



POUR UNE
INFORMATION
DE SERVICE PUBLIC

PROJET ÉDITORIAL
POUR FRANCE TÉLÉVISIONS

SNJ

L'INFORMATION EST LA PREMIÈRE MISSION DU SERVICE PUBLIC AUDIOVISUEL, CRÉÉ POUR « INFORMER, CULTIVER, DISTRAIRE »

L'information est la première mission du Service Public audiovisuel, créé pour « *informer, cultiver, distraire* ».

A France Télévisions, cette mission est aujourd'hui menacée par le désengagement de l'Etat et le projet d'entreprise *low-cost* de l'équipe Pflimlin/Thuillier. Le SNJ rappelle que « *le droit du public à une information de qualité, complète, libre, indépendante et pluraliste, rappelé dans la Déclaration des droits de l'homme et la Constitution française, guide le journaliste dans l'exercice de sa mission. Cette responsabilité vis-à-vis du citoyen prime sur toute autre* » (Charte d'éthique professionnelle des journalistes).

La Charte d'éthique, ainsi que d'importantes garanties de nos principes professionnels, figurent dans l'accord collectif d'entreprise signé par la direction et les syndicats représentatifs le 28 mai 2013. Vous trouverez la Charte en page 15 de ce projet.

Fin 2013, la direction de France Télévisions a dévoilé ses intentions avec deux documents : l'avenant au Contrat d'Objectif et de Moyens, signé le 22 novembre 2013 avec l'Etat ; et le Projet d'Evolution de l'Organisation (lié au Plan de Départs Volontaires et à la réduction des effectifs).

Une vision comptable à court terme, sans autre ambition que des soustractions : moins de moyens, moins de salariés, moins de missions. Un plan de route hautement dangereux, soi-disant justifié par une course effrénée aux économies, qui va dénaturer nos rédactions et dégrader nos conditions de travail.

Un affaiblissement de France Télévisions, validé par la ministre Aurélie Filippetti et par le gouvernement Ayrault.

Face à ce bulldozer économique et idéologique, le SNJ réaffirme son opposition et revendique son ambition. L'information que nous devons au public doit être indépendante, pluraliste, facilement accessible à tous les publics.

Fond, forme, déontologie : le journalisme à France Télévisions doit être irréprochable. Ces exigences sont prioritaires et doivent imprégner chaque projet lié à l'information.

Notre appartenance au Service Public renforce notre devoir d'exemplarité et notre attachement à nos missions.

Ce projet éditorial n'est pas qu'un contre-programme, ou une réaction aux attaques subies par nos rédactions. Ce projet reflète la triple ambition du SNJ :

- RESPECTER NOS MISSIONS DE SERVICE PUBLIC
- RESPECTER NOS RÉDACTIONS ET LES TERRITOIRES OÙ ELLES SONT IMPLANTÉES
- RESPECTER LA PROFESSION DES 3000 JOURNALISTES DE FRANCE TÉLÉVISIONS



MOINS DE MOYENS



MOINS DE SALARIÉS.



MOINS DE MISSIONS.

La fusion des anciennes entreprises de la télévision publique (France 2, France 3, France 5, RFO...) a fait de France Télévisions la plus grande entreprise de presse du pays. Aucune autre société n'a autant de missions d'information à accomplir.

Quatre ans plus tard, dans un contexte de crise, il est facile pour une direction de mettre en cause ces missions qui ne seraient rien d'autre pour elle que de « lourdes charges » pesant sur nos comptes d'exploitation.

Notre vision est tout autre. Cette mission fondamentale d'information, ces journaux, ces magazines, ces centaines de reportages diffusés chaque jour ne sont pas des « poids » que l'entreprise doit supporter. Toutes ces réalisations sont les fondations de nos rédactions, de nos chaînes. La principale raison d'être du groupe France Télévisions. Dans nos rédactions, l'audience et le coût ne sont pas les seuls critères qui pèsent sur nos choix. Notre projet éditorial n'est pas un projet commercial.



RÉDACTION DE SERVICE PUBLIC : STATUT SINGULIER, MISSIONS SPECIFIQUES

La valeur d'un Service Public n'a pas à être appréciée selon les critères employés pour des activités commerciales privées. Nous trouvons donc aberrante la posture adoptée par certains dirigeants du groupe : après avoir importé des systèmes de rémunération typiques du privé, ils s'acharnent aujourd'hui à vouloir imposer les modèles de production des chaînes *low-cost*. Placer la rentabilité et la réduction des coûts comme seuls objectifs n'a aucun sens, si ce n'est de vouloir transformer un Service Public en entreprise commerciale. C'est donc jouer contre son camp. Nous sommes évidemment conscients des réalités économiques et des restrictions imposées par notre actionnaire unique, l'Etat. Mais qui demande aux autres services publics, universités, hôpitaux ou bibliothèques municipales d'être rentables, à part ceux qui rêvent de les fermer ? Répétons-le tant qu'il le faudra : notre mission est de proposer une information de qualité, libre, indépendante et pluraliste. Et cette responsabilité prime sur toute autre.

Autre type de discours trop fréquemment entendu à propos de France Télévisions : « *le Service Public se doit d'offrir aux téléspectateurs la télévision qu'ils aiment et les programmes qu'ils attendent* ». Avec de tels raisonnements, on aurait offert depuis longtemps le marché des cantines scolaires aux chaînes de fast-food !

Les dirigeants politiques, notamment ceux qui se sont succédé au ministère de la Culture, répètent à l'envi que France Télévisions doit s'affranchir des contraintes à court terme. Ne perdons pas notre énergie à gesticuler quotidiennement en fonction des courbes d'audience. Gardons nos forces pour accomplir au mieux nos missions, et soyons garants du pluralisme de l'information.

LA QUALITÉ AVANT L'AUDIMAT

Rappelons que les programmes et magazines souvent cités comme « emblématiques du Service Public » (toujours selon nos ministères de tutelle) sont rarement ceux qui affichent les audiences les plus fortes. La fréquentation d'un établissement public n'a jamais garanti le niveau de son service. L'importance et la qualité d'une information ne se mesurent pas qu'en fonction du nombre de téléspectateurs, de lecteurs ou d'auditeurs. Tout le monde en semble conscient, il serait donc temps d'appliquer une vraie politique de Service Public, en évitant de scruter sans cesse cette girouette qu'est l'audimat. ■

UNE PRÉSENCE OBLIGATOIRE, LIÉE À NOTRE STATUT

Défendre le Service Public audiovisuel, c'est défendre tous les publics, où qu'ils se trouvent. D'où le rôle fondamental de France Télévisions en matière d'information de proximité, notamment grâce aux stations du réseau Outre-Mer 1^{ère} et du réseau France 3.

Un exemple parmi d'autres : à St-Pierre-et-Miquelon vivent environ 6000 personnes. Aucune entreprise privée ne propose d'information sur la vie de l'archipel : on ne trouve même pas de presse quotidienne locale. Sans les équipes de France Télévisions, en radio et en télévision, ce territoire serait privé de toute information de proximité.

Compte tenu de la crise qui affecte la presse écrite, le Service Public audiovisuel est souvent la seule garantie du pluralisme de l'information dans de très nombreuses régions, tant dans l'Hexagone qu'en Outre-mer.

Le SNJ défend donc le rôle de France Télévisions dans toutes les régions françaises. Pour les populations auxquelles nous nous adressons, l'information est à la fois locale, régionale, nationale et internationale. France Télévisions se doit donc d'assurer une couverture complète des actualités qui les concernent.

L'information du groupe se construit à partir des rédactions et des éditions

locales, dont le rôle de proximité est essentiel. Un réseau extraordinaire qu'il faut renforcer et valoriser. Ces rédactions ont vocation à construire des journaux originaux, identifiés, et diffusés localement. Leur autonomie éditoriale est une nécessité : le traitement de l'actualité locale doit être mené par les équipes qui travaillent dans cette région.

Leur travail d'information, souvent unique sur leur territoire, doit être facilement accessible sur la TNT, via un canal dédié, mais également sur internet (en direct et en replay). Les magazines, documentaires, soirées spéciales et PAE (prise d'antenne événementielle) produits par les rédactions régionales et locales doivent être régulièrement diffusés en première ou deuxième partie de soirée. Pour des chaînes de proximité, c'est une question d'identité et de statut. ■

RESPECT DES OBLIGATIONS DU SERVICE PUBLIC

Rappelons au passage qu'il n'y a pas de jours fériés pour l'actualité, pas plus qu'il n'y a de relâche saisonnière. **Il va donc de soi que cette mission d'information doit être assurée tous les jours de l'année.** Nous n'acceptons pas les fermetures de rédactions pendant les vacances et les week-ends !

La gestion « à la louche » de la direction est indigne du Service Public. Les éditions locales de France 3 ont un rôle social essentiel, elles ne doivent pas servir de variable d'ajustement du budget de France Télévisions.

Ces rédactions locales travaillent en concertation avec les bureaux régionaux d'information. En métropole, les

stations régionales sont rattachées au réseau France 3 ; Outre-mer, au réseau des 1^{ère}. Si des différences structurelles existent (les rédactions ultra-marines travaillent notamment pour tous les supports, radio, télévision, internet), l'ambition éditoriale reste la même. **Leur indépendance vis-à-vis des collectivités locales est impérative et doit être garantie.**

Le développement de l'information locale et régionale sur internet est une priorité. A travers une meilleure circulation des reportages entre TV, radio et internet, d'une part ; mais surtout en évitant de placer le web à la périphérie des rédactions. L'offre d'information en ligne de France Télévisions doit se construire au cœur des rédactions régionales, et non pas à la marge. Si les rédactions du web sont des équipes



365 JOURS PAR AN : RESPECT DES

dédiées, elles ne sont pas isolées et les passerelles entre les différentes équipes doivent être faciles d'accès.

L'information sur le web doit être complémentaire des éditions télé ou radio, aucun support n'étant « l'auxiliaire » de l'autre. Toutes les éditions doivent, à travers des liens ou des citations, proposer aux lecteurs, auditeurs ou téléspectateurs de continuer à s'informer sur un autre support.

Le site d'information en ligne est une édition permanente qui permet de traiter l'actualité chaude au plus vite (sans les contraintes techniques du reportage télé ou radio) puis de l'enrichir tout au long de la journée avec des analyses, des éclairages, des liens, des documents. Ce travail considérable, très exigeant, mérite un investissement à la hauteur des ambitions affichées par France Télévisions.

Un travail complémentaire mais pas supplémentaire :

au même moment, les équipes de reportage peuvent travailler sans rien bâcler, construire un vrai reportage, anglé, complet. Reportage qui sera ensuite diffusé en télé ou en radio, et naturellement sur le web.

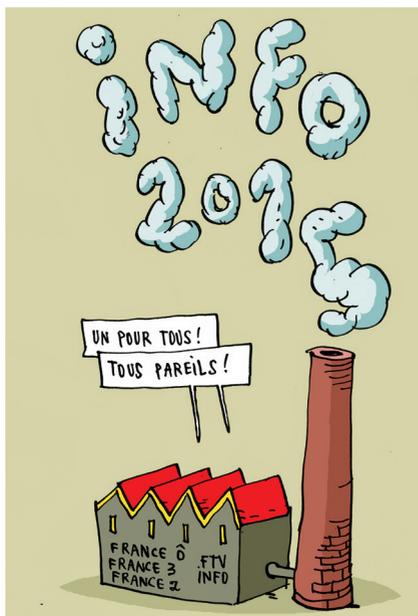
Les équipes radio et télé travaillent aux côtés des journalistes du web, et inversement, mais sans se substituer à leurs consœurs ou confrères. Nos priorités restent la recherche et la vérification de l'information. L'empilement des tâches techniques et le travail simultané multi-supports sont des dangers pour la qualité de notre mission. ■



OBLIGATIONS DU SERVICE PUBLIC.

RESPECTER LE PLURALISME AVEC DES RÉDACTIONS NATIONALES

La diversité des rédactions nationales du groupe France Télévisions est une nécessité démocratique liée au pluralisme et à l'affirmation de l'identité de chaque chaîne. **Un groupe avec cinq chaînes nationales et neuf chaînes présentes dans le réseau des Outre-Mer 1^{ère} doit mettre à la disposition du public une information riche, variée et pluraliste. Des JT et des magazines diffusés du petit matin jusqu'à l'édition de la nuit.**



Aujourd'hui, nous proposons de l'information nationale sur France Ô, France 3, France 2, et FTVInfo. **Ces quatre rédactions doivent travailler avec des équipes et des objectifs dédiés : leur autonomie éditoriale doit être garantie.**

Les projets comme Info 2015 (nom de code de la fusion des rédactions nationales) ne sont que des choix économiques, dont les conséquences éditoriales seraient graves et irréversibles. Regrouper serait, nous dit-on, « *un bon moyen de marquer les identités des chaînes et des éditions* ». Nous avons plusieurs fois dénoncé le ridicule de cet argument et les dangers de ce projet.

ÉVITER L'USINE D'INFO

Le SNJ s'oppose aux schémas tayloristes des « news factories », les usines d'info qui appliquent sans discernement un modèle industriel inadapté. Un modèle qui emploie rarement des mots comme « journalisme », « reportages » ou « responsabilité », lui préférant « contenus », « éléments » ou « marques ».

Nous refusons le concept de rédaction unique, symbole d'un appauvrissement de notre offre d'information.

Au contraire, les rédactions nationales de France Ô, France 2 et France 3 doivent proposer un projet original, en cohérence avec celui de leur chaîne (généraliste pour l'une, lié à la France d'outre-mer ou des régions pour les autres). Ces rédactions ont un rôle particulier à jouer dans l'offre de Service Public de France Télévisions. Ces

organisations doivent être autonomes, souples, et adaptées au projet éditorial de chaque chaîne.

France Télévisions doit naturellement couvrir l'information internationale, là encore avec une approche différente selon les rédactions (l'éclairage européen proposé par France 3 national dans ses JT et magazines en est un exemple).

REGARDS SUR LE MONDE

Les rédactions doivent bénéficier de l'ensemble des moyens du groupe France Télévisions dans ce domaine : services dédiés spécialisés en politique internationale, bureaux à l'étranger, mais aussi une structure unique comme l'AITV. Cette agence, dont la compétence et l'expérience sur l'information internationale (africaine en particulier) sont reconnues depuis plus de 25 ans, doit poursuivre son travail essentiel et concourir encore plus aux projets des différentes chaînes de France Télévisions.

L'information internationale est également traitée quotidiennement dans de nombreuses rédactions ultra-marines et régionales : l'actualité au Brésil ou au Surinam est présente sur les antennes de Guyane 1^{ère}, les journalistes de France 3 Nord-Pas-de-Calais travaillent régulièrement en Belgique, etc... Une couverture particulière, une richesse souvent méconnue, qui doit être valorisée et diffusée au-delà des stations directement concernées. ■



UNE AMBITION EDITORIALE MULTI-SUPPORTS ET MULTI-FORMATS

Le projet éditorial du SNJ s'appuie également sur la fabrication « maison » des magazines d'information et des documentaires de France Télévisions, qui doivent donc être réalisés par les rédactions de France Télévisions.

Une évidence sur le papier, peut-être, mais aujourd'hui c'est très loin d'être une réalité. Depuis des années, les journalistes du Service Public ont été « priés » de s'éloigner des magazines, documentaires et autres formats longs diffusés sur nos chaînes. Une dérive

rendue possible à la fois par l'appétit des producteurs extérieurs et la bienveillance des dirigeants de France Télévisions à leur égard. Le pouvoir politique partage la responsabilité de cette faillite et de ces dérives, avec des textes ineptes toujours en vigueur (les « décrets Tasca ») et une bienveillance pas toujours désintéressée à l'égard des sociétés de production privées et de leurs confortables marges bénéficiaires.

D'un côté, les producteurs audiovisuels privés, de plus en plus nombreux, contrôlent aujourd'hui l'essentiel de la fabrication des magazines et des documentaires de France Télévisions. Si l'apport ponctuel de reportages extérieurs peut enrichir un magazine d'information, **le recours systématique au privé devient une marque de défiance envers les rédactions du groupe.** France Télévisions n'est pas qu'un diffuseur, ce n'est pas sa vocation, il est donc nécessaire que ses équipes cultivent ce savoir-faire et contribuent à la constitution d'un patrimoine audiovisuel public.

Face à ces producteurs, les dirigeants successifs de France Télévisions ont encouragé cet abandon. La conséquence d'une grande « proximité » de nos dirigeants avec certains producteurs, sans doute, mais aussi par facilité, par lâcheté. C'est bien plus confortable d'être dans la peau d'un riche client au portefeuille bien garni que d'assumer son rôle d'artisan, de producteur, auprès de ses propres équipes.

C'est donc la solution de facilité, la sous-traitance, qui a été privilégiée. Avec des sociétés qui respectent rarement le droit du travail et l'éthique professionnelle des journalistes. Que des producteurs audiovisuels rêvent de s'enrichir rapidement en vendant des programmes avec des marges énormes, rien ne l'interdit. Mais est-ce le rôle du Service Public, dont le principal actionnaire est le contribuable, de les aider à réaliser leurs bénéfices ?

UNE OFFRE COMPLÈTE

Un projet éditorial ambitieux se doit d'inverser totalement cette tendance à l'externalisation. Des magazines produits en interne présentent plusieurs avantages : des droits conservés intégralement par le groupe France Télévisions et surtout un savoir-faire développé et maintenu en interne. S'y ajoute une conviction forgée au fil des années passées dans les rédactions : les journalistes amenés à travailler sur des magazines ou des documentaires acquièrent une expérience, une expertise précieuse pour leur travail sur des JT. Nous rappelons donc que l'information locale, régionale, nationale et internationale doit aussi se décliner sur ces formats « magazine » ou documentaire. Toutes les rédactions doivent se réapproprier ce projet. **Une entreprise ne peut pas délibérément renforcer ses sous-traitants en affaiblissant ses ressources internes. ■**

LE RESPECT DE NOTRE PROFESSION, CONTRE LA COURSE À LA RENTABILITÉ

« *Business plan* »,
« *comptabilité analytique* »,
« *core business* »,
« *gain de productivité* »...

Le vocabulaire est très à la mode chez certains rédacteurs en chef qui n'ont pas souvent peur du ridicule. Plus inquiétant, ce charabia précède souvent des décisions prises selon des critères économiques et non plus éditoriaux.

On mesure ici les dégâts causés par les « bonus cadres », ces millions d'euros distribués chaque année en parts variables, et attribués selon des critères plus qu'opaques. France Télévisions deviendra-t-elle une entreprise où les journalistes les plus valorisés seront ceux qui feront faire le maximum d'économies et/ou ceux qui effectueront le plus de tâches techniques différentes pendant un tournage, sans considération pour les critères essentiels de notre profession ?

Le journalisme n'est pas une compétence complémentaire perdue au milieu de multiples opérations techniques !

Il n'est pas question de refuser les nouveautés de l'audiovisuel, au contraire, mais de rappeler que l'évolution du matériel dans nos rédactions (TV, radio, internet) a bien pour objectif :

1. d'offrir d'excellents outils pour effectuer de meilleurs reportages
2. d'offrir une meilleure ergonomie afin d'éviter les problèmes physiques, notamment liés au port de charge chez les JRI.

A l'heure où la direction associe dans un projet pervers le départ des chefs-monteurs et la formation des journalistes au montage, le SNJ rappelle son opposition ferme à cet empilement sans fin de tâches techniques. Si un journaliste peut exercer sa profession comme rédacteur, ou JRI, via l'acquisition de compétences complémentaires, il est hors de question qu'il assume seul le travail de deux ou trois personnes. Plusieurs regards sont nécessaires lors de la construction d'un reportage. La qualité de l'information et la santé des salariés ne pourront être garanties dans cette spirale sans fin. ■

DES JOURNALISTES RESPONSABLES PROFESSIONNELLEMENT, MORALEMENT, JURIDIQUEMENT

RESPONSABLES DE LEURS REPORTAGES JUSQU'À LA MISE À L'ANTENNE OU LA MISE EN LIGNE

C'est un cauchemar de journaliste. Une commande en urgence, avant le JT : « *Bon coco, je veux un sujet sur le thème X. Tu vas me tourner cette séquence Y comme je te le dis, avec cet intervenant Z dont voici le contact, et tu complètes avec un micro-trottoir évidemment. Une femme retraitée, deux hommes actifs et un couple avec enfant. Dix secondes par personne. Tu veux te documenter ? Bah, regarde cet article dans ce quotidien, moi j'ai lu que ça, mais la citation est sympa. Tiens, essaie d'avoir la même, au mot près* ».

Hélas, on ne caricature même pas. Toute ressemblance avec certains hauts responsables de France Télévisions n'est absolument pas fortuite. **Quand d'anciens reporters devenus directeurs de rédactions vantent publiquement et explicitement « les sujets en kit », fabriqués par des équipes en début de chaîne et assemblés par d'autres à la fin, nous ne pouvons que constater la dérive et tout faire pour y mettre fin.**

Naturellement, la séquence principale sera tournée par une première équipe, l'intervenant par une autre équipe, et le micro-trottoir par une troisième. Le

tout parfois assemblé en montage par un journaliste qui n'aura, lui, même pas quitté la rédaction...

Dégoûté par ces sujets impersonnels, réalisés à la va-vite et en pièces détachées, un confrère a parlé récemment de journalisme « in vitro ». Un produit contrôlé et calibré à l'extrême par une hiérarchie plus soucieuse de mettre à l'antenne un « produit » qui répond à ses présupposés, à ses à-priori et même à ses fantasmes, que de curiosités professionnelles.

Cette dérive de la profession, apparue dans les rédactions nationales, se retrouve aujourd'hui, hélas, vantée et théorisée par des journalistes galonnés. Des journalistes expérimentés, souvent chargés de former les jeunes confrères... devant leurs méthodes, on se prend parfois à rêver de dé-formateurs !

Ces cadres, obsédés par la reproduction de sujets traités par la concurrence, voient aujourd'hui les reporters comme des exécutants, des coursiers qui doivent ramener au plus vite des produits, des « éléments ».

Ce fonctionnement tayloriste est à bannir dans nos rédactions. Il est intellectuellement déqualifiant, déresponsabilisant, démotivatif pour notre profession. Et bien sûr adieu les nuances, place aux gros traits, sans oublier les risques d'approximation.

De plus, il va à l'opposé de tout bon sens de l'économie : il est très coûteux.

RESPONSABLES COLLECTIVEMENT DE LEURS JT ET MAGAZINES

Pour le SNJ, les reporters doivent reprendre possession de leurs journaux et magazines. Les conférences de rédaction sont des lieux d'échanges, de débats, de travail collectif, arbitrés par des rédacteurs en chef. Une conférence de rédaction n'a rien à voir avec une chambre d'enregistrement sans intérêt où certains tentent de régler des problèmes d'égo en alignant les ordres et les commandes.

Les reporters doivent contrôler leurs sujets de bout en bout. Défendre leur vision des faits et de l'actualité.

- Assez des sujets en kit !
- Assez de ces faits divers anxiogènes, traités sans recul ni mise en perspective, qui envahissent nos éditions d'information !
- Assez des plateaux de situation inutiles, avec des grands reporters qui impriment une dépêche d'agence au bureau pour aller la lire dans la rue, le dos à une préfecture ou à un ministère !
- Assez du recours à des « experts » omniscients, mono-analystes mais multiscartes et aux intérêts souvent très nombreux !
- Assez des sujets simplistes qui copient les plus mauvaises pages des magazines féminins et prétendent traiter des « faits de société » !
- Assez des sujets « attachés de presse » qui relèvent de la communication et non du journalisme, et qui servent plus les intérêts de certains que l'information de Service Public !

Notre projet éditorial rejette ce modèle « fast-food ». Un modèle économique qui permet de diffuser beaucoup de « produits », fabriqués rapidement, à la chaîne.

Un système où l'on se contente de remplir l'édition, où on ne construit plus un journal d'information. Le journalisme est une alchimie intellectuelle et technique qui demande du temps, des moyens et des compétences. ■



DES JOURNALISTES RESPONSABLES
DE LEURS TOURNAGES.

UN CONTRÔLE ET UNE RESPONSABILITÉ EXERCÉS PAR CHAQUE JOURNALISTE

Autre nécessité : combattre tant que possible le « pillage » des sujets d'autres rédactions, que l'on retrouve charcutés et re-commentés, parfois sans aucune raison objective. Et au détriment du droit moral des auteurs. Notre projet éditorial doit rappeler qu'aucune hiérarchie, réelle ou supposée, n'existe entre nos différentes rédactions. Comme nous ne cessons de l'exiger : « *Tout journaliste de FTV, quel que soit son établissement d'affectation, peut voir un des sujets dont il*

est l'auteur être diffusé sur n'importe quelle chaîne de l'entreprise, signé de son nom et commenté de sa voix s'il est rédacteur. Tout journaliste peut refuser d'apporter les modifications que sa hiérarchie prétend imposer à son travail contre son intime conviction professionnelle ».

Les serveurs numériques ne doivent servir qu'à aider à l'échange d'images, sans modifier le cœur de notre métier. **Les journalistes doivent être responsables de la circulation des rushes et des reportages dont ils sont les auteurs, et pouvoir contrôler leur utilisation ou réutilisation.** Notre responsabilité professionnelle, morale et juridique est engagée à chaque tournage, rédaction ou commentaire.

Ces convictions évoquées ici peuvent toutes s'appuyer solidement sur la Charte d'éthique professionnelle des journalistes et sur l'ensemble de nos principes professionnels contenus dans l'accord de France Télévisions signé par la direction et les syndicats en mai 2013. ■



SNJ France Télévisions,
décembre 2013

Illustrations Rémi MALINGRÉY

Graphisme Shuana NDIAYE
shuana@free.fr

CHARTRE D'ETHIQUE PROFESSIONNELLE DES JOURNALISTES SNJ 1918/1938/2011

Le droit du public à une information de qualité, complète, libre, indépendante et pluraliste, rappelé dans la Déclaration des droits de l'homme et la Constitution française, guide le journaliste dans l'exercice de sa mission. Cette responsabilité vis-à-vis du citoyen prime sur toute autre.

Ces principes et les règles éthiques ci-après engagent chaque journaliste, quelles que soient sa fonction, sa responsabilité au sein de la chaîne éditoriale et la forme de presse dans laquelle il exerce.

Cependant, la responsabilité du journaliste ne peut être confondue avec celle de l'éditeur, ni dispenser ce dernier de ses propres obligations.

Le journalisme consiste à rechercher, vérifier, situer dans son contexte, hiérarchiser, mettre en forme, commenter et publier une information de qualité ; il ne peut se confondre avec la communication. Son exercice demande du temps et des moyens, quel que soit le support. Il ne peut y avoir de respect des règles déontologiques sans mise en œuvre des conditions d'exercice qu'elles nécessitent.

La notion d'urgence dans la diffusion d'une information ou d'exclusivité ne doit pas l'emporter sur le sérieux de l'enquête et la vérification des sources.

La sécurité matérielle et morale est la base de l'indépendance du journaliste. Elle doit être assurée, quel que soit le contrat de travail qui le lie à l'entreprise.

L'exercice du métier à la pige bénéficie des mêmes garanties que celles dont disposent les journalistes mensualisés.

Le journaliste ne peut être contraint à accomplir un acte ou exprimer une opinion contraire à sa conviction ou sa conscience professionnelle, ni aux principes et règles de cette charte.

Le journaliste accomplit tous les actes de sa profession (enquête, investigations, prise d'images et de sons, etc...) librement, a accès à toutes les sources d'information concernant les faits qui conditionnent la vie publique et voit la protection du secret de ses sources garantie.

C'est dans ces conditions qu'un journaliste digne de ce nom :

- Prend la responsabilité de toutes ses productions professionnelles, mêmes anonymes ;
- Respecte la dignité des personnes et la présomption d'innocence ;
- Tient l'esprit critique, la véracité, l'exactitude, l'intégrité, l'équité, l'impartialité, pour les piliers de l'action journalistique ; tient l'accusation sans preuve, l'intention de nuire, l'altération des documents, la déformation des faits, le détournement d'images, le mensonge, la manipulation, la censure et l'autocensure, la non vérification des faits, pour les plus graves dérives professionnelles ;
- Exerce la plus grande vigilance avant de diffuser des informations d'où qu'elles viennent ;
- Dispose d'un droit de suite, qui est aussi un devoir, sur les informations qu'il diffuse et fait en sorte de rectifier rapidement toute information diffusée qui se révélerait inexacte ;
- N'accepte en matière de déontologie et d'honneur professionnel que la juridiction de ses pairs ; répond devant la justice des délits prévus par la loi ;
- Défend la liberté d'expression, d'opinion, de l'information, du commentaire et de la critique ;
- Proscrit tout moyen déloyal et vénal pour obtenir une information. Dans le cas où sa sécurité, celle de ses sources ou la gravité des faits l'obligent à taire sa qualité de journaliste, il prévient sa hiérarchie et en donne dès que possible explication au public ;
- Ne touche pas d'argent dans un service public, une institution ou une entreprise privée où sa qualité de journaliste, ses influences, ses relations seraient susceptibles d'être exploitées ;
- N'use pas de la liberté de la presse dans une intention intéressée ;
- Refuse et combat, comme contraire à son éthique professionnelle, toute confusion entre journalisme et communication ;
- Cite les confrères dont il utilise le travail, ne commet aucun plagiat ;
- Ne sollicite pas la place d'un confrère en offrant de travailler à des conditions inférieures ;
- Garde le secret professionnel et protège les sources de ses informations ;
- Ne confond pas son rôle avec celui du policier ou du juge.

LE JOURNALISME À FRANCE TÉLÉVISIONS
DOIT ÊTRE IRRÉPROCHABLE.



SNJ France Télévisions
snj@francetv.fr / 01 56 22 88 28
twitter : @SNJ_FTV