



JOURNALISME & DIVERSITE

UNITES ETHIQUES & DEONTOLOGIE

FICHES PRATIQUES POUR JOURNALISTES & MANAGERS DE MEDIA

UNITE 3 - METIER JOURNALISTE

COMMENT METTRE EN PRATIQUE SON ETHIQUE PROFESSIONNELLE ?

MARS - Media & Anti-Racisme dans le Sport

Financé
par l'Union Européenne
et le Conseil de l'Europe



UNION EUROPÉENNE



COUNCIL OF EUROPE
CONSEIL DE L'EUROPE

Mis en œuvre
par le Conseil de l'Europe

Actualisez vos connaissances sur le sujet - *Ecrire et publier un article, produire et diffuser un reportage sur les discriminations peut vous conduire ainsi que vos collègues journalistes, à adopter un traitement plus équitable, quel que soit le sujet traité.*

Être conscient de la problématique, chercher à toujours en apprendre davantage, c'est une première étape pour faire évoluer ses méthodes de travail. Produire un reportage ou écrire un article sur les discriminations rafraîchit ses connaissances, ravive sa prise de conscience, empêche de tomber dans la facilité qui consiste à penser que le problème est réglé ou en voie de l'être.

Remettez-vous en cause régulièrement - *Comment ? Par exemple, en affichant dans la salle de rédaction la liste des clichés rencontrés et dénoncés, formules toutes faites, comparaisons usées ou tournures ou méthodes semblant « aller de soi »*

Dans les rédactions, il existe des sujets récurrents que l'on pourrait appeler des « marronniers des diversités » et dont le traitement relève du cliché, voire de la caricature : sur-médiatiser les faits divers violents qui peuvent se dérouler dans des quartiers périurbains et majoritairement habités par des populations immigrées, donner la préférence aux images les plus spectaculaires lors de manifestations telle que la Gay pride, attendre les « journées dédiées », telles que le 8 mars, la semaine du handicap ou celle du racisme, pour aborder, une fois par an, un « sujet femme » ou un « sujet handicapé »².

Quant aux méthodes semblant « aller de soi », il faut noter chez les journalistes une tendance à interroger, sur une même question d'actualité, les experts sur les faits ou les interprétations et les expertes sur leur « ressenti » ou les aspects moraux et affectifs du sujet. Dans le domaine du sport, il est courant de se livrer à des commentaires sur la tenue des sportives ou sur leur vie personnelle, informations qui ne sont en général par fournies pour les sportifs. Plus banalement encore, le fait de nommer les garçons par leur nom de famille et les filles simplement par leur prénom est perçu comme « normal » et non problématique pour la plupart des journalistes hommes comme femmes. Comprendre la nécessité de combattre les stéréotypes requiert une réflexivité professionnelle plus développée et un examen minutieux des notions tenues pour acquises, des routines quotidiennes. Nous avons toutes et tous nos habitudes, il est très difficile d'y échapper. Il est aussi important d'analyser ses propres productions que de discuter avec d'autres personnes afin de comprendre la perspective qui est la leur et de prendre en compte leurs commentaires.

Diversifiez vos contacts en renouvelant votre carnet d'adresses - *Comment ? En mutualisant les contacts de tous les journalistes de la rédaction, en les analysant du point de vue des diversités, en favorisant les échanges et en comblant les manques par une démarche volontariste (voire statistique).*

² Cf. *C'est pas mon genre ! Egalité dans les Media - Fiches Pratiques pour les Journalistes* – Programme MARS – Conseil de l'Europe – 2012

(www.coe.int/t/dg4/cultureheritage/mars/Source/Documents/EEM/fiches-pratiques_fr.pdf)

Les sportif/ves ont beau être d'origine ethnoculturelle diverse, ce n'est pas le cas des expert/es et analystes. Or ce sont ces derniers qui ont la parole. Subtilement, une hiérarchie se construit où les un/es « regardent » et « parlent » des autres qui « sont regardé/es » et « muet/tes ».

Le traitement réservé au Beach Volley féminin est un bon exemple d'« objectivation » des sportives qui sont le plus souvent montrées sans avoir droit à la parole tandis que les interviews sont réservées à leurs coachs masculins, commentateurs de sport ou dirigeants de clubs.





Multipliez vos sources pour diversifier les points de vue qui s'expriment dans les media - Comment ?

Sur le terrain, les journalistes doivent penser à solliciter davantage les personnes habituellement moins représentées dans les media.

Les journalistes de sport peuvent eux/elles-mêmes rendre les acteurs/trices du monde du sport attentif/ves au traitement médiatique de leur discipline, pour les inciter à être vigilant/es, voire critiques.

Sur Internet, les journalistes peuvent effectuer une veille ciblée à travers les sites et les réseaux sociaux pour trouver de nouvelles sources d'information.

En sollicitant des représentant/es des Organisations Non Gouvernementales, des institutions sportives, des associations, elles aussi porteuses de connaissances et de points de vue autres, les rédactions peuvent sortir du panel de leurs expert/es habituel/les, croiser des expertises différentes de façon à identifier et traiter conjointement problèmes et solutions liées à la question des diversités.

LA RELATION AUX SOURCES		QUI EST A L'INITIATIVE DE L'INFORMATION ?	
		Journalisme passif <i>L'information a été communiquée à la rédaction ou au/à la journaliste via un communiqué de presse, une dépêche, un dossier de presse.</i>	Journalisme actif <i>La rédaction ou le/la journaliste sont allé/es chercher les interlocuteur/trices ou l'information.</i>
COMBIEN DE SOURCES VALIDENT- ELLES L'INFORMATION ?	Source unique <i>L'information provient d'une seule source</i>	Risque important de manquer les diversités existantes et de faire un publi-reportage 	Risque de solliciter toujours le même interlocuteur/trice et de manquer de diversité dans le traitement 
	Sources recoupées <i>L'information provient De plusieurs sources</i>	Peut-être peu de diversité car les sources minoritaires ne s'autorisent pas toujours spontanément à solliciter les media. 	Traitement médiatique plus diversifié : en cherchant à diversifier ses sources, le/la journaliste va aller au devant de l'expression des diversités. 

FOCUS FRANCE

Une boîte à outils pour convaincre

En France, les questions d'éthique et de déontologie sont évoquées dans des instances comme les Entretiens de l'information, les Assises du journalisme, la Conférence Nationale des Métiers du Journalisme... Mais ces questions rencontrent peu d'écho dans la profession car :

- côté journalistes, toute initiative ressemblant à une Charte du journalisme ou un Conseil de presse est perçue comme une volonté d'encadrement de l'information et une entrave à la liberté de la presse
- une interpellation des journalistes sur leurs pratiques surestime leur maîtrise des choix éditoriaux au sein des rédactions ainsi que l'indépendance des rédactions au sein des groupes et entreprises de presse. Et ce d'autant plus que le/la journaliste est, comme de plus en plus souvent, dans une situation professionnelle précaire.

Une approche pragmatique est préconisée, sous la forme d'outils élaborés par et pour les journalistes eux/elles-mêmes :

Baromètre de la diversité *(ou Label) pour pointer les efforts et les manquements de l'ensemble des media en matière de diversité.*

Sur le modèle de ce que le CSA (Conseil Supérieur de l'Audiovisuel) a fait pour l'audiovisuel public français et à partir d'une Charte de la diversité commune à tous les media, l'objectif serait d'aboutir à la création d'une agence de notation ou d'un baromètre de la Diversité.

Enquête quantitative *pour mesurer la médiatisation des diversités et pouvoir interpeler les rédactions au niveau organisationnel et opérationnel.*

En France, lors de la rencontre MARS de Lille en novembre 2011, trois syndicats de journalistes se sont engagés à mener à bien dans les meilleurs délais une enquête sur les diversités ethniques, à l'instar de l'étude menée en Belgique sur la presse quotidienne francophone et dans le respect de la législation française.

Cette enquête servirait de base pour permettre de mieux prendre en compte des questions des diversités, de discrimination et de racisme.

Etude qualitative *à diffuser dans les rédactions pour développer la réflexivité critique sur :*

- la (non-)diversité de sources,
- la (non-)diversité des sujets traités,
- la (non-)diversité des traitements
- les stéréotypes concernant l'angle d'approche, le traitement ou les modes d'expression.