Dire la morale, c'est se dire

La question d'un « code de bonne conduite », applicable aux journalistes, est récurrente. Ceux-ci ont pourtant écrit, depuis de longue date, de nombreux textes « moraux ». Non contraignants, différents selon les époques et contextes de production, ces écrits constituent de vrais révélateurs d'identité.

Denis RUELLAN, professeur des universités,
Centre de recherches sur l'action politique en Europe (Crape), université de Rennes 1

Régulièrement, le monde médiatique connaît des sortes de poussées de fièvre morale. Elles sont rarement générées de l'intérieur de lui-même, et le plus souvent produites par des acteurs sociaux et politiques qui s'agacent voire s'enflamment à propos des comportements des médias, et prétendent les réformer. S'ensuivent alors des propositions de textes pour organiser les entreprises et les professions (surtout celle des journalistes, au centre des critiques), mais très généralement les intentions s'arrêtent au stade du discours, comme si elles s'époumonaient sans délai.

Lettres mortes, elles attendent le prochain cycle d'emballement, lequel aboutira invariablement au même vide d'air. Les séquelles de ces poussées de fièvre ne sont pas totalement nulles puisqu'on relève alors que chaque crise produit son lot de résolutions, que l'on appelle généralement chartes de déontologie. Ou tout autre nom qui indique qu'il s'agit là d'un ensemble de règles morales qui, sans avoir force de loi, devraient désormais être respectées au cours des pratiques quotidiennes de l'information médiatique.

Les journalistes et leurs médias ne sont pas étrangers à ces textes, ils s'associent le plus souvent à leur rédaction, sans doute pour en contrôler le processus. Mais, d'une certaine manière, ils s'empressent de les oublier. En tout cas, ils ne font rien pour mettre en place des structures et moyens qui veilleraient à leur application, et on peut même dire qu'ils s'opposent vigoureusement et presque unanimement à un encadrement de leurs pratiques professionnelles par des organes aux prérogatives morales. Ainsi, ils ont constamment refusé, depuis un siècle et demi, qu'un « ordre professionnel », un « tribunal d'honneur » ou encore un « conseil de presse » (comme il en existe ailleurs qu'en France) se mette en place. Tout au plus acceptent-ils du bout des lèvres que soit institué un « observatoire » des pratiques médiatiques, tel qu'il pourrait en naître un prochainement, sans aucun pouvoir de sanction et de coercition. Est-ce à dire que les journalistes sont assez hypocrites pour dire leur morale, mais se refuser à la mettre en œuvre ? C'est évidemment plus compliqué que cela.

La déontologie n'est pas la loi

Tout d'abord, il convient de rappeler qu'un texte déontologique n'est pas la loi, il s'ajoute à elle, n'a pas sa force d'obligation, et il œuvre sur un tout autre registre. On ne peut pas reprocher aux journalistes de se refuser à rendre leur morale contraignante, car c'est là pure attitude pragmatique : si une pratique doit devenir obligatoire, il faut alors en passer par la loi, et par les tribunaux pour la faire respecter. Tout autre structure relèverait d'une justice non républicaine, et les journalistes plus que quiconque sont attachés à la République car, historiquement, elle est le seul régime qui a protégé véritablement leur métier et son exercice.

Les journalistes ont souvent débattu, entre eux ou publiquement, des instruments qui pourraient améliorer les pratiques professionnelles, dans le sens d'une moralisation. Ce depuis qu'ils ont commencé à se réunir en associations, en congrès internationaux, en syndicats, en sociétés, en colloques, etc. Mais ils ont toujours abouti à penser que ce n'était pas à eux de réguler les pratiques, de faire le ménage chez eux, car ce serait tout simplement attentatoire à un principe absolu, la liberté d'expression ; laquelle est régie par la loi, par les textes les plus supérieurs (notamment la Déclaration universelle de 1948).

Alors ? Alors pourquoi les journalistes se prêtent-ils régulièrement à des séances de flagellation, voire d'autoflagellation ? (Ils peuvent être parfois fort peu amènes

Denis Ruellan est auteur de *Nous, journalistes. Déontologie et identité*, Presses universitaires de Grenoble, octobre 2011.

entre eux, en témoignent les ouvrages de professionnels qui racontent leur carrière avec force anecdotes piquantes sur leurs congénères). Et pourquoi participent-ils à la rédaction de chartes morales qui se ressemblent en grande partie, se différencient par des nuances, et ont toutes la même destinée : sans être oubliées, elles ne sont pas pour autant mobilisées régulièrement pour arbitrer telle ou telle situation, pour départager un débat entre professionnels. On peut même dire que les journalistes n'en connaissent pas le détail et que la plupart n'ont jamais eu l'occasion de les lire, en tout cas d'y réfléchir.

De l'intérêt d'étudier les textes moraux

Pour répondre à cette question, nous avons, peut-être plus que d'autres analystes, pris au sérieux les journalistes sur le terrain de leur déontologie. En aucune manière nous n'avons voulu entrer dans cette démarche stérile qui consiste à les condamner collectivement pour des fautes commises par des individus. Les prendre au sérieux revient à commencer par lire au fond les textes à portée morale qu'ils ont écrits au cours de leur histoire, et y chercher les raisons majeures de ces intentions vertueuses.

Nous avons alors conçu que ces textes moraux, que l'on rencontre dès l'invention des gazettes au XVII^e siècle, sont des manifestes, des professions de foi qui peuvent être lues comme des discours identitaires, des manières de dire « Nous, journalistes, nous croyons à ces valeurs et celles-ci finalement nous définissent en temps que tels ». L'autre interprétation que nous avons assumée est de lire ces textes en miroir, et de desceller dans les prescriptions des journalistes à eux-mêmes (une des principales chartes commence par : « Un journaliste digne de ce nom ») les règles relationnelles qu'ils souhaitent voir respecter par les autres protagonistes de l'information.

En effet, les textes déontologiques sont de courts bréviaires dont les principes et attentes peuvent être classés selon quatre relations : avec les pairs (les autres journalistes), avec les sources (les interlocuteurs quotidiens des professionnels de l'information), les employeurs (les journalistes ayant un statut assez particulier dans le monde du travail) et les publics (pour lesquels les médias prétendent toujours œuvrer). En prescrivant, par exemple, que les confères ne doivent pas plagier, que les sources doivent être vérifiées, que les patrons doivent écouter les attentes des équipes rédactionnelles, ou encore que les publics peuvent contribuer à la fabrique de l'information sous certaines conditions, les chartes déontologiques définissent la place des uns et des autres et, partant, les identifient et les assignent.

> ***« Les codes de déontologie n'auraient-ils pour ambition de n'être qu'une promesse ? Oui, et l'on peut penser que c'est déjà beaucoup qu'une profession fasse périodiquement l'examen de ses valeurs, et dise publiquement ce à quoi elle croit désormais. »***

Inflexions du discours sur le long terme

Les chartes déontologiques, dont on ne dira jamais assez qu'elles ne sont pas la loi et n'ont qu'une force de suggestion, d'indication de ce qui est bien et de ce qui l'est moins, de ce qui est généralement accepté et de ce qui est estimé moins bon, ces chartes n'auraient-elles donc finalement que la mission d'exprimer ce que les journalistes souhaitent collectivement être, ces codes de déontologie n'auraient-ils pour ambition de n'être qu'une promesse ? Oui, et l'on peut penser que c'est déjà beaucoup, qu'une profession fasse périodiquement l'examen de ses valeurs, et dise publiquement, et particulièrement aux acteurs sociaux avec qui elle est en relation constante, ce à quoi elle croit désormais.

Car, à y regarder de plus près, la déontologie des journalistes n'est pas si stable au cours de son histoire. Nous nous sommes penchés particulièrement sur les cent trente dernière années,

© F. DE LA MURE-MAEEF

et avons constaté que le discours moral connaît des inflexions importantes. Certaines prescriptions apparaissent, se maintiennent un temps, puis passent au second plan, voire disparaissent. Ainsi, l'honneur personnel, et son retentissement sur l'identité collective, préoccupent particulièrement les journalistes de la Belle Epoque, et cette dimension révèle que les journalistes des débuts de la troisième République sont avant tout soucieux de leur légitimité sociale, de leur reconnaissance par l'opinion publique. Ce souci disparaît dans l'entre-deux guerres, car le journalisme est désormais un métier établi, respecté, et de plus en plus autonome vis-à-vis de l'autorité publique, ainsi que des deux matrices de son émergence, la politique et la littérature.

Mais la guerre a saigné l'économie des journaux, et les emplois

Les journalistes ont réagi à Internet en édictant de nouvelles règles relationnelles, qui prétendent contenir l'autopublication en la cantonnant à la « participation » des acteurs non professionnels, ce qui est une manière, encore et toujours, d'affirmer l'identité exclusive du journalisme.

se font rares. Les textes déontologiques, et par delà tous les discours moraux, se remplissent d'injonctions à l'exclusion des « journalistes au rabais ». On entend par là que le métier doit être réservé aux professionnels, à ceux qui en vivent vraiment, et les « amateurs » doivent en être privés. La déontologie s'avère alors le moyen par lequel les journalistes règlent leurs relations entre eux, la morale sert à normer le groupe, et le cadre privilégié de cette action est alors le syndicat.

Régler les relations aux sources

Cette question ne se pose plus à la Libération, car alors le plein emploi s'installe. Les journaux sont repris en main par des équipes issues de la Résistance, et c'est alors un autre ordre moral qui tente de s'imposer. On ne veut plus régler les relations entre pairs, mais avec les patrons des journaux. C'est de l'emprise de l'argent que les journalistes veulent être libérés, alors que les années 1930 ont révélé nombre de scandales financiers impliquant la « presse pourrie », coupable de compromission avec les banques véreuses d'une part, avec l'occupant par la suite. A travers le mouvement des « sociétés de rédacteurs », qui dure des années 1950 aux années 1980, les journalistes tentent de s'imposer moralement aux employeurs, en prétendant devenir eux-mêmes des gestionnaires (ou cogérants) des entreprises.

L'irruption de la communication comme pratique politique, puis économique et finalement sociale, cette « communication généralisée », comme on a pu la décrire, à partir des années 1970, et en essor rapide, bouleverse la place des journalistes et leurs pratiques professionnelles. Ils ne sont plus les seuls acteurs de l'information et doivent désormais composer avec des sources mieux organisées, qui font appel à des communicants, des spécialistes de la construction de discours en direction de publics sélectionnés. Un moment tentés de refuser en bloc de collaborer avec ces rivaux qui sont aussi finalement des associés dans l'acte de communication, les journalistes finissent par choisir la voie de la conciliation et édictent alors des règles morales pour normer la relation entre eux et les communicants.

Les chartes déontologiques prennent un tour inédit, mais finalement peu durable, alors que le paysage médiatique change encore avec la simplification des outils de diffusion. La radio associative, la vidéo légère, la photocopie à bas coût, et finalement l'Internet à la fin des années 1990 rebattent les cartes du jeu. Non pas tous, mais un nombre certains d'acteurs institutionnels, économiques, partisans, et même individuels, peuvent se saisir des outils pour s'affranchir, au moins partiellement, de la médiation des journalistes. Ceux-ci réagissent alors en édictant de nouvelles règles relationnelles, qui prétendent contenir l'autopublication en la cantonnant à la « participation » des acteurs non professionnels, ce qui est une manière, encore et toujours, d'affirmer l'identité exclusive du journalisme et des journalistes.

C'est en ce sens que nous considérons que la déontologie des journalistes n'est pas une norme applicable et en quelque sorte juridique. Elle est un discours, qui permet aux journalistes de dire la place de tous ceux qui ont maille à partir avec l'information, et partant la leur, elle est un discours sur soi. On ne s'étonnera donc pas qu'elle soit changeante, voire contradictoire parfois, comme le sont tout discours et toute identité. ●

« La déontologie des journalistes n'est pas une norme applicable. Elle est un discours sur soi. On ne s'étonnera donc pas qu'elle soit changeante, voire contradictoire parfois. »