadeaux, la situation n'est pas claire du tout ; il faut établir un règlement et une vraie transparence. Chez nous, une journaliste se fait régulièrement offrir des parfums : c'est une situation pour le moins délicate. » (répondant 5)

– « C'est une question de dosage : il faut être indépendant et en même temps proche de ses sources. Si on descend en flammes quelqu'un, il se ferme. On a donc des réticences à "saquer" le politique car on risque de se faire griller ! Il faut donc une relation de confiance avec les sources. Les tentations ? Elles concernent surtout les voyages de presse. Chez nous, on les accepte car on manque de moyens. Moi, ça ne m'empêche pas de critiquer. Mais si on avait plus de moyens, il faudrait refuser les invitations. Cette question devrait figurer dans notre charte déontologique. » (répondant 6)

– « Pour être indépendants, il faut refuser tous les cadeaux, même les bricoles, sinon il n'y a plus de limites. Il faut aussi refuser les voyages de complaisance. Dans le domaine

*du tourisme, notre journal a trop tendance à faire de la pub. » (répondant 7)*

*– « Notre rédaction est indépendante, ses journalistes le sont moins car trop dépendants de leurs sources. Personnellement, je ne réponds pas aux invitations. Quant aux cadeaux, je ne les supporte pas. En revanche, il faut accepter les voyages de presse car on manque de moyens : oui, ça me rend malheureux. » (répondant 8)*

*– « Même si nous sommes étiquetés "chrétiens", nous sommes plutôt indépendants. Historiquement, le journal a soutenu le P.S.C. Aujourd'hui, nous avons repris nos distances bien que des liens privilégiés subsistent encore. Pour ce qui concerne les cadeaux, ils repartent vers la maison-mère. En principe, une liste doit circuler pour un partage équitable... » (répondant 9)*

*– « Le Courrier est tout à fait indépendant des pouvoirs et des institutions. Il n'y a d'ailleurs pas de pressions particulières. Côté cadeaux, nous refusons pratiquement tout. Et si quelqu'un vous glisse un billet de mille balles dans la poche, on le met ensuite dans une cagnotte pour les déshérités par exemple. » (répondant 10)*

*– « À part quelques demandes "amicales", Grenz Echo ne subit pas de pressions fortes. Pour ce qui est des avantages, je profite de certains voyages de presse lorsqu'il s'agit d'événements. Je m'occupe par exemple des pages automobiles : la nouvelle Golf, ça intéresse les lecteurs vous savez... » (répondant 11)*

## **Les attentes en matière d'éthique et de déontologie**

L'ensemble des témoignages le prouvent clairement : les journalistes de la presse catholique de langue française en Belgique accordent une importance capitale aux questions éthiques et aux problèmes déontologiques soulevés par leur pratique quotidienne du métier. Tous sont confrontés, de près ou de loin, à des choix d'autant plus délicats que les conditions de travail du moment leur offrent peu de perspectives en matière de recul et de réflexion. Conscients de l'image un peu ternie des médias depuis le développement de la toute dernière crise sociale dont la Belgique commence à peine à se remettre, ils souhaitent dans leur très grande majorité remettre certaines pendules à l'heure afin de clarifier les règles du jeu en amont et préserver leur crédibilité en aval.

Nombre d'entre eux s'accordent à dire que le débat éthique reste aujourd'hui très empirique dans leurs structures respectives. On y pratique du "coup par coup", à l'aune de l'actualité du moment et de l'expérience acquise au fil des années. Entre deux couloirs ou à l'occasion d'une réunion de rédaction, les vrais problèmes de fond ne sont souvent qu'esquissés à la va-vite, rapidement occultés par les contingences quotidiennes de l'information. Lorsqu'il faut pourtant trancher, on fait d'abord confiance à la voie hiérarchique (le rédacteur en chef), quitte à se priver d'un débat plus collectif. Urgence oblige !

Reste que certaines questions délicates, de forme ou de fond, ne sont pas traitées : comment améliorer l'image du journal sans vendre son âme ? en quoi un journal chrétien est-il encore différent des concurrents inscrits dans la seule logique commerciale ? comment organiser à l'interne une réflexion éthique de

façon concrète et utile ? les médias de la presse catholique ont-ils une nouvelle responsabilité sociale à jouer depuis les "affaires" ? quelles sont les limites réelles au "devoir d'informer" ? comment bonifier la relation journaliste-lecteur ? quelles concessions faut-il faire à la logique marchande de l'information ? jusqu'où faut-il ménager les sources tout en restant indépendant ? quid des "cadeaux" et autres avantages en nature ?, etc.

Même si aucune solution unique ne fait l'unanimité, les attentes des uns et des autres permettent de dégager certaines constantes. Tous souhaitent d'abord que les questions liées à la morale professionnelle fassent l'objet d'un véritable débat au sein des rédactions, la tendance étant à cet égard plus nette dans les grands journaux que dans les petites structures. L'idée d'un code de bonne conduite, spécifique à chaque rédaction, paraît par ailleurs nécessaire au plus grand nombre. Mais l'idée de pouvoir disposer d'un guide pratique plus global axé sur des situations concrètes et répondant à des questions précises reçoit un assentiment encore plus enthousiaste. Sa préparation devra se faire en concertation avec les responsables des diverses rédactions, quitte à associer à la démarche des "journalistes de base" particulièrement intéressés par ces questions.

En revanche, l'idée d'une formation classique en petits groupes pour l'ensemble des journalistes de la presse catholique est inégalement reçue par les répondants. Certains la trouvent nécessaire, d'autres mal adaptée au contexte des rédactions. On lui préfère la formule de sessions de sensibilisation ponctuelles, d'abord offertes aux cadres rédactionnels, puis dans un deuxième temps ouvertes (sur une base volontaire) aux autres journalistes.

#### **Extraits significatifs :**

– « Je pense qu'il existe un débat éthique au journal *Vers L'Avenir*, mais il est peut-être moins net dans les locales. Même si c'est moi qui décide de la ligne éditoriale, en concertation avec l'équipe, je dirais que dans l'ensemble, nos divergences sont mineures. Lorsqu'un journaliste a un problème d'ordre éthique, il peut consulter son chef de service ou venir m'en parler. Les choses ne sont pas négatives dans ce domaine, mais elles ne sont pas positives pour autant : il manque un engagement général dans le domaine de l'éthique. Il faut remettre en scène cette question. » (répondant 1)

– « Si on a un problème d'ordre déontologique à régler, en général ça passe par la voie hiérarchique (...). Dans le domaine de l'éthique, on a une personnalité innée, des valeurs. En même temps, il faut apprendre les règles de déontologie de la profession en prenant soin de rester concret, accroché à la réalité. » (répondant 2)

– « Aujourd'hui, l'éthique c'est du coup par coup (...). Il faut que ça bouge. Il faut convaincre les patrons d'en parler davantage, mais ils ont encore du mal. Et puis on ignore encore trop souvent la différence entre éthique et déontologie. » (répondant 3)

– « Dans ce domaine, on ne se pose pas assez de questions ; on n'en parle pas assez, sans doute parce qu'on manque de temps. Or, les éditeurs, les rédacteurs en chef et les chefs de service doivent parler des exigences de l'éthique. Il n'y a pas de méthodes

*miracles : c'est au niveau des cadres qu'il faut d'abord agir, puis redescendre dans l'entreprise par paliers. » (répondant 4)*

*– « Chez nous, on parle d'éthique de manière très informelle. Or, il faut structurer ces questions. » (répondant 5)*

*– « Oui, il y a une demande d'éthique chez les journalistes. Mais on manque de temps. Il faudrait mettre en place des rencontres régulières pour aborder les questions de fond. Certes, nous avons déjà des réunions de programmation, mais le "fond" est rarement abordé. Nous, les chefs de service, on se rend compte du besoin de sens et de repères des journalistes. A La Libre Belgique, nous n'avons pas de documentation adaptée à ces questions. Et il nous manque un guide pour la profession. » (répondant 6)*

*– « Notre rédacteur en chef avait mis en place des groupes de travail il y a un an. Mais c'était trop ambitieux. Après deux ou trois réunions, il n'y a pas eu de suites. Pourtant, la volonté est là (...). Pour codifier les choses, les journalistes doivent participer à ce travail. Il faut par exemple solliciter et inviter des experts car la profession ne doit pas tourner sur elle-même. Débordés ? Manque de temps ? C'est un prétexte. Il faut agir sinon on risque de perdre notre crédibilité... » (répondant 7)*

*– « La charte est un instrument nécessaire mais insuffisant. Il faut un programme de sensibilisation par groupe pour réfléchir sérieusement à toutes ces questions. » (répondant 8)*

*– « Nous parlons souvent des questions d'éthique, notamment pendant les "affaires". Nos décisions sont en général collectives. Mais il n'y a pas de structures ; c'est souvent le rédacteur en chef qui nous aide quand c'est nécessaire. La formation en tant que telle, je ne suis pas convaincu. C'est plus une question d'expérience professionnelle. Cela dit, c'est vrai qu'on a manqué de recul pendant la crise. » (répondant 9)*

*– « Chez nous, on parle un peu d'éthique, surtout pendant les réunions de rédaction, mais ce n'est jamais systématique. C'est quand même une préoccupation constante. Je n'ai rien contre la formation, mais je m'appuie d'abord sur mon expérience personnelle et professionnelle. Si un de mes collègues a un problème, il vient me voir. » (répondant 10)*

*– « A Grenz Echo, on discute rarement de ces questions. Une fois par an peut-être. En cas de problème, on m'en parle et je trouve une solution : c'est une question d'expérience (...). La formation n'a jamais réglé les questions éthiques... » (répondant 11)*

## **Conclusions**

À l'issue des onze entretiens en profondeur réalisés en mai et juin 1997 avec des cadres de la presse catholique belge de langue française sur le thème de "l'éthique de l'information de presse et la déontologie des journalistes", il ressort que :

● l'image actuelle des journaux de la presse catholique francophone, traditionnelle et conservatrice, est aujourd'hui en décalage très net avec le souci de modernité, de transparence et d'utilité sociale revendiqué par les journalistes qui y travaillent ;

● en dépit de leur appartenance à des entreprises de presse chrétiennes (dont

ils ne rejettent pas l'idéologie fondatrice), les journalistes de la presse catholique francophone se réclament d'abord et avant tout de valeurs personnelles et professionnelles fondées à la fois sur l'humanisme et l'universalisme ;

● contrairement à la concurrence, les journalistes de la presse catholique francophone estiment avoir réalisé un traitement digne et mesuré des "affaires" qui ont jalonné la crise sociale que la Belgique a traversée au cours des derniers mois, ajoutant toutefois qu'ils n'ont pas su éviter certaines maladroites encouragées par le climat ambiant ;

● interrogés sur l'hypothèse d'une nouvelle responsabilité sociale des médias, les journalistes de la presse catholique francophone sont divisés : d'un côté, les partisans d'un engagement civique plus important ; de l'autre, les tenants de l'orthodoxie qui estiment que les journalistes doivent se contenter d'être des témoins, non des acteurs ;

● tous s'accordent pour dire que le "devoir d'informer" des journalistes s'arrête là où commence la vie privée des citoyens ;

● à propos de leur relation avec le public, la plupart des répondants admettent avoir une réelle méconnaissance du lectorat, estimant parallèlement que les médias manquent régulièrement à leur devoir de réparation lorsqu'ils ont commis des erreurs ou porté préjudice à quelqu'un ;

● même s'ils ne contestent pas la nécessité de rationaliser leurs tâches pour des raisons économiques, les journalistes de la presse catholique francophone déplorent les effets pervers de la dérive marchande des journaux auxquels ils appartiennent, considérant que leurs conditions de travail se sont globalement dégradées au cours des dernières années ;

● convaincus de leur indépendance relative vis-à-vis des pouvoirs et des sources institutionnelles, les répondants admettent que la question des cadeaux pose de sérieux problèmes en matière de transparence et d'équité ;

● accordant une importance capitale aux questions d'éthique et de déontologie, la quasi-totalité des répondants aspirent à une mobilisation de la profession sur ces thèmes ainsi qu'à une structuration des solutions et remèdes à apporter aux dérives, aux impairs ou aux simples maladroites de leurs propres journaux ■

## Annexe

### Grille d'entrevue :

1. Quelle est votre fonction exacte au sein du journal, et notamment votre responsabilité précise en ce qui concerne le traitement de l'information ?
2. A propos de votre journal :
  - quel est son tirage et sa diffusion en 1997 ?
  - quels sont ses principaux résultats financiers ?
  - combien y a-t-il de journalistes au sein de la rédaction ?
  - combien d'éditions locales ?
3. Pourquoi avez-vous choisi de faire ce métier ?

4. Quelles sont (ou quelles devraient être) les principales qualités d'un "bon" journaliste ?
5. Y a-t-il une "lecture chrétienne" de l'actualité quotidienne ?
6. Existe-t-il au sein de votre journal une charte déontologique ou un code de bonne conduite ?
7. Sinon, quels grands "principes" guident la politique éditoriale de votre journal ?
8. Quelles sont aujourd'hui les principales forces et faiblesses de la rédaction de votre journal ?
9. Avez-vous le sentiment que votre journal a correctement traité et analysé les multiples "affaires" de ces derniers mois (pédophilie, financement des partis politiques, carences du pouvoir et des institutions, fermetures de sites industriels, etc.) ?
10. Face à la crise politique, économique et sociale que traverse la Belgique en ce moment, croyez-vous que votre journal a un nouveau rôle civique (ou citoyen) à jouer au sein de la société, une nouvelle responsabilité sociale ?
11. Que savez-vous des attentes de votre lectorat par rapport au travail d'information de votre journal ?
12. Quelle importance – et donc quelle place – donnez-vous aux lecteurs au sein de vos colonnes ?
13. Quelles sont les habitudes de votre journal en matière de droit de réponse ?
14. De quelle façon – et jusqu'à quel point – les impératifs de la rentabilité financière et du marketing influencent-ils le travail des journalistes au sein de la rédaction de votre journal ?
15. La rédaction de votre journal est-elle suffisamment indépendante vis-à-vis des pouvoirs politiques et institutionnels ?
16. Quelle est la politique habituelle de votre journal en matière de voyages de presse, de cadeaux divers, de prêts de véhicules, etc. ?
17. Quelles sont d'après vous les limites au "devoir d'informer" que revendiquent spontanément la plupart des journalistes ?
18. Quels sont les principaux problèmes éthiques ou déontologiques auxquels vous-même avez été confronté au cours de ces derniers mois ?
19. Les journalistes de votre rédaction sont-ils selon vous régulièrement exposés, dans le cadre de leur travail quotidien, à des situations qui posent des problèmes d'ordre éthique ?
20. Quels moyens concrets votre entreprise donne-t-elle (ou devrait-elle donner) à ses journalistes pour régler leurs problèmes d'ordre éthique ?