



REDONNER CONFIANCE AUX CITOYENS ET GOÛT EN L'INFO

États généraux de l'information

3^{ème} contribution de Cfdt-Journalistes – Avril 2024

La présente contribution vise à répondre à un certain nombre d'interrogations des EGI, des députés et des citoyens (CESE) sur la façon de redonner confiance aux citoyens dans l'information

- **La première condition de la confiance est la qualité de l'information et que celle-ci nécessite de bonnes conditions de travail des journalistes** : du temps pour bien travailler, moins de précarité, des salaires à la hauteur, et faire cesser les entraves. Nous avons détaillé dans une précédente contribution les mesures à prendre pour garantir ces conditions donc nous n'en listons ici que le sommaire : <https://cfdt-journalistes.fr/wp-content/uploads/2023/12/Contribution-CFDT-journalistes-EGI-Nov-2023.pdf>
 - Un plan d'éradication de la précarité
 - Un salaire minimum garanti pour les journalistes, fixé à 2000 € bruts mensuels
 - Une protection sociale pour les correspondants à l'étranger
 - Une nouvelle loi qui limite la concentration des médias
 - Une réforme des aides à la presse et une intégration des syndicats de salariés à la CPPAP
 - Un droit d'agrément pour les rédactions
 - Une meilleure protection des sources des journalistes
 - La plus forte pénalisation des violences volontaires contre les journalistes
 - Un État exemplaire dans les médias où il est actionnaire
 - Un encadrement de l'usage des IA dans les rédactions
 - L'arrêt de la course à la rentabilité maximale dans la PQR
 - La dissociation claire du journalisme et du marketing
 - Une précision et un renforcement de la loi Bloche

- La deuxième condition de la confiance est la compréhension, par les citoyens, du rôle et du travail des journalistes et de ce qu'est l'info. Pour cela il faut **développer l'éducation aux médias à tous les âges de la vie**. Nous avons détaillé dans une précédente contribution les mesures à prendre pour garantir ces conditions donc nous n'en listons ici que le sommaire : <https://cfdt-journalistes.fr/2024/02/09/vers-une-emi-donnant-gout-a-linformation-journalistique-et-une-reconnaissance-aux-intervenants-journalistes/>
 - Une formation des intervenants en EMI à terme obligatoire, et des moyens par les employeurs
 - Une commande publique en EMI visant à donner goût à l'information journalistique et accordant une place importante aux intervenants journalistes
 - Des rémunérations à la hauteur pour les intervenants et donc une contribution suffisante de l'État
 - Une sécurisation des interventions par un salaire, en direct ou via une structure intermédiaire
 - Une reconnaissance de leur statut de journalistes professionnels par la carte de presse

- **CE QUE NOUS DEVELOPPERONS ICI :**
Il est aussi possible de travailler sur d'autres leviers visant à rétablir la confiance des citoyens et leur goût dans l'info. Nous n'en développerons ici que deux, même si beaucoup d'autres idées sont valables :
 - **plus de transparence sur l'identité et les pratiques des médias (partie 1)**
 - **plus d'informations sur la variété des médias existants (partie 2)**

- Enfin nous exposerons nos grandes réserves quant aux labellisations et à un conseil de l'ordre (partie 3).

En clair, nous voulons des solutions de transparence qui parlent sur l'intelligence et la liberté des citoyens - au citoyen d'accorder ou non sa confiance, en conscience - et qui cherchent à leur redonner goût pour l'info journalistique, et non pas des solutions qui reposent sur la sélection/l'identification des bons journalistes et des bons médias et l'exclusion du corps professionnel.

Partie 1. Permettre aux citoyens de se fixer leurs propres critères de sélection en rendant obligatoire pour chaque média la publication d'une déclaration d'identité et de pratiques

Plutôt que des labels attribués d'en haut ou selon des cahiers des charges figés (voir partie 3), nous préconisons de donner accès à une série d'informations sur la production de l'information dans chaque média, dans une démarche de transparence, de respect des libertés individuelles, et de pédagogie. **Nous proposons que tous les médias** – presse écrite papier, web, radio, télé... – **soient tenus de faire figurer sur leur site (dans les mentions légales par exemple) et sur un registre national dédié une déclaration comportant des données factuelles et vérifiables donnant aux citoyens des indices sur la position d'où parlent ce média et ses journalistes.**

Par exemple :

Identité du média :

- La date de création du média
- La ligne éditoriale et sa cible
- Le nombre de cartes de presse
- Le mode de gouvernance

Financement du média :

- L'actionnariat (horizontal et vertical)
- Le montant des aides à la presse reçues
- Le montant et la nature des annonceurs (si donnée publique)

Engagements du média

- La présence d'une charte de déontologie (et en donner lecture)
- La présence d'un comité d'éthique, sa composition, la façon dont il est suivi (CSE, SDJ...)
- L'existence ou non d'un droit d'agrément
- Une déclaration d'intérêts des dirigeants de la rédaction
- L'engagement à ne faire travailler aucun journaliste en dehors du cadre légal (loi Cressard)
- La déclaration de toute condamnation pour injure, diffamation...
- L'adhésion au CDJM + la déclaration de toute saisine CDJM
- Données de bilan carbone / signature de la charte pour un journalisme à hauteur de l'urgence écologique
- Données d'égalité pro / signature de la charte de l'association Femmes journalistes de sport
- Signature d'une convention cadre pour le respect des droits photo

La présence de cette déclaration serait obligatoire, et son cadre serait normé. Mais, s'il est souhaitable qu'elle soit la plus complète possible, la complétude de la totalité des items ne serait pas requise. Par ailleurs ces données seraient déclaratives (par souci de facilité de mise en œuvre). Mais il ne s'agirait que d'informations aisément vérifiables par les salariés, représentants du personnel et dans l'open data du ministère de la Culture, cela afin que les demandes de rectifications soient recevables.

La conception du cadre de cette déclaration ainsi que sa mise à jour et le suivi de son application associeront les représentants de la profession. L'esprit devra rester "factuel" et non servir de tremplin aux démarches de pure communication.

Remarque : la transparence sur de telles données existe déjà ici ou là. Exemples :

- *Le Monde* publie la charte d'éthique du groupe, le règlement intérieur et les rapports d'activité de son comité d'éthique : https://www.lemonde.fr/actualite-medias/article/2010/11/03/la-charte-d-ethique-et-de-deontologie-du-groupe-le-monde_1434737_3236.html, https://assets-decodeurs.lemonde.fr/redacweb/Comite_ethique_deontologie/Comite_ethique_deontologie_Reglement_interieur.pdf
- *Brut* publie sa charte et son index d'égalité pro : <https://www.brut.media/fr/charte>, <https://www.brut.media/professional-equality.pdf>
- *Contexte* publie sa déclaration d'intérêt, ses actionnaires, ses comptes, sa charte de déontologie... <https://about.contexte.com/entreprise/independance>
- *Citoyens*, média d'info local en Ile-de-France, publie dans ses mentions légales sa ligne éditoriale, sa charte de déontologie, sa politique de publicité et de modération, la composition de son CA, son recours exclusif au salariat... <https://94.citoyens.com/a-propos>

Partie 2. Une large partie des citoyens n'est pas défiante mais juste ignorante de l'immense pluralisme de l'offre à sa disposition : lui faire connaître, par un annuaire national

Nous en sommes convaincus : c'est l'habitude de consulter des médias qui a faibli, plus que le goût de l'info. Ce goût reste vivace ou prêt à être revivifié. Nous refusons donc de ne traiter la défiance que par des mesures visant à rassurer. Il faut aussi des mesures visant à donner goût. C'est quand on ne connaît pas que l'on perd confiance. Quand on découvre l'immense variété des contenus journalistiques à disposition, on peut retrouver la confiance. Souvent les citoyens citent 3-4 médias extrêmement visibles, l'arbre parfois repoussoir qui cache la forêt de l'offre existante. Parmi les milliers de titres de presse écrite, de radios, télévisions, sites web, mais aussi les centaines de newsletters ou podcasts faits par des journalistes, chacun peut trouver de quoi retrouver une relation plus saine à l'information. Mais il n'est pas si simple de savoir comment trouver. **Nous proposons la création d'un annuaire national des médias et programmes d'information, doté d'un moteur de recherche permettant de rechercher selon ses propres critères.** Par exemple :

- Presse nationale/régionale/généraliste/spécialisée
- Thèmes de spécialités
- Régions concernées
- Conditions de production (aspect social)
- Format (reportage, portraits, enquête, solutions...)
- Accessibilité handicap (site compatible malvoyants, programmes avec langue des signes...)

La fiche de chaque média reprendrait sa déclaration (partie 1), ce qui permettrait aussi d'effectuer une recherche par critères de type « possède une charte de déontologie » ou « déclare ne recourir à aucun journaliste rémunéré autrement qu'en salaire ».

Un tel annuaire accorderait mécaniquement une visibilité à la presse indépendante et locale (du simple fait de les placer à égalité avec les autres). Il serait relié à des procédures d'abonnement, de crédit d'impôt d'abonnement, campagnes de crowdfunding, ou à un portefeuille numérique de départ offert à chaque citoyen à dépenser selon ses choix.

Cet annuaire serait promu dans les actions d'EMI, dans le monde de l'entreprise, dans des spots de pub télé, sur les RS... Une version appli serait développée. La conception de cet annuaire associera les représentants de la profession.

Partie 3. Ce que nous ne voulons pas

L'identification des médias par un label

Certains imaginent des pastilles sur les publications journalistiques, pouvant permettre de les distinguer facilement, sur internet, des autres types de publications. Si l'idée est tentante, elle ne devra pas être retenue car difficilement opérationnelle (qui décidera de l'octroi de la pastille ?) d'autant qu'au sein d'un même média des contenus peuvent être journalistiques et d'autres pas (le publiédactionnel, la tribune...) et à même de renforcer la défiance : si on flèche, on tend aussi une cible pour les complotistes, qui seront ravis de dire que justement, c'est ce qui est fléché comme « crédible » qui ne l'est pas. Enfin, certains contenus ne sont pas journalistiques mais pour autant d'excellente qualité informative et de haute valeur démocratique.

NB : En revanche il est souhaitable de permettre aux citoyens de repérer les contenus produits avec de l'IA

On pourrait imaginer une pastille l'indiquant, quand l'IA a servi à de la recherche d'infos ou de la rédaction/création d'images... (pas en cas de simple correction orthographique par exemple). L'idée n'est pas de stigmatiser les contenus avec IA mais que les lecteurs/auditeurs soient au courant.

La création d'un conseil de l'ordre

Nous sommes contre une telle instance. Non pas que les journalistes ne commettent pas d'erreurs ou n'ont pas de comptes à rendre. C'est justement car nous croyons que tout journaliste peut commettre des manquements

à la déontologie, mais surtout que la déontologie est un sujet de débat et de pédagogie, que nous avons été à l'origine de la création du CDJM (Conseil de déontologie journalistique et de médiation) en 2019. MAIS...

- En France la publication est libre, la carte de presse n'est pas obligatoire pour exercer, il n'existe pas de formation initiale obligatoire (à la différence du diplôme de médecine sans lequel on ne peut pas se dire médecin) : dès lors, le métier de journaliste ne s'inscrit pas dans un cadre qui permettrait d'en retirer la qualité par une telle instance. La sanction par le retrait de la carte de presse par exemple n'empêcherait pas d'exercer.

- Nous encourageons la formation mais estimons aussi sain que la profession reste très ouverte. Imposer un type de formation en verrouillerait l'accès et réduirait la diversité de recrutement

- Un journaliste ne se résume pas à un article raté, un propos fâcheux. On peut dire qu'un article est raté, qu'un journaliste est passé à côté de quelque chose mais les responsabilités sont toujours également collectives. Le journaliste en France est nécessairement salarié, travaille sous lien de subordination, et donc sous la responsabilité éditoriale de son éditeur, et dans un collectif rédactionnel

- Il existe déjà un droit de la presse qui permet de sanctionner certains manquements, et une instance, l'ARCOM, de régulation de certains manquements dans l'audiovisuel.

- Créer un conseil de l'ordre poserait la question de la structure à qui le confier, des critères... La CCIJP ou la CPPAP n'ont aujourd'hui pas cette fonction. Dans un contexte de défiance, tout « ordre » pourrait être contre-productif en laissant certains forcément de côté, cas pouvant alors aisément alimenter tous les complotismes.

Contact : journalistes@f3c.cfdt.fr