

# LA DÉONTOLOGIE BELGE À L'ÈRE DU TRANSMÉDIA : UNE ANALYSE DE LA JURISPRUDENCE

Lavinia ROTILI<sup>1</sup> et Charlotte DE CONDÉ<sup>2</sup>

Cet article se penche sur les avis rendus par le Conseil de déontologie journalistique belge francophone et germanophone (CDJ) entre janvier 2019 et décembre 2021. Son objectif est d'analyser l'évolution de l'autorégulation journalistique en Communauté française de Belgique sous l'angle de la jurisprudence. De cette analyse, il résulte que divers facteurs, tels que la digitalisation des médias, la crise sanitaire ou les périodes électorales ont des conséquences à la fois sur les attitudes du public et les pratiques journalistiques. Cela se traduit en partie dans la jurisprudence : avec l'évolution des contenus numériques, les cibles des plaintes sont de plus en plus hybrides et digitales ; l'émergence de demandes d'avis de la part de citoyens ordinaires témoigne également de l'augmentation de l'accès à l'autorégulation.

Le présent article propose l'analyse des plaintes émises par le Conseil de déontologie journalistique (CDJ) belge francophone et germanophone pour la période comprise entre janvier 2019 et décembre 2021.

---

1 Lavinia ROTILI est assistante et doctorante à l'Observatoire de Recherche sur les Médias et le Journalisme, Université catholique de Louvain.

2 Charlotte DE CONDÉ est assistante à l'École de Journalisme / Observatoire de Recherche sur les Médias et le Journalisme, Université catholique de Louvain.

Cette contribution poursuit les travaux menés par Nathalie Ponet et Fanny Declercq, qui se sont penchées respectivement sur les avis du Conseil de février 2010 à juillet 2013 et de septembre 2013 à décembre 2018<sup>3</sup>.

Après une courte introduction sur les missions et le fonctionnement du CDJ, nous détaillons la méthodologie de travail adoptée, pour ensuite nous pencher sur l'analyse des avis émis par le CDJ. Nous dressons des tendances transversales qui émergent de l'analyse des avis ; nous abordons ensuite plusieurs aspects de cette « jurisprudence » : le statut des plaignants à l'origine des plaintes, leurs motivations, les griefs invoqués, les médias ciblés, ainsi que le nombre de plaintes fondées ou non. Nous envisageons également le rôle de médiation du CDJ.

L'analyse de la jurisprudence accorde une attention particulière à des facteurs aussi divers qu'essentiels dans l'évolution de l'autorégulation et de la pratique journalistiques, tels que la crise sanitaire liée au coronavirus, la digitalisation des médias, la méfiance de plus en plus manifeste des publics à l'égard du journalisme.

Analyser ces avis revient à interroger l'état actuel de la déontologie en Belgique francophone et germanophone : les avis rendus, les critères mobilisés ainsi que le fonctionnement même du CDJ permettent de mieux comprendre la direction dans laquelle évolue l'autorégulation en Communauté française. Si les autres contributions de ce numéro de revue dressent un état de l'organisation et des normes des conseils de déontologie en Europe et au Canada, cet article vise à analyser l'autre volet inhérent aux missions du CDJ, celui de l'analyse « de la faute ». L'analyse des avis présente en effet l'avantage de comprendre d'une part quelles sont les préoccupations du public et, d'autre part, quelle est la solution apportée par l'instance de déontologie.

## 1. Missions du CDJ

Le traitement des plaintes et la médiation entre les parties concernées constituent les deux missions principales du CDJ. Elles visent à aboutir à une solution satisfaisante pour les deux parties et ce, dans le respect des règles de responsabilité journalistique spécifiques à chaque

---

3 Cette analyse de la jurisprudence du CDJ s'inscrit dans une logique cumulative et comparative de travaux menés au sein l'ORM (Observatoire de Recherche sur les Médias et le journalisme) depuis 2010.

type de média, tout en fournissant des avis sur la déontologie journalistique<sup>4</sup>.

Alors que la notion de responsabilité journalistique peut être interprétée de multiples façons (Amossy, 2008, p. 127) nous nous intéressons à la manière spécifique dont elle est abordée par le CDJ. En termes théoriques, le CDJ définit la responsabilité journalistique comme le droit et le devoir des journalistes d'informer le public sur des sujets d'intérêt général. Leur responsabilité, étant un droit et un devoir, est également sociale et donc inhérente à la liberté de la presse (CDJ, 2013, p. 5). Il s'agit d'une responsabilité à l'égard du public que l'éthique professionnelle fait primer sur la responsabilité des journalistes « à l'égard d'intérêts particuliers, des pouvoirs publics et de leurs employeurs » (*Ibid.*).

Afin de vérifier que cette responsabilité est correctement exercée par les journalistes, le CDJ intervient soit d'initiative, soit sur plainte ou demande d'avis. Par ailleurs, le CDJ peut également intervenir à la demande de toute autorité chargée d'une mission de service public : le Conseil Supérieur de l'Audiovisuel (CSA), les Cours, les Tribunaux ou encore, le Conseil d'État. Chaque dossier est ouvert à partir du moment où le CDJ estime qu'une question relève de la déontologie journalistique (*Ibid.*).

## 2. Cadre méthodologique

Notre cadre méthodologique reprend celui qu'ont mobilisé Nathalie Ponet et Fanny Declercq. Quelques modifications ont été apportées selon les besoins de notre analyse et les éventuels changements adoptés par le CDJ.

La méthodologie appliquée s'inscrit dans la *Qualitative Comparative Analysis* (QCA) pour traiter différentes variables (statut et motivation du plaignant, griefs, présence d'avocats et reconnaissance de la plainte). Essayant de « réconcilier une perspective centrée sur les cas (*case-oriented*) et une perspective plus formalisée et analytique (*variable-oriented*) pour la recherche en sciences sociales » (Rihoux *et al.*, 2014, p. 61) initiée par Charles Ragin il y a vingt-cinq ans, nous examinons d'abord en quoi le contexte dans lequel ceci s'est produit a façonné QCA comme approche de recherche, et présentons les caracté-

---

4 Les autres missions sont la codification des règles déontologiques, l'information du public et du secteur des médias (CDJ, s. d.-b).

ristiques initiales de cette approche. Ensuite, nous présentons les principaux débats suscités par QCA et les réponses apportées, en particulier en termes d'innovations techniques. Enfin, nous examinons les différentes manières dont QCA, en tant qu'ensemble de techniques (crisp-set QCA, multivalued QCA et fuzzy-set QCA), la méthode QCA repose sur une quantification des données qualitatives. Elle permet de travailler sur de petits échantillons en opérant une comparaison de cas. Outre un encodage plus rapide, cette approche permet d'enrichir « la présentation quantifiée des résultats par des vignettes ou des verbatim qui permettent de donner de la chair à la restitution des résultats » (Mouricou, 2019, pp. 296-297).

### ***2.1. Récolte des données et grilles de codage***

Les avis ont été récoltés directement sur le site du CDJ. Ils ont été catégorisés et analysés dans un fichier Excel. Pour ce faire, nous avons travaillé sur deux grilles de codage : la première est composée de catégories générales, où nous encodons un avis par ligne. La seconde est uniquement consacrée aux griefs. Elle permet d'engager une analyse des griefs invoqués par les plaignants, de leur fréquence et de leur taux de reconnaissance. Les tableaux, graphiques et calculs statistiques sont effectués à l'aide d'Excel et de SPSS.

#### ***2.1.1. Catégories d'information***

Les catégories d'information reprises dans les travaux de Nathalie Ponet et de Fanny Declercq ont été exploitées dans la grille de codage principale, telle que présentée dans le tableau en Annexe 1. Comme indiqué dans leurs analyses respectives, la forme des avis publiés par le Conseil a guidé l'élaboration des catégories d'informations sélectionnées pour le codage. Certaines catégories ont toutefois été modifiées : la catégorie « [intrusion dans la] vie privée », présente dans les analyses précédentes, a été supprimée et placée dans le tableau des griefs. Nous avons également modifié les sous-catégories attribuées à la catégorie « contexte » : nous avons sélectionné vingt sous-catégories de manière inductive, après une lecture flottante des avis. Il s'est aussi avéré pertinent de fusionner la catégorie « Internet » pour l'inclure dans celle concernant le type de média, ce qui n'était pas le cas dans les travaux précédents. La dernière catégorie, « Procédure » a été réorganisée. Nous avons supprimé plusieurs catégories : la catégorie « droit de réponse »,

parce qu'une section a été créée pour traiter les griefs ; la catégorie « présence d'un juriste », parce que la donnée s'était avérée non pertinente dans les analyses de Fanny Declercq ; la catégorie « demande particulière », car trop difficile à synthétiser de manière quantitative. La catégorie « réponse », difficile à coder de manière quantitative, a également été exclue, tout comme la catégorie « requalification en plainte ».

La deuxième grille d'analyse (cf. Annexe 2), consacrée aux griefs, a été totalement repensée car la forme des avis du CDJ a évolué. Désormais, les enjeux et les griefs sont clairement mentionnés au début des avis. Après l'analyse de la plainte 20-21, un grief intitulé « transmission d'informations aux services de police » a été créé. Son ajout se justifie par un souci d'exhaustivité et par le fait que les relations avec la police sont abordées par l'art. 14 du Code de déontologie. Dans cette section, certaines catégories ont été supprimées, comme celle relative à l'exécution de la publication, les demandes de publication du CDJ étant devenues contraignantes depuis lors, pour autant que le CDJ ait demandé au média de publier sa décision (CDJ, 2015, p. 9).

### 3. Analyse des données

Entre janvier 2019 et décembre 2021, 116 avis ont été publiés. Certains d'entre eux ont été exclus de l'analyse car non liés à l'introduction de plaintes<sup>5</sup>. Au total, nous analysons 110 avis. Ceux-ci ont été adoptés entre 2019 et 2021, deux années pendant lesquelles le nombre de réunions du CDJ a augmenté : le Conseil s'est réuni 11 fois en 2019 (CDJ, 2020), 13 fois en 2020 (CDJ, 2021) et 14 fois en 2021 (CDJ, 2022).

Nous analysons également tous les griefs présents dans les avis, qu'ils aient été reconnus comme fondés, non fondés ou partiellement fondés. Les avis peuvent compter entre un et seize griefs : deux avis présentent seize griefs. La médiane des avis est de 5, là où la moyenne est de 5,75. En revanche, deux modes existent : ils correspondent à 3 et 4. Cela équivaut à dire que les cas où les griefs sont au nombre de trois ou de quatre sont les cas les plus fréquents.

---

5 Deux d'entre eux portent sur une demande d'avis de la part du CSA, un sur la compétence du CDJ à juger le contenu du site « Veille Antifa Liège », un en matière de pratiques journalistiques spécifiques (sur l'interprétation des dispositions déontologiques en matière de plagiat) et un relatif à une demande d'avis de la part de deux journalistes.

La question des griefs est liée à celle des enjeux analysés dans les plaintes : ces enjeux déontologiques, comme le signalait déjà Declercq (2018) ne correspondent pas toujours aux griefs retenus par le CDJ. Le nombre d'enjeux évoqués dans les avis peut varier entre un et onze (dans un seul cas) au sein de nos données. Les enjeux semblent également être, en moyenne, moins nombreux que les griefs dans les avis analysés, la moyenne correspondant à 4,21 et la médiane à 4. Le mode est de 3 : c'est donc cette catégorie qui revient le plus souvent.

Avant d'approfondir notre analyse par catégorie, quelques éléments méritent d'être signalés : de plus en plus, les avis du CDJ mentionnent le nom du journaliste (76,4 % des avis). Cet élément mériterait d'être analysé plus en détail, mais nous ignorons si la désignation du journaliste est faite uniquement à l'initiative du plaignant ou également à l'initiative du CDJ. La mention du nom du journaliste renforce la notion de sanction morale au sein de l'autorégulation : elle pourrait être interprétée comme le reflet d'une volonté de responsabiliser les journalistes. Par ailleurs, elle pose également la question de la responsabilité de la publication. À l'ère du multiplateforme, la notion de responsabilité se complexifie lorsque les publications visées par les plaintes concernent les réseaux sociaux, gérés généralement par des profils autres que ceux des journalistes. Notons toutefois que les avis du CDJ ne manquent pas de préciser, si un journaliste est pointé du doigt de manière infondée, que la responsabilité collective est engagée plutôt que celle du journaliste. Pour des raisons de faisabilité, il a été impossible de répertorier tous les cas où cette distinction était établie.

Nous signalons également que la plupart des plaintes (79,1 %) n'étaient pas groupées pour la période 2019-2021.

Un autre élément attire notre attention : les solutions à l'amiable n'ont abouti que dans deux avis sur les 110 analysés. Dans les autres cas, elle n'a pas été envisagée ou n'a pas abouti pour cause de refus du/des plaignant(s) ou du média visé. La lecture des avis permet de constater que dans de nombreux cas de solutions à l'amiable non abouties, le(s) plaignant(s) souhaitent des dédommagements financiers ; ce qui n'est pas prévu par l'autorégulation en Belgique. Cela pousse à questionner les motivations réelles à l'origine de l'introduction des plaintes.

Sur les 110 avis analysés, on relève 23 cas de récusations. Par « récusation » est entendue la « demande par laquelle une partie [...] sollicite le remplacement d'un juge » (Puigelier, 2015, p. 883). Dans le cas du CDJ, la cause principale d'une récusation est la crainte d'un

conflit d'intérêts, certains membres du jury étant des journalistes susceptibles d'appartenir au média visé par la plainte. Une seule demande de récusation peut concerner plusieurs membres du Conseil. Là où des membres se sont déportés, nous avons considéré qu'il n'y avait pas eu de récusation, car ce sont les membres eux-mêmes qui ont renoncé à statuer sur le dossier. Dans seulement deux cas, l'avis du CDJ ne précise pas la présence ou non de récusation.

Entre 2018 et 2021, la durée moyenne de l'examen des dossiers ouvert reste très élevée : elle était de 266 jours en 2019 et de 352 en 2019 (CDJ, 2020, p. 10), 264 jours en 2020 (CDJ, 2021, p. 13) et de 340 jours en 2021 (CDJ, 2022, p. 13). La durée est beaucoup moins élevée pour les dossiers de médiation : elle était de 59 jours en 2020 et est passée à 8 en 2021. Cela s'explique par le fait que « le délai de traitement des plaintes irrecevables et manifestement non fondées ou sans enjeu, fixé par le Règlement de procédure, est de 8 jours maximum » (CDJ, 2022, p. 13).

Pour finir, notons que dans leurs analyses respectives, Nathalie Ponet et Fanny Declercq prêtaient davantage attention à la demande de publication de la part du Conseil car celle-ci n'était pas contraignante à l'époque. Depuis, le média est dans l'obligation de diffuser le texte adopté par le Conseil, dans le délai de publication prescrit par celui-ci (CDJ, 2015, p. 9). Néanmoins, c'est au Conseil de décider si la diffusion a lieu d'être. Notre analyse montre que dans 48,2 % des cas, il y a une demande de publication. Ces demandes de publication semblent prouver la volonté du CDJ de responsabiliser davantage les rédactions : lorsque l'avis du CDJ est public, le média montre non seulement une volonté de faire amende, mais s'expose également à la sanction morale du public et des pairs.

### ***3.1. Les plaignants à l'origine des avis rendus***

Tout d'abord, nous allons nous pencher sur le profil des plaignants, que nous distinguons en cinq catégories : les personnes morales<sup>6</sup>, les particuliers (citoyens ordinaires et personnalités publiques), les journalistes/médias et le CDJ. Signalons également que le CDJ anonymise

---

6 Une personne morale est un « groupement de personnes [...] disposant de la personnalité juridique, donc titulaire de droits et soumis à des obligations (par exemple, une société, un syndicat, une commune ») (Puigelier, 2015, p. 771).

les plaignants dans certains avis, à la demande de ceux-ci ou lorsqu'il s'agit d'une plainte groupée.

Dans le Code de déontologie, le CDJ ne donne pas une définition claire de ce que représente une « personnalité publique ». En définissant le droit à l'image, il parle des personnes qui rendent elles-mêmes leur image publique (CDJ, 2013, p. 13). Dans sa jurisprudence actuelle, le Conseil précise qu'une personne peut, dans certains cas, être considérée comme publique « ne serait-ce que localement en raison de sa notoriété au sein du public visé par le média » (CDJ, 2014, p. 13). Par ailleurs, dans la deuxième annexe de la Directive sur l'identification des personnes physiques dans les médias, le CDJ catégorise les personnalités publiques selon les critères proposés par Hoebeke et Mouffe (2012) : exercer une fonction publique, par exemple de nature politique ; travailler pour une personnalité publique ; être une célébrité ou une vedette ; être impliqué dans une affaire judiciaire ; se projeter volontairement dans une zone d'intérêt général ; être involontairement associé à un événement d'intérêt général (événement d'actualité et fait de société), ou être le Roi (CDJ, 2014, p. 13). Dans le cadre de cette analyse, les critères susmentionnés sont appliqués pour désigner les personnalités publiques, à l'exception des personnes impliquées dans une affaire judiciaire et celles involontairement associées à un événement, pour lesquelles un traitement particulier doit être parfois adopté, en raison de la balance existante entre intérêt général et respect des personnes.

Le traitement journalistique des personnalités publiques est une problématique sensible. Cela est particulièrement le cas pour la protection de leur vie privée (Grevisse, 2016) : le traitement de cet aspect varie selon les pays. La tradition française, incarnée par le secret, s'appuie sur le principe du respect de la vie privée des personnalités politiques. Autrement dit, la volonté est celle de juger l'œuvre politique plutôt que la vie personnelle des hommes politiques. La Belgique est fortement marquée par cette perspective. Néanmoins, les médias violent de plus en plus ce principe, comme si avait lieu un basculement dans le modèle du raisonnement britannique, « selon lequel on fait la balance entre [le] respect de la vie privée de la personnalité et [l']intérêt public de l'information, afin d'évaluer la légitimité de la publication d'un élément relevant de la vie privée » (Grevisse, 2016, pp. 207-208, 212).

Au sein des avis analysés, trois concernent des personnalités publiques. Le premier<sup>7</sup> est une plainte émanant d'un procureur du Roi,

---

7 Plainte 18-26, réunion du 11 septembre 2019.



Philippe Dulieu, contre une séquence du journal parlé de Bel RTL et un article en ligne de RTL Info qui évoquent tous deux le vol dans une voiture dont a été victime son épouse. Il y est question d'un éventuel traitement de faveur dont ferait l'objet cette dernière. Le deuxième avis<sup>8</sup> est une plainte déposée par Alain Destexhe, à l'époque sénateur et député bruxellois, contre une séquence du journal télévisé de La Une (RTBF) sur des soupçons de corruption visant le plaignant. Dans son avis, le CDJ considère Alain Destexhe comme une « personnalité politique belge ». La plainte 18-73, quant à elle, est introduite par un homme politique, Charles-Henri Dallemagne à propos d'un article de *La Dernière Heure* sur la situation politique dans la commune de Jette avant les élections communales. Le plaignant accuse la journaliste de mettre en avant les idées et le programme politique du bourgmestre, au détriment des autres listes.

Dans son acception usuelle, la définition de « journaliste » est aussi floue que vaste. Par « journaliste », le CDJ entend « toute personne qui contribue directement à la collecte, au traitement éditorial, à la production et/ou à la diffusion d'informations, par l'intermédiaire d'un média, à destination d'un public et dans l'intérêt de celui-ci » (CDJ, 2013, p. 13). Par « média » est entendue toute « personne physique ou morale dont l'activité est la production et/ou la diffusion de l'information journalistique, quel que soit le support utilisé » (CDJ, 2013, p. 13). Les blogs personnels et/ou indépendants sont considérés comme des médias. Par exemple, Marcel Sel, auteur du blog « Un blog de sel », à l'origine de deux plaintes<sup>9</sup>, est considéré comme un journaliste. Cela est emblématique de la remise en question de l'identité journalistique, comme pointé plus loin dans ce dossier<sup>10</sup>. La possession de la carte de presse et du titre de journaliste professionnel<sup>11</sup>, qui n'est pas systématiquement acquise ni souhaitée dans le chef des journalistes (Standaert & Grevisse, 2013, p. 58), n'est donc pas le critère principal utilisé pour définir un journaliste comme tel. Ces quelques pistes suggèrent l'existence d'enjeux identitaires que nous n'avons pas l'occasion d'approfondir ici. Nous nous en tenons donc à la définition fournie par

---

8 Plainte 18-37, réunion du 25 septembre 2019.

9 Les plaintes 18-55 et 18-56.

10 Voir, à cet égard, la contribution de Lavinia Rotili à ce sujet.

11 L'attribution du titre de journaliste professionnel est régulée par la loi du 30 décembre 1963 et confiée à une Commission d'Agréation officielle. L'obtention du statut est soumise à plusieurs conditions (AJP, 2014).

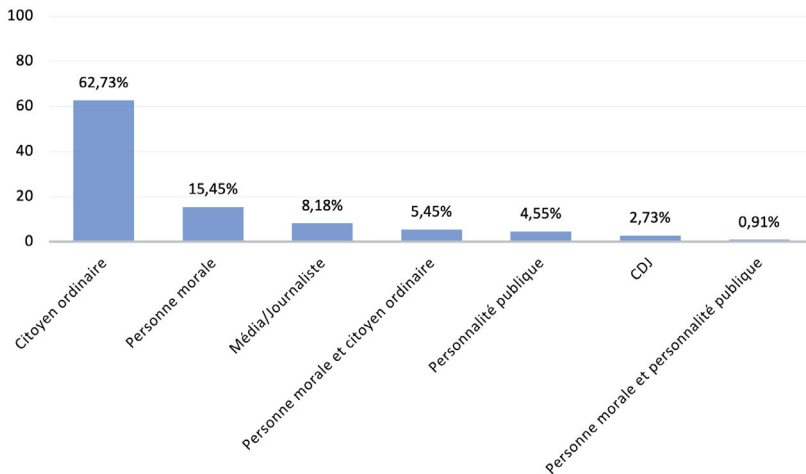
le CDJ comme critère de classification des journalistes, tout en étant conscientes des débats autour de cette définition ainsi que des frontières rendues de plus en plus floues par la digitalisation et par des formes de « journalisme citoyen » ou « participatif ».

Parmi les plaignants, une catégorie est réservée au CDJ : elle se justifie par la démarche d'autosaisine<sup>12</sup> que le Conseil peut effectuer.

Pour des raisons d'encodage et de clarté, nous avons séparé les catégories « citoyen ordinaire » et « personnalité publique », et créé des sous-catégories telles que « personne morale et citoyen ordinaire » et « personne morale et personnalité publique ». La majorité des plaignants (62,73 %) sont des citoyens ordinaires. Suivent les personnes morales (15,45 %), les médias/journalistes/organisations de presse (8,18 %), les personnes morales et citoyens ordinaires (5,45 %), les personnalités publiques (4,55 %), le CDJ (2,73 %), les personnes morales et personnalités publiques (0,91 %) (cf. Graphique 1).

La présence d'autant de citoyens ordinaires à l'origine des plaintes est à mettre en lien avec leur motivation : la part de citoyens qui portent plainte en tant que lecteurs/spectateurs/auditeurs interpellés par le traitement de l'actualité est très importante (cf. para 3.2) et tend à démontrer l'intérêt du public pour la déontologie.

**Graphique 1.** *Statut des plaignants*



Source : CDJ

12 Voir le règlement de de procédure du CDJ, en bibliographie.

### 3.2. *Les motivations des plaignants*

Quant aux motivations, il y a lieu de distinguer entre les citoyens cités dans l'actualité, c'est-à-dire clairement identifiables et reconnaissables dans une production médiatique ; les citoyens exposés dans l'actualité, à savoir des personnes exposées mais *a priori* non identifiables ; les personnes concernées par l'actualité, donc pas affichées dans une production mais concernées par la problématique abordées ; les publics interpellés par le traitement d'une information en tant que membre de l'audience<sup>13</sup>.

Dans 43,12 % des cas, la motivation est liée au fait d'être cité dans l'actualité. Vient ensuite le fait d'être un membre du public interpellé par le traitement de l'actualité en tant qu'audience (31,19 %), concerné par l'actualité (15,60 %) et exposé (6,42 %) dans l'actualité. L'auto-saisine concerne uniquement trois cas (2,75 %). Dans un seul cas, la motivation n'est pas précisée.

La hausse des plaignants agissant en simples citoyens est déjà constatée par le CDJ dans son rapport de 2020 (CDJ, 2021, p. 5). Cette donnée fait réfléchir à un aspect très débattu au sein des conseils de presse : la question de « qui » peut porter plainte et « pourquoi ». En l'état, toute personne physique ou morale estimant qu'une pratique journalistique est contraire à la déontologie peut déposer une plainte, dans un délai de deux mois après la publication/diffusion. Ce n'est pas le cas partout en Europe (cf. Rotili, 2022, dans ce numéro de revue), où certains conseils considèrent qu'il faut être personnellement visé (ce que l'on appelle « l'intérêt personnel ») pour pouvoir se tourner vers l'autorégulation. Le CDJ s'est récemment penché sur les critères préalables à l'introduction d'une plainte<sup>14</sup>, décidant de garder une approche « sans restriction ». Le Conseil estime qu'une telle ouverture « fait en réalité partie de son ADN » (CDJ, 2022, p. 3), tout en reconnaissant qu'il existe des risques d'instrumentalisation ou de hausse des plaintes (*Ibid.*). Pour l'AADJ, l'association qui organise le Conseil, la réflexion

13 S'il est parfois difficile de faire la distinction entre être cité, être exposé ou concerné par l'actualité, il arrive également que plusieurs motivations soient présentes en même temps. Pour des raisons de codage et d'analyse, nous avons décidé de lire les avis un par un afin de trancher, bien que certains critères puissent être discutés sur base de la subjectivité du chercheur.

14 Dans de nombreux pays européens, seule une personne directement concernée par la faute journalistique présumée peut introduire une plainte, comme c'est le cas au Royaume-Uni. Dans certains conseils, ces normes sont en train d'être assouplies.

sous-jacente est qu'une plainte introduite sans aucun intérêt personnel est emblématique de l'intérêt du citoyen à l'égard de la presse, en devenant en quelque sorte « acteur » de l'information et aidant à faire progresser la déontologie (CDJ, 2022, p. 4).

À nos yeux, ce choix est révélateur de l'approche éthique adoptée par le CDJ : elle se situe moins du côté d'une éthique journalistique ancrée sur la production et la « punition » de la faute, que du côté d'une éthique de l'information (Cornu, 2009) pensée en lien avec le public. Enfin, ce choix paraît également révélateur d'une tentative de rechercher des liens et des interactions avec le public : à une époque d'extrême méfiance à l'égard des médias et d'espaces publics multiformes, donner la possibilité au public d'interagir avec le journalisme par le biais de l'autorégulation demeure une des manières d'éviter que le fossé entre public et médias se creuse davantage.

En croisant nos données, il est possible d'observer quelles sont les motivations à porter plainte pour les différentes catégories d'individus. Il en résulte que les citoyens ordinaires portent plainte principalement en tant qu'auditeurs/lecteurs (30 avis) ou parce que cités dans l'actualité (23). Ils sont plus rarement concernés par l'actualité (8 avis) ou exposés (6). Dans un seul cas, leur motivation n'est pas connue. À l'inverse, les personnes morales se tournent vers le CDJ car citées dans l'actualité (10) ou concernées (4) par celle-ci. Au sein des données analysées, remarquons aussi que la nature de ces personnes morales est hétérogène : il peut s'agir de partis politiques, d'entreprises privées, d'institutions, d'ONG, de syndicats, etc. Une même tendance est à constater du côté des personnalités publiques, qui portent plainte car citées (2) ou concernées par l'actualité (3). Trois plaignants sont issus du milieu politique, un du milieu syndical, un est un procureur du Roi.

Quant aux médias, ceux-ci portent plainte lorsqu'ils sont cités dans l'actualité (6 cas) ou concernés par celle-ci (2 cas) ou, dans un seul cas, exposés dans l'actualité.

Le CDJ décide d'intervenir dans trois cas en s'autosaisissant dans le cadre d'avis publiés en 2019 et en 2020<sup>15</sup>. Dans le cas de la plainte 18-40, le CSA avait transmis la plainte au CDJ, qui s'était alors autosaisi. La production concerne le passage d'une séquence au JT de RTL-TVI sur l'agression d'une fille par d'autres adolescents. Pour la plainte 18-63, le CDJ s'était autosaisi à la suite de l'instruction du CSA à l'encontre de RTL, qui n'aurait pas assuré l'équilibre et la représentativité

---

15 Avis 18-63, 18-40 et 19-13.

de tous les partis politiques dans une émission dans le contexte d'une campagne électorale. Les deux plaintes ont été reconnues comme non fondées, la déontologie journalistique n'étant pas entravée. Dans le troisième et dernier cas, le Conseil s'était autosaisi à la suite de la publication d'une *coverwrap* publicitaire pour un parti politique à la Une de *Métro*. Cette plainte avait été jugée fondée.

### 3.3. *Le contexte des plaintes*

Afin de comprendre quels contextes sont liés aux plaintes, nous avons créé une catégorie éponyme. L'objectif est de comprendre dans quelles catégories d'information ou par rapport à quels faits d'actualité surgissent les plaintes. Sans pouvoir démontrer de manière statistique l'association entre les contextes et l'apparition des plaintes – trop de facteurs interviennent pour expliquer la hausse de plaintes par rapport à un événement –, nous observons que la catégorie qui revient le plus souvent est celle liée au traitement des affaires judiciaires (21 avis). Suivent les révélations (13 avis), la pandémie de Covid-19 (9 avis), les élections et la stigmatisation/incitation à la discrimination (7 avis par catégorie) et l'exposition de la personne (6 avis). Au total, nous avons recensé une vingtaine de catégories, et une catégorie « autre » (6 avis) comprenant un ensemble d'autres thèmes. L'ensemble des catégories sont reprises dans le tableau 1.

L'actualité liée à la crise sanitaire explique le nombre élevé d'avis en la matière : nous y reviendrons. En ce qui concerne les affaires judiciaires, le grand nombre d'avis se relie à des questions déontologiques aussi classiques que récurrentes, qui touchent à la balance entre intérêt public et respect de la vie privée.

**Tableau 1.** *Contexte des plaintes*

	Fréquence	%	Valid Percent	Cumulative Percent
Révélation	13	11,8	11,8	11,8
Publicité	4	3,6	3,6	15,5
Judiciaire	21	19,1	19,1	34,5
Élections	7	6,4	6,4	40,9
Violence	4	3,6	3,6	44,5
Stigmatisation	7	6,4	6,4	50,9
Politique	2	1,8	1,8	52,7
Extrémisme politique	2	1,8	1,8	54,5
International	4	3,6	3,6	58,2
Corruption	3	2,7	2,7	60,9
Exposition de la personne	6	5,5	5,5	66,4
Fraude	1	0,9	0,9	67,3
Terrorisme	4	3,6	3,6	70,9
Médias	3	2,7	2,7	73,6
Peste porcine	4	3,6	3,6	77,3
Covid-19	9	8,2	8,2	85,5
IVG	2	1,8	1,8	87,3
Sexisme et scandales sexuels	4	3,6	3,6	90,9
Modération en ligne	2	1,8	1,8	92,7
Vie privée	2	1,8	1,8	94,5
Autre	6	5,5	5,5	100,0
Total des avis	110	100,0	100,0	

Source : CDJ

### 3.3.1. *Impact de la crise sanitaire*

Un point d'attention concerne la crise sanitaire du coronavirus. Au fil du temps, le Covid-19 prend une place plus importante dans les plaintes : en 2021, « plus d'une plainte sur trois (54 plaintes sur 146) concernait ces questions, qui se cristallisaient autour de la polarisation du débat public entre vaccinés et non-vaccinés » (CDJ, 2022, p. 14). Le

CDJ signale à cet égard que « le taux d'irrecevabilité sur la forme et le fond de ces plaintes est plus élevé que la normale » (CDJ, 2022, p. 14). Cela pourrait être expliqué, sans que nous en ayons la certitude, par le fait qu'un public peu accoutumé à la procédure se soit tourné vers le CDJ.

Notons également que sur l'ensemble des plaintes introduites, 21 d'entre elles, donc la plupart, ont été reçues par le CDJ au mois de décembre. Ce pic pourrait s'expliquer par les mesures sanitaires prises par les gouvernements belges à la fin du mois de novembre et par les débats liés à l'application du *Covid Safe Ticket* dans certains lieux publics.

Tous les avis liés au coronavirus, au nombre de neuf pour la période analysée, viennent de plaintes introduites par des citoyens ordinaires. 55,6 % d'entre elles sont émises en raison du fait d'être interpellé par la production journalistique en tant qu'audience. Sept plaintes sur neuf ont été considérées comme non fondées, une comme fondée et une comme partiellement fondée.

De manière générale, nous constatons que les griefs fondés concernent la recherche et le respect de la vérité (art. 1 du Code de déontologie), l'honnêteté, (art. 1), la déformation d'informations (art. 3), la confusion publicité-information (art. 13 et Directive du CDJ du 15 décembre 2010, mise à jour en 2015), l'omission d'informations (art. 3), la rectification (art. 6) et l'indépendance (art. 11).

Certains de ces mêmes griefs se retrouvent également parmi les griefs non fondés, comme le respect de la vérité (art. 1), la déformation d'informations (art. 3), la confusion entre publicité et information (art. 13), l'omission d'informations (art. 3) et la rectification (art. 6).

Parmi les autres griefs non-fondés, nous retrouvons également le devoir de vérification (art. 1), la mention des sources (art. 1), la confusion entre faits et opinions (art. 5), le droit de réplique (art. 22), le droit des personnes (art. 24), la stigmatisation (art. 28), le droit à l'image (art. 24), le respect de la vie privée (art. 25) et l'identification des personnes physiques dans les médias (art. 24 et Directive sur l'identification des personnes physiques dans les médias de 2014).

Pour résumer, nous pouvons dire que les griefs invoqués dans le cadre des plaintes liées au coronavirus, indépendamment du fait d'être fondés ou non fondés, concernent l'ensemble des sections du code de déontologie, à savoir le devoir d'informer dans le respect de la vérité (en ce qui concerne les art. 1, art. 3, art. 5, art. 6), le devoir d'informer

de manière indépendante (art. 11, art. 13), la loyauté (art. 23) et le respect des personnes (art. 24, art. 25, art. 28).

En analysant les plaintes reçues, le CDJ estime que les thèmes liés au coronavirus et à la vaccination témoignent d'une part la méfiance à l'égard des médias et, d'autre part, « une tentative d'instrumentalisation de l'instance pour servir un objectif de nature plus politique » (CDJ, 2022, p. 3). Face à un tel constat, il convient de se demander de quelle manière les instances déontologiques peuvent intervenir dans le futur afin d'éviter que leur rôle d'autorégulation soit instrumentalisé. Quant à la méfiance manifestée par le public à l'encontre des journalistes, la remise en question de leur honnêteté, de leurs méthodes de recherche de la vérité, on peut sans doute se demander si elles ne sont pas, en partie, dues à une certaine méconnaissance des réalités de l'exercice de cette profession.

Sans pouvoir explorer davantage cette hypothèse dans cet article, il convient de se demander si les conseils de déontologie et les médias ne devraient pas engager des réflexions plus pédagogiques sur le fonctionnement des médias et sur leur propre fonctionnement. Sans doute faut-il noter que, comme en beaucoup d'autres domaines, la crise sanitaire a joué un rôle d'accélérateur de ces questions. Ce qui nous semble certain aussi, c'est que la crise du coronavirus a remis à l'avant-plan l'importance du journalisme scientifique, avec ses contraintes et ses complexités.

### **3.4. Les griefs invoqués**

Nous avons également essayé de comprendre quels griefs étaient le plus souvent invoqués. Chaque plainte adressée au CDJ et débouchant sur un avis présente plusieurs griefs. Au total, le CDJ a traité 622 griefs pendant la période comprise entre 2019 et 2021. Ces 622 griefs sont répartis en 55 catégories.

Au total, 134 griefs étaient fondés (21,5 %), 441 ne l'étaient pas (71 %) et 47 l'étaient partiellement (7,5 %). Le grief qui est mentionné le plus souvent est « Recherche et respect de la vérité », avec 73 occurrences. Dans la plupart des cas (49), il n'était pas fondé. Ensuite, le deuxième grief le plus souvent évoqué est « Respect de la vie privée », avec 44 occurrences. Dans 32 cas, il n'était pas fondé. Le troisième grief qui revient le plus fréquemment est celui relatif au droit des personnes, avec 43 occurrences (cf. Tableau 2).



Il apparaît que les cinq griefs le plus souvent évoqués font appel aux articles 1 (recherche et respect de la vérité et vérification), 3 (déformation), 24 (droit des personnes) et 25 (respect de la vie privée). Ces griefs se réfèrent essentiellement à deux sections spécifiques du Code de déontologie : la première, qui est « informer dans le respect de la vérité » et la quatrième section et qui est « respecter les droits des personnes ».

**Tableau 2.** *Occurrence et reconnaissance des griefs*

Grief	Occurrences (n)	Pourcentage (%)	Fondé	Non fondé	Partiellement fondé
Recherche et respect de la vérité (1)	73	11,7	12	49	12
Droit des personnes (7)	43	6,9	12	31	0
Respect de la vie privée (8)	44	7,1	11	32	1
Vérification (2)	41	6,6	11	23	7
Déformation d'informations (6)	39	6,3	8	28	3
Omission d'informations (10)	32	5,1	7	21	4
Droit de réplique (32)	29	4,7	6	22	1
Droit à l'image (12)	22	3,5	8	14	0
Prudence (27)	23	3,7	8	15	0
Honnêteté (3)	24	3,9	4	15	5
Attention aux droits des personnes fragiles (15)	17	2,7	6	10	1
Confusion faits-opinions (23)	18	2,9	1	15	2
Rectification (22)	16	2,6	5	11	0
Approximation (25)	14	2,3	2	10	2
Identification des personnes physiques dans les médias (33)	18	2,9	7	11	0
Mention des sources (4)	11	1,8	1	9	1
Enquête sérieuse (26)	12	1,9	1	11	0
Intérêt général (35)	9	1,4	0	9	0

Responsabilité sociale (18)	12	1,9	3	7	2
Confusion publicité-information (5)	8	1,3	3	3	2
Méthodes (dé)loyales (30)	9	1,4	0	9	0
Atteinte à la dignité humaine (14)	7	1,1	2	5	0
Stigmatisation (16)	9	1,4	1	8	0
Scénarisation (36)	10	1,6	2	8	0
Urgence (19)	8	1,3	3	4	1
Respect du sens et de l'esprit des propos tenus (28)	5	0,8	0	5	0
Loyauté (40)	5	0,8	0	5	0
Stéréotypes (17)	5	0,8	0	5	0
Confraternité (34)	5	0,8	0	5	0
Intrusion dans la douleur des personnes (13)	5	0,8	1	3	1
Incitation à la discrimination, au racisme et à la xénophobie (21)	4	0,6	0	4	0
Conflit d'intérêts (24)	3	0,5	0	3	0
Indépendance (29)	5	0,8	1	4	0
Identification des mineurs (38)	3	0,5	3	0	0
Attention aux droits des victimes (20)	2	0,3	0	2	0
Secret des affaires publiques ou privées (37)	2	0,3	0	2	0
Plagiat (39)	1	0,2	1	0	0
Campagnes électorales (43)	2	0,3	0	2	0
Respect de la déontologie, quel que soit le support (44)	2	0,3	0	2	0
Mention non pertinente des caractéristiques personnelles (45)	2	0,3	1	1	0

Modération des forums (46)	5	0,8	2	3	0
Suppression d'informations (9)	1	0,2	0	1	0
Confusion information-propagande (11)	3	0,5	0	3	0
Généralisation (31)	2	0,3	0	2	0
Citation de marques (41)	1	0,2	1	0	0
Faits contraignants (42)	1	0,2	0	1	0
Tromperie sur le but de l'intervention (47)	1	0,2	0	1	0
Entraves injustifiées à la liberté d'expression (48)	1	0,2	0	1	0
Refus de toute pression (49)	1	0,2	0	1	0
Publication des réactions du public (50)	1	0,2	0	1	0
Incitation à la haine (51)	1	0,2	0	1	0
Concours à des activités publicitaires (52)	1	0,2	0	0	1
Compte rendu d'événements parrainés par un média (53)	1	0,2	0	0	1
Respect des engagements (54)	2	0,3	0	2	0
Transmission d'informations aux services de police (55)	1	0,2	0	1	0
Total	622		134	441	47

Source : CDJ

### 3.5. Les cibles des avis rendus

Lorsqu'on analyse la cible des avis rendus, nous constatons que les quatre groupes de presse qui totalisent le plus d'avis sont le groupe Rossel (26 avis), la RTBF (23), le groupe RTL (19 avis) et IPM (23 en

y incluant les 5 plaintes adressées à *L'Avenir*, qui fait désormais partie de ce groupe). Pour les autres, le nombre de plaintes est inférieur. Le groupe Roularta (*Le Vif, Trends, Sport-Foot Magazine...*), quant à lui, est concerné par 7 plaintes.

Le groupe Rossel totalise le plus de plaintes. À cet égard, il est à noter que le groupe SudInfo, qui appartient au groupe Rossel, a progressivement amélioré ses résultats en matière de respect de la déontologie, comme le constatait le CDJ en 2019 (CDJ, 2020). En 2014, le groupe était la première cible des avis, avec 32,5 % des plaintes qui le visaient contre 15,43 % en 2018 (CDJ, 2018, p. 16) et 11 % en 2020 (CDJ 2021, p. 11). Depuis 2016, la rédaction déclare avoir pris des mesures pour améliorer le respect de la déontologie. Désormais, deux personnes sont en charge de cet aspect : le chef de l'information déclarait en 2019 être sollicité pour des questions de déontologie trois à quatre fois par semaine au minimum (CDJ, 2020, p. 19). Pour la première fois en 2018, un membre de la rédaction de SudInfo est entré dans le CDJ (CDJ, 2020, p. 19).

Par ailleurs, dans un contexte transmédia, avec un modèle économique en transition et un marché publicitaire sous pression, le défi du respect de la déontologie semble être appelé, à notre sens, à se complexifier, d'autant plus pour des médias au cadre de référence populaire, que ce soit pour le groupe SudInfo ou son concurrent du groupe IPM<sup>16</sup>, la DH.

Quant au nombre important de plaintes à l'égard de la RTBF, nous observons que cette tendance avait déjà été relevée par le rapport 2020 du CDJ : en 2020, plus d'une plainte sur trois concernait les médias audiovisuels « historiques », comme la RTBF (CDJ, 2021, p. 11). À ce propos, le CDJ estime que la hausse des plaintes à l'égard de la RTBF « peut renvoyer en parallèle au degré de confiance élevé que les spectateurs entendaient placer (ou mettre en cause) dans le service public » pendant la crise sanitaire (CDJ, 2021, p. 11). Selon l'instance d'autorégulation, la création d'une nouvelle émission d'enquête n'est pas étrangère à cette hausse (CDJ, 2021, p. 11).

---

16 Les groupes Rossel et IPM sont les deux groupes les plus importants du paysage médiatique belge francophone. Le groupe Rossel possède notamment *Le Soir* (*quality paper*), le groupe SudInfo (presse populaire, locale et sportive), RTL Belgium, Vlan (presse régionale gratuite). Le groupe IPM possède notamment *La Libre* (*quality paper*), la DH (presse populaire, locale et sportive), *L'Avenir* (presse locale), *Moustique* (presse magazine) et la chaîne d'information en continu LN24.

**Tableau 3.** *Groupe de presse ciblé dans les avis*

Groupe de presse	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Roscel	26	23,6	23,6	23,6
RTL	19	17,3	17,3	40,9
RTBF	23	20,9	20,9	61,8
Télé MB	1	0,9	0,9	62,7
L'Avenir	5	4,5	4,5	67,3
Roularta	7	6,4	6,4	73,6
Blog	1	0,9	0,9	74,5
IPM	18	16,4	16,4	90,9
BX1	1	0,9	0,9	91,8
CathoBel	1	0,9	0,9	92,7
DPG Média	1	0,9	0,9	93,6
Belga	2	1,8	1,8	95,5
TvLux	1	0,9	0,9	96,4
AJP	1	0,9	0,9	97,3
Médor	1	0,9	0,9	98,2
Pan	1	0,9	0,9	99,1
Inconnu	1	0,9	0,9	100,0
Total	110	100,0	100,0	

Source : CDJ

Au-delà des titres et des groupes de presse ciblés, cette analyse ne peut ignorer un autre aspect concernant la cible des plaintes, à savoir le type de média ciblé. C'est à ce niveau que se situent les changements les plus intéressants : la digitalisation a produit comme effet une démultiplication des cibles, rendant également plus difficile la distinction de celles-ci. Les stratégies multiplateforme et transmédia, adoptées par tous les médias, font en sorte que, souvent, une même plainte vise un contenu à la fois écrit et web ou audiovisuel et web. Pour des raisons de lisibilité et d'encodage, mais aussi pour mettre en exergue cette évolution, nous avons pris soin de distinguer des catégories liées aux supports traditionnels (audiovisuel, presse écrite quotidienne ou périodique) tout en créant de nouvelles catégories telles que « écrit quotidien et web », « écrit périodique et web », « audiovisuel et web ». Nous considérons comme « web » également les plaintes relatives aux commentaires émis sur les réseaux sociaux et/ou sur les sites d'information. À l'avenir, tou-

tefois, si nous souhaitons poursuivre une analyse comparative, il serait pertinent de créer une catégorie à part consacrée aux réseaux sociaux.

La plupart des avis concernent l'audiovisuel (33 avis), ce qui équivaut à 30 % du total ; suit le web (30 avis, correspondant à 27,3 % du total). En troisième position, nous retrouvons l'écrit quotidien (18 avis), suivi de l'écrit quotidien et web (14 avis), l'audiovisuel et web (8 avis). La presse périodique semble moins concernée (6 avis), tout comme la presse périodique et sa déclinaison web (1 avis).

Ces résultats confirment des tendances déjà amorcées par le CDJ dans son rapport annuel de 2020, concernant le déplacement des plaignants vers le numérique et l'intérêt pour les contenus diffusés en télévision (CDJ, 2021, p. 10). Pour s'adapter à ces nouvelles réalités, le CDJ a mis en place des initiatives de différentes natures : des nouvelles normes, mais aussi une collaboration étroite avec ses homologues européens.

En outre, nous avons également l'impression que les plaignants semblent cibler davantage les rédactions plutôt que des supports précis. Cela interroge l'identité et la responsabilité du journaliste, de la rédaction et de l'organe de presse. Cela vaut notamment pour la publication sur les réseaux sociaux et leur modération : si le CDJ considère ces activités comme journalistiques, ce sont des figures professionnelles telles que les *community managers* et les gestionnaires de pages qui gèrent ce volet, selon des critères qui ne coïncident pas toujours avec les principes journalistiques.

Un dernier point d'attention concerne les blogs et autres médias « non traditionnels ». Dans l'analyse dressée pour la période 2019-2021, nous constatons que le blogueur Marcel Sel est considéré comme un journaliste. Aussi, les plaintes à l'encontre de Pan (journal satirique), de Cathobel (le site officiel de l'Église catholique en Belgique francophone, qui revendique un « contenu journalistique »), le mensuel de l'Association des Journalistes Professionnels<sup>17</sup> et le blog RésistanceS Infos<sup>18</sup> sont traitées ; ce qui équivaut à en reconnaître la portée journalistique.

---

17 Il s'agit de l'association professionnelle des journalistes de Belgique francophone.

Le public cible de ce magazine est donc prioritairement constitué de journalistes.

18 Le blog « RésistanceS Info » se décrit comme un média en ligne réalisé par une « équipe militante et bénévole ». Il est édité par l'asbl RésistanceS, ancien Observatoire belge de l'extrême droite.

En revanche, le Conseil établit que le blog Veille Antifa Liège<sup>19</sup> ne fait pas du journalisme mais du contenu militant. La réflexion sur le contenu militant est intéressante en ce qu'elle engage une réflexion sur la frontière entre journalisme et non journalisme ainsi que sur l'impossibilité de trancher de manière toujours objective sur ce qui constitue de l'information. Étant donné le caractère militant assumé également par le blog RésistanceS Info, il est légitime de s'interroger sur la cohérence générale de la jurisprudence.

### **3.6. *La reconnaissance des plaintes et des griefs***

Au total, sur les 110 plaintes analysées, 11 étaient fondées. Plus d'une plainte sur deux n'était pas fondée (59 plaintes, à savoir 53,6 % du total). 40 étaient reconnues comme partiellement fondées. Parmi celles-ci, 23 présentaient un nombre de griefs fondés inférieur au nombre de griefs non fondés. Dans 14 avis, les griefs fondés étaient plus nombreux que les griefs non fondés. Dans seulement trois cas, il y avait autant de griefs fondés que non fondés.

#### *3.6.1. Reconnaissance des griefs en fonction du plaignant*

Nous pouvons affiner davantage l'analyse, en croisant les informations sur les griefs avec le statut des plaignants. Pour des raisons de lisibilité, les statuts ont été ici simplifiés : nous prenons en compte les personnes morales, les médias/journalistes/organisations de presse, les citoyens ordinaires, les personnalités publiques et le CDJ. Les catégories « personnes morales et personnalité publique » et « personne morale et citoyen ordinaire » présentées plus haut manquent dans l'analyse des griefs, parce qu'une démultiplication des catégories aurait rendu le codage et l'analyse trop complexes. Conscientes des quelques variations ou biais que cela pourrait introduire dans l'analyse, nous estimons que la proportion de ces catégories était assez minime (7 avis) pour être ignorée dans cette section de l'analyse sans que cela nuise à l'interprétation des résultats. Nous admettons cependant qu'une future analyse devrait intégrer ces catégories hybrides.

La plupart des griefs (349) proviennent des citoyens ordinaires et ne sont pas fondés (249). Ensuite, ce sont les personnes morales qui introduisent le plus de griefs (175), dont la plupart ne sont pas fondés

---

19 Plainte 19-09, Avis sur la compétence du CDJ, réunion du 27 octobre 2021.

non plus (124). Même sur les 11 griefs introduits par le CDJ, seulement un s'est avéré fondé.

**Tableau 4.** *Reconnaissance des griefs en fonction du statut du plaignant*

Statut plaignant	Nombre de griefs	Fondé	Non fondé	Partiellement fondé
Personne morale	175	43	124	8
Média et journaliste	62	15	43	4
Citoyen ordinaire	349	73	249	27
Personnalité publique	25	2	15	8
CDJ	11	1	10	0
Total	622	134	441	47
%	100 %	21,5	70,9	7,6

Source : CDJ

### 3.6.2. *Reconnaissance des griefs selon les motivations*

En analysant la reconnaissance des griefs selon les motivations, nous constatons que la plupart des griefs introduits sont liés au fait d'être cités dans l'actualité. Suit la motivation « audience », c'est-à-dire le fait d'être un membre du public interpellé par le traitement de l'actualité. Pour 56 griefs, la motivation n'était pas précisée, ce qui pose des limites à l'analyse.

De manière générale, sur les 134 griefs fondés, 66 sont liés au fait d'être cités dans l'actualité et 24 par le fait d'être interpellés par l'actualité en tant qu'audience. La même tendance se retrouve pour les griefs non fondés.



**Tableau 5.** *Reconnaissance des griefs en fonction de la motivation du plaignant*

Motivation	N° Griefs	Fondée	Pas fondée	Partiellement fondée
Cité dans l'actualité	341	66	245	30
Audience	129	24	97	8
Auto-saisine	11	1	10	0
Concerné par l'actualité	48	9	30	9
Exposé dans l'actualité	37	14	23	0
Pas précisé	56	20	36	0
Total	622	134	441	47
%	100	21,5	70,9	7,6

Source : CDJ

### 3.6.3. Reconnaissance selon les cibles des plaintes

En analysant le type de média ciblé dans les avis, nous constatons que la plupart d'entre eux concernent l'audiovisuel (185 avis), ensuite le web (125 avis) et la presse écrite quotidienne (103 plaintes). La plupart des griefs concernant l'audiovisuel (140) ne sont pas fondés. À bien regarder les griefs évoqués dans le cadre de productions web, plus de la moitié d'entre eux (66 sur 125) ne sont pas fondés.

Les plaintes fondées sont liées notamment au web (40) et à l'audiovisuel (36) ; ce qui s'explique par le fait que la plupart des plaintes sont introduites à l'égard de ces médias.

Il est possible d'expliquer ces données par un changement de comportement des publics, davantage intéressés par l'audiovisuel pendant l'année 2020 (CDJ, 2021) et par la hausse des abonnements en presse quotidienne (Laloux, 2021) au début de la pandémie. Il serait intéressant de réitérer cette analyse à la fin de l'année 2022 pour vérifier si ces tendances se confirment – ce qui n'est pas systématiquement le cas du côté de la diffusion payante, notamment au vu de la guerre en Ukraine.

**Tableau 6.** *Reconnaissance des griefs selon la cible*

Média	N° griefs	Fondé	Non fondé	Partiellement fondé
Presse écrite quotidienne	103	27	67	9
Presse écrite périodique	57	0	57	0
Audiovisuel (radio et TV)	185	36	140	9
Web	125	40	66	19
Presse écrite périodique Web	12	2	10	0
Presse écrite quotidienne et Web	84	15	68	1
Audiovisuel et web	56	14	33	9
Total	622	134	441	47
%	100	21,5	70,9	7,6

Source : CDJ

### 3.6.4. *La présence d'un avocat*

Dans cette partie de notre analyse, nous abordons la question de la représentation juridique d'une ou des deux parties concernées par une plainte. Le recours à un avocat n'est pas majoritaire : il ne concerne que 25,5 % de la totalité des avis analysés. Autrement dit, seules 28 plaintes sont concernées par la présence d'un avocat ou d'un conseil, quelle que soit la partie ayant eu recours à cette assistance. La tendance à la juridisation à laquelle fait référence Annik Dubied (2022) dans ce numéro de revue pour la Suisse semble ne pas pouvoir être transposée à la Belgique francophone et germanophone, bien qu'il conviendrait d'interroger des membres du CDJ pour le confirmer.

En croisant les données sur le recours à un avocat (ou à un conseil) et le statut du plaignant, nous constatons que les citoyens ordinaires sont ceux qui ont le plus recours à un avocat (14 avis) dans les 110 avis analysés et sur les 69 avis liés à des plaintes introduites uniquement par un citoyen ordinaire (cf. Tableau 7a). Cependant, ce chiffre peut être nuancé par le fait que, de manière générale, ce sont les citoyens qui sont les plus « actifs » en termes d'introduction d'une plainte. En revanche, sur un total de 28 avis rendus à la suite de plaintes introduites par une

personne morale et/ou une personnalité publique<sup>20</sup>, nous observons 12 cas d'intervention d'un avocat ou d'un conseil (cf. Tableau 7b). Sur la totalité des avis émis par une personne morale et/ou une personnalité publique (28), un avocat ou un conseil sont présents dans 41 % des cas.

**Tableau 7a.** *Présence d'un avocat et statut du/des plaignant(s)*

		Personne morale	Personne morale et citoyen ordinaire	Personne morale et personnalité publique	Média/Journaliste	Citoyen ordinaire	Personnalité publique	CDJ	Total
Présence d'un avocat	Oui	6	3	1	2	14	2	0	28
	Non	11	3	0	7	55	3	3	82
Total		17	6	1	9	69	5	3	110

Source : CDJ

**Tableau 7b.** *Présence d'un avocat et statut du/des plaignant(s). Catégories fusionnées*

		Personne morale et/ou personnalité publique	Média/Journaliste	Citoyen ordinaire	CDJ	Total
Présence d'un avocat	Oui	12	2	14	0	28
	Non	17	7	55	3	82
Total		29	9	69	3	110

Source : CDJ

Au contraire, sur l'ensemble des avis introduits par des citoyens ordinaires, un avocat est présent dans seulement 20 % des cas. Il semblerait donc que la présence de professionnels du droit soit plus forte là

20 Somme des catégories « personnes morales, personne morale et citoyen ordinaire, personne morale et personnalité publique, personnalité publique ».

où le plaignant est une personne morale ou une personnalité publique ou une personne morale accompagnée d'un citoyen ou d'une personnalité publique : cela paraît logique dans la mesure où nous pouvons imaginer que l'enjeu pour une personne morale ou une personnalité publique soit plus grand face à celui d'un « simple » citoyen. L'engagement d'un avocat est sans doute une sorte de garantie dans la procédure, permettant au plaignant de mettre toutes les chances de son côté pour obtenir gain de cause. Sans compter l'évidente question financière : tandis que la procédure auprès du CDJ est totalement gratuite, des personnalités publiques ou des entreprises, associations, etc. peuvent engager des moyens financiers dont ne dispose pas toujours le commun des mortels. Bien que le phénomène reste circonscrit, il convient de noter à quel point une trop grande « juridicisation » du processus peut être désavantageuse. C'est l'essence même de la déontologie, comme le souligne Dubied (2022), qui peut être mise en péril par un recours trop fréquent à des avocats ou à des conseils.

**Tableau 8.** *Reconnaissance des griefs selon la présence d'un avocat*

Avocat ou conseil	Total griefs traités	Fondé	Non fondé	Partiellement fondé
Plaignant	145	29	104	12
Média	25	10	9	6
Les deux	30	2	27	1
Non	422	93	301	28
Total	622	134	441	47
%	100	21,5	70,9	7,6

Source : CDJ

Le CDJ, quant à lui, ne recourt jamais à un avocat. La présence de deux assistantes juridiques ainsi que des membres de la société civile au sein du CDJ ayant des compétences dans le domaine explique certainement cela. Cette question du recours à un avocat révèle une tension constante entre l'autorégulation et l'hétérorégulation. Par ailleurs, la lecture croisée des rapports du CDJ montre que le nombre de plaignants représentés par des avocats semblerait diminuer, passant de

11 en 2019<sup>21</sup> (CDJ, 2020) à 10 en 2020 (CDJ, 2021) à seulement deux en 2021 (CDJ, 2022).

Nous pouvons observer les variables de reconnaissance (ou non) des griefs fondés, ainsi que celles du type de parties recourant à un avocat (plaignant, média ou les deux). On constate qu'il n'y a pas de lien manifeste entre le recours à un avocat et la reconnaissance du fondement d'une plainte. En revanche, il est intéressant d'observer que ce sont davantage les plaignants qui ont recours à un avocat ou à un conseil.

### 3.7. *Les opinions minoritaires*

Entre janvier 2019 et mai 2021, il n'y a eu que quatre cas d'opinions minoritaires. Le premier avis<sup>22</sup> traite une plainte introduite contre un article publié au sein du groupe SudInfo. Celui-ci revient sur plusieurs affaires criminelles impliquant des infirmiers tueurs. La plaignante revendique le droit à l'oubli. Elle s'étonne que son nom, sa photo et certains extraits du rapport neuropsychiatrique réalisé lors de son procès de 2009 aient été reproduits dans l'article, sans aucune prise de contact préalable. Elle s'interroge également sur la légalité de la diffusion publique des extraits d'un rapport médical en dehors du procès. La plainte est considérée comme partiellement fondée en matière de droit à l'image, de respect de la vie privée et d'identification par le nom et la photo. Seul le grief de la diffusion d'information d'ordre privé (le rapport médical) n'est pas considéré comme fondé. À l'issue du vote, sept membres ont souhaité émettre une opinion minoritaire : ils estiment que les griefs en matière d'identification ne sont pas fondés car les faits commis et le retentissement médiatique du procès sont tellement exceptionnels qu'ils sont voués à s'inscrire dans une dimension publique pérenne. Les sept membres mettent en garde contre les limites de la liberté d'information.

Le deuxième dossier<sup>23</sup> traite plusieurs plaintes relatives à la diffusion dans le journal parlé de Bel RTL d'extraits sonores d'une vidéo présentée en huis clos dans le cadre du procès d'assises des accusés de

---

21 Cette année-là, le CDJ fait état d'une tendance à l'augmentation du nombre de recours à un avocat.

22 Plainte 18-48, réunion du 16 octobre 2019.

23 Plainte 19-10, réunion du 13 décembre 2019.

l'assassinat de Valentin Vermeesch<sup>24</sup>. Plusieurs plaignants questionnent la diffusion de ces extraits en termes d'intérêt général. Dans son avis, le CDJ considère la plainte partiellement fondée : seules l'intrusion dans la douleur des personnes et l'atteinte à la dignité humaine sont des griefs fondés (les six autres griefs sont considérés comme non fondés). À l'issue du vote, quatre membres ont souhaité émettre une opinion minoritaire : ils justifient l'intrusion dans la douleur des proches de la victime et la diffusion d'informations attentatoires à la dignité humaine par l'apport informatif significatif des extraits sonores.

Le troisième dossier<sup>25</sup> faisant l'objet d'une opinion minoritaire est relatif à une plainte déposée à l'encontre de l'émission spéciale de RTL-TVI « C'est pas toujours les élections » du 26 mai 2019, consacrée aux enjeux des élections européennes, fédérales et régionales qui se déroulent le même jour. Le plaignant estime que le média a dévoilé un sondage privé du PS qui montrait que le parti devançait Écolo, alors que les bureaux de vote n'étaient pas encore fermés à Bruxelles. Il note que le média a donné plusieurs résultats partiels avant la fermeture de vote, contrairement aux directives du Règlement relatif aux programmes de radio et de télévision en période électorale émis par le Collège d'avis du CSA. La plainte est considérée comme non fondée. À l'issue du vote, un membre a souhaité émettre une opinion minoritaire. Il estime, au contraire, que diffuser les premiers résultats partiels d'un bureau de vote n'est ni d'intérêt général, ni respectueux vis-à-vis de l'article 21 du Règlement du CSA<sup>26</sup>. Il souligne l'importance de préserver le citoyen de toute information susceptible de l'influencer dans ses choix de vote et le risque d'influencer le scrutin en cours par une réaction émotionnelle. Pour lui, la confraternité n'a pas non plus été respectée. Le CDJ, compétent dans le champ de la déontologie journalistique dans l'ensemble des médias, a adopté en 2011 et modifié en 2019 une recommandation relative à la couverture des campagnes électorales dans les médias. Il est intéressant de constater que contrairement aux autres opinions minoritaires, cette dernière s'inscrit dans la même vision que la plainte, plutôt que dans la défense du média attaqué.

---

24 Un garçon de 18 ans, atteint d'un handicap mental, a été torturé et jeté dans la Meuse par cinq jeunes que la victime considérait comme ses amis. Les faits ont eu lieu en 2017.

25 Plainte 19-14, réunion du 11 décembre 2019.

26 Aucun résultat, même partiel, ne peut être diffusé avant la fermeture des bureaux de vote.

Le quatrième cas concerne la plainte 19-38, émise à l'encontre du groupe SudInfo. La plaignante se tourne vers le CDJ pour un post Facebook et un article publiés par le média concernant une affaire de viol collectif impliquant des adolescents. La plaignante reproche au *teaser* publié sur Facebook d'inviter les internautes à découvrir dans l'article « les détails sordides du viol », l'adjectif « sordide » faisant appel à une dimension sensationnaliste et émotionnelle. Elle souligne également la présence d'un hyperlien menant à la vidéo du viol. Bien que l'hyperlien en question renvoie à un article réservé aux abonnés, la plaignante estime que l'accessibilité de ce contenu est une pratique choquante car ces détails n'apportent aucune plus-value à la compréhension des faits. Elle reproche un manque de responsabilité sociale des médias, une atteinte à la dignité et à la vie privée de la victime ainsi qu'un manque d'attention à l'égard d'une personne fragilisée, bien que le média ait utilisé un prénom d'emprunt. Le CDJ estime que la plainte est partiellement fondée en matière de responsabilité sociale et d'intrusion dans la douleur des personnes pour le post Facebook, alors qu'elle ne l'est pas pour l'article pour les non-abonnés. Dans le compte rendu d'une opinion minoritaire, trois membres expriment leur désaccord et marquent la différence entre l'importance de rendre compte de faits concernant l'intérêt général et la curiosité du public. Leur réflexion porte notamment sur la responsabilité sociale et sur une contradiction interne au CDJ quant à la différence de jugement émis à l'égard du post Facebook et l'article. Cet aspect interroge la cohérence de la jurisprudence et, comme mentionné plus haut, l'attitude adoptée vis-à-vis des contenus publiés sur les réseaux sociaux.

Indépendamment de leur contenu, les opinions minoritaires révèlent deux choses : la première tient au caractère « démocratique » du CDJ. L'explicitation des désaccords dans les avis semble illustrer en partie la manière de fonctionner du processus de décision. La deuxième est une conséquence directe de la première : le caractère public et explicite de ces opinions minoritaires représente à notre avis un gage de crédibilité, de transparence et de fiabilité de l'organe d'autorégulation ; ce qui devrait permettre de renforcer la confiance à la fois des médias et du public à l'égard du CDJ.

#### **4. La mission de médiation du CDJ**

La procédure de médiation fait aussi l'objet de notre analyse, car cette fonction est inscrite parmi les missions du CDJ. Dans une pro-

cédure de médiation, le secrétaire général du CDJ intervient en guise d'ombudsman. Elle peut intervenir soit au tout début d'une procédure de plainte, soit en réponse à des demandes spécifiques de médiation sans plainte (CDJ, s. d.-a). Les cas de médiations abouties font l'objet d'une section spécifique dans les rapports du CDJ.

Selon les *Cahiers de la Médiation*, 10 médiations sur 11 ont abouti en 2019, auxquelles s'ajoutent 5 autres dossiers de plainte résolus par médiation dans le cadre de l'instruction ; l'une de ces médiations n'a pas abouti. Une autre médiation immédiate s'est conclue en 2019 dans le cadre d'un dossier datant de fin 2018 (CDJ, 2020).

En 2019, le CDJ constate que la médiation est une voie de résolution efficace, tout en observant que le Conseil est souvent mis en copie d'une demande de médiation adressée au média, comme s'il devenait un témoin de la procédure en cours et comme si le plaignant voulait signifier quelles seraient les suites d'une médiation non aboutie (CDJ, 2020, p. I). Le CDJ affirme ne pas intervenir initialement dans de tels cas, sauf pour pousser le média à répondre et préciser au plaignant qu'il peut se tourner vers le CDJ en cas de non-aboutissement de la médiation (CDJ, 2020, p. I). La résolution d'une plainte en médiation est de 85 jours (CDJ, 2020, p. I), plus rapide donc qu'en cas d'introduction d'une plainte.

En 2020, un total de 27 médiations ont été réalisées, dont une seule n'a pas abouti (CDJ, 2021, p. I). En 2021, 22 dossiers ont fait l'objet d'une solution amiable, dont 9 en médiation directe et 13 dans le cadre des échanges avec les parties. Dans seulement deux cas, la médiation s'est avérée un échec (CDJ, 2021, p. I). Dans le premier cas, le plaignant a refusé la solution proposée ; dans le deuxième, la médiation portait sur le droit à l'oubli numérique, qui ne rentre pas dans le domaine de compétence du Conseil. Dans ce cas, le CDJ peut uniquement jouer un rôle de médiateur entre les parties (CDJ, 2022). Dans deux autres cas, la demande de médiation a été classée sans suite.

Une analyse transversale des thèmes au fil des trois années permet d'identifier quelques problématiques récurrentes : la première est liée à la diffusion d'informations erronées ou déformées, qui a connu un certain rebond en 2020, en lien avec la crise sanitaire. La deuxième est relative à l'identification des personnes : cette thématique se décline à la fois dans son volet « droit à l'image » et « droit à l'oubli ». Ce deuxième volet se présente assez régulièrement dans le cas d'affaires judiciaires révoquées dans l'actualité. Si la question du droit à l'oubli numérique relève de la responsabilité de l'éditeur plutôt que de la déontologie,



le CDJ y joue un rôle d'intermédiaire et de médiateur. Sa récurrence nous pousse à nous demander si la question ne devrait pas être évoquée de manière plus conséquente au sein de l'appareil d'autorégulation, ne fut-ce que pour rappeler à qui revient cette compétence.

L'incitation à la haine et à la discrimination revient assez souvent, notamment en 2020 et 2021. Il n'est pas surprenant de constater que cette question concerne notamment la modération de contenus en ligne, avec une différence désormais établie dans la jurisprudence du CDJ entre la négligence du média ou le simple accident. La responsabilité des médias est engagée non seulement en termes d'obligations positives menées à l'égard de ces contenus (l'obligation de modération), mais aussi en termes d'intentions dans le chef du média (l'effort de protéger les utilisateurs). Comme pointé plus loin dans ce dossier (Rotili, 2022), cette question est à l'ordre du jour dans plusieurs conseils de presse à l'échelle internationale.

Notons finalement qu'en 2021, pour la première fois, un des griefs soulevés concernait le traitement des violences de genre, auxquelles le CDJ a consacré une recommandation (CDJ, 2022, p. I).

Le CDJ note également la croissance des solutions à l'amiable dégagées entre les parties durant l'année 2020 : 27 en 2020 contre 19 en 2019 (CDJ, 2021, p. 3). Alors président du CDJ, Jean-Jacques Jaspers considérait à cet égard que « nos médias ont désormais une représentation plus fine de la manière de conserver la confiance de leur public, et [...] celui-ci semble de mieux en mieux disposé à comprendre le fonctionnement du journalisme » (CDJ, 2021, p. 3). La tendance est toutefois en diminution en 2021 (CDJ, 2022).

## Conclusion

Tirer des conclusions d'une analyse aussi vaste n'est pas chose aisée. Cependant, quelques éléments peuvent être retenus : le premier concerne la nature des plaignants, qui sont pour la plupart (67,73 %) des citoyens ordinaires. Cette donnée peut s'expliquer par la crise sanitaire et les interpellations que son traitement par les médias a suscité dans le chef du public. Ce phénomène semble refléter deux faces d'une même médaille : d'une part, il est le reflet de la méfiance du public à l'égard du système médiatique. D'autre part, il révèle son intérêt pour le traitement médiatique de l'actualité. Dans un système démocratique, la critique et la remise en question des médias sont à considérer comme sains, tandis que la méfiance généralisée à l'égard des médias, mesurée

par des baromètres internationaux, est symptomatique d'une problématique de défiance ou de méfiance profondes au sein de nos sociétés<sup>27</sup>.

C'est exactement pour renforcer le droit du public à la critique et à la remise en question des médias que le CDJ a récemment évoqué sa volonté de maintenir la possibilité pour tout citoyen d'introduire une plainte, qu'il soit concerné ou non par la production médiatique visée (CDJ, 2022). En effet, la majorité des plaintes sont introduites par des publics qui ne sont pas directement concernés par la production journalistique visée, mais qui sont interpellés par le traitement médiatique de l'actualité.

Un deuxième constat concerne les supports ciblés par les plaintes : l'audiovisuel est la cible de la plupart des plaintes ; ce qui s'explique par un regain d'intérêt pour la télévision durant la pandémie (CIM, 2020). Le CDJ souligne lui-même cette évolution (CDJ, 2021), mais il serait intéressant de vérifier si cette tendance se confirme dans d'autres périodes de crise telles que la guerre en Ukraine et la crise énergétique. Bien que ces crises soient de natures très diverses, une analyse des médias concernés par les plaintes permettrait éventuellement de dégager des enjeux déontologiques en période de crise. Il serait ainsi intéressant de comparer les avis en lien avec le coronavirus avec ceux portant sur le traitement journalistique de la guerre en Ukraine et de la crise énergétique afin de comprendre si les cibles des plaintes sont différentes hors période particulière.

Le deuxième support le plus souvent visé est le web, entendu au sens large et comprenant également les commentaires émis sur les réseaux sociaux et sur les sites d'information. Cela peut s'expliquer par l'essor des stratégies transmédia au sein des rédactions et par un changement des modes de consommation des publics, orientés davantage vers le non-linéaire et l'internet. En effet, dans le paragraphe 3.5, il émerge que les plaintes portent de plus en plus sur une même production, dans sa déclinaison écrite ou audiovisuelle et web.

À l'avenir, il conviendrait d'opérer une distinction entre les productions web, les déclinaisons web des productions audiovisuelles et de presse écrite, les formats journalistiques destinés aux réseaux sociaux et les commentaires sur les sites d'information et sur les réseaux sociaux. Une telle catégorisation révélerait des enjeux déontologiques plus spécifiques aux plateformes et agrémenterait une littérature déjà vaste à ce

---

27 À cet égard, les analyses du philosophe Mark Hunyadi sont particulièrement pertinentes.

sujet (Cornu, 2009, 2013 ; Degand & Grevisse, 2015 ; Harder, 2021 ; Trifonova Price *et al.*, 2021).

Si nous mettons l'accent sur une division par catégories, c'est que les enjeux technologiques deviennent de plus en plus importants à la fois dans les modes de consommation et les pratiques journalistiques. Ils interrogent la frontière, de plus en plus floue sur les supports digitaux, qui existe entre les contenus journalistiques et non journalistiques, entre les faits et les opinions, entre les journalistes et les non-journalistes. À ce propos, le paragraphe 3.5 montre que le CDJ est de plus en plus confronté à des plaintes ciblant les réseaux sociaux ou des blogs : les critères appliqués par le Conseil pour établir ce qui relève du journalisme et ce qui n'en relève pas demeurent intéressants, bien que questionnables, pour comprendre quel positionnement il adopte vis-à-vis des mutations des pratiques journalistiques.

Par ailleurs, ce glissement vers le web interroge la notion de responsabilité journalistique. Notre analyse montre que les plaintes citent de plus en plus nommément les journalistes. Cela pourrait s'expliquer par un souci de responsabilisation de la profession. Or, la question de la responsabilité sociale journalistique est accentuée par l'essor des nouvelles technologies, à cause de divers facteurs. D'une part, l'immédiateté liée à internet et un marché publicitaire sous pression conduisent, dans bien des cas, à des manquements à la déontologie. D'autre part, au sein des rédactions, des professionnels différents (*community managers*, gestionnaires de pages, etc.) entrent en jeu en guise d'intermédiaires entre le producteur de l'information (le journaliste) et le support de diffusion. Dès lors, lorsqu'une production digitale est mise en cause par une plainte, il devient plus difficile de comprendre qui est le « responsable » de l'éventuelle faute journalistique. Cela pousse à repenser la notion de responsabilité sociale à l'échelle de toute la rédaction, ainsi qu'à la conscientisation de celle-ci aux enjeux journalistiques.

Ajoutons également que le public, dans un contexte numérique, devient de plus en plus acteur, notamment dans la rédaction de commentaires : pour l'instant, la responsabilité de modération des contenus appartient aux médias et aux journalistes, alors que la responsabilité de l'utilisateur est engagée uniquement dans des cas particuliers et par l'hétérorégulation. Il convient alors de s'interroger sur la part de responsabilité étendue que devraient ou pourraient assumer les publics dans leurs interactions avec les médias.

Quant à la nature des griefs invoqués, nous observons que toutes les sections du code de déontologie sont invoquées. Il faut ajouter à

ce constat une nuance importante : les griefs soulevés par rapport à la thématique du Covid-19 (y compris *Covid Safe Ticket*, vaccination, etc.) font davantage référence au respect de la vérité. Il se pourrait que la tendance à la hausse des plaintes en la matière s'estompe sous l'effet de deux variables : une « normalisation » des phénomènes de crise et, d'autre part, une amélioration du journalisme scientifique. S'il est pertinent d'observer l'évolution de ces tendances, nous devons également porter notre regard sur d'autres phénomènes de crise comme la guerre en Ukraine ou la crise énergétique pour évaluer si certains griefs sont plus souvent évoqués dans des situations de crise. Pour le reste, les cinq griefs les plus récurrents se réfèrent aux articles 1 (recherche et respect de la vérité et vérification / déformation), 24 (droit des personnes) et 25 (respect de la vie privée).

Les plaintes semblent également augmenter en période électorale. Les prochaines élections ayant lieu en 2024, il sera intéressant d'observer si ce phénomène est confirmé.

Nos dernières observations concernent le mode de fonctionnement du CDJ : la durée moyenne de traitement des dossiers reste très longue. Cela risque de porter atteinte à l'image du CDJ, à sa crédibilité, à l'efficacité qui lui est reconnue par les médias et le public. N'oublions pas que la durabilité des systèmes d'autorégulation, en termes financiers, est un enjeu réel à la fois pour le présent et l'avenir des conseils de presse, comme le pointe Harder (2021). Il reste à voir si le CDJ pourra mettre en place la révision du Règlement de procédure qu'elle avait prévue et puis reportée à cause de la crise sanitaire (CDJ, 2022, p. 13). Il conviendra d'évaluer, sur le moyen et long terme, l'efficacité de l'éventuelle réforme à la fois en termes de durée de traitement des dossiers et de qualité du travail. En revanche, les mécanismes de récusation et d'opinion minoritaire semblent bien fonctionner : la transparence de ces mécanismes est à saluer, en tant que gage de crédibilité et de fiabilité.

## **Références**

- AJP (2014). *La loi relative au titre de journaliste professionnel*. Association des journalistes professionnels. <https://www.ajp.be/la-loi-relative-au-titre-de-journaliste-professionnel/>
- Amossy, R. (2008). Responsabilité journalistique et responsabilité politique. Le journal Ha-aretz face à la Commission Winograd sur la Deuxième guerre du Liban. *Questions de communication*, 13, 109-127. Doi : <https://doi.org/10.4000/questionsdecommunication.1708>

- CDJ (s. d.-a). *Médiation – CDJ*. Consulté 27 juillet 2022, à l'adresse <https://www.lecdj.be/fr/plaintes/mediation/>
- CDJ (s. d.-b). *Mission – CDJ*. Consulté 1 juillet 2022, à l'adresse <https://www.lecdj.be/fr/le-conseil/mission/>
- CDJ (2013). *Code de déontologie journalistique*. <https://www.lecdj.be/wp-content/uploads/Code-deonto-MAJ-2017-avec-cover.pdf>
- CDJ (2014). *Directive sur l'identification des personnes physiques dans les médias* (Les carnets de la déontologie n° 6). <https://www.lecdj.be/wp-content/uploads/Carnet-6-Identification-HD.pdf>
- CDJ (2015). *Règlement de procédure*. <https://www.lecdj.be/wp-content/uploads/CDJ-Reglement-de-ProcEDURE-actualise-27mars2015.pdf>
- CDJ (2018). *2017 Rapport annuel du CDJ*. <https://www.lecdj.be/wp-content/uploads/CDJ-Rapport-Annuel-2017pdf.pdf>
- CDJ (2020). *2019 Rapport annuel du CDJ*. <https://www.lecdj.be/wp-content/uploads/2019-Rapport-Annuel-complet.pdf>
- CDJ (2021). *2020 Rapport annuel du CDJ*. <https://www.lecdj.be/wp-content/uploads/CDJ-Rapport-Annuel-2020-complet.pdf>
- CDJ (2022). *2021 Rapport annuel du CDJ*. <https://www.lecdj.be/wp-content/uploads/2021-AADJ-Rapport-Annuel-complet-LD.pdf>
- CIM (2020). *CIM News—Boost de la consommation des médias belges par la crise du corona*. [https://www.cim.be/resources/About%20CIM/News\\_Media-boost\\_17032020.pdf](https://www.cim.be/resources/About%20CIM/News_Media-boost_17032020.pdf)
- Cornu, D. (2009). *Journalisme et vérité. L'éthique de l'information au défi du changement médiatique*. Genève : Labor et Fides.
- Cornu, D. (2013). Journalisme en ligne et éthique participative. *Éthique publique. Revue internationale d'éthique sociétale et gouvernementale*, 15(1), Art. 1. Doi : <https://doi.org/10.4000/ethiquepublique.1073>
- Declercq, Fanny. *Analyse des avis rendus par le Conseil de déontologie journalistique entre septembre 2013 et mai 2016*. Faculté des sciences économiques, sociales, politiques et de communication, Université catholique de Louvain, 2018. Prom. : Grevisse, Benoît.
- Degand, A. & Grevisse, B. (Éds.) (2015). *Journalisme en ligne : Pratiques et recherches* (2<sup>e</sup> tir.). Bruxelles : De Boeck Supérieur. <https://ils.bib.uclouvain.be/global/documents/1886505>
- Dubied, A. (2022). Le conseil suisse de la presse, état des lieux. *Recherches en Communication*, 54.
- Grevisse, B. (2016). *Déontologie du journalisme : Enjeux éthiques et identités professionnelles*. Coll. Info&Com. Bruxelles : De Boeck Supérieur.
- Harder, R. (2021). *Media Councils in the Digital Age. An Inquiry into the Practices of Media Self-regulatory Bodies* (p. 26) [Media Councils in the Digital Age. An inquiry into the practices of media self-regulatory bodies]. <https://www.presscouncils.eu/userfiles/files/Media%20Councils%20in%20the%20Digital%20Age.pdf>
- Hoebeke, S. & Mouffe, B. (2012). *Le Droit de la presse : Presse écrite, presse audiovisuelle, presse électronique*. Limal : Anthémis. <https://ils.bib.uclouvain.be/global/documents/3397559>

- Laloux, P. (2021). Chiffres CIM : L'abonnement numérique cartonne, pour la presse écrite aussi. *Le Soir*. <https://www.lesoir.be/364732/article/2021-04-05/chiffres-cim-labonnement-numerique-cartonne-pour-la-presse-ecrite-aussi>
- Mouricou, P. (2019). Chapitre 23. Quantifier ou ne pas quantifier ? In J.-L. Moriceau & R. Soparnot (Éds.), *Recherche qualitative en sciences sociales. S'exposer, cheminer, réfléchir ou l'art de composer sa méthode*. Coll. Les Essentiels de la gestion (pp. 295-312). Caen : EMS Éditions. Cairn.info. <https://www.cairn.info/recherche-qualitative-en-sciences-sociales--9782376871484.htm>
- Puigelier, C. (2015). *Dictionnaire juridique* (2<sup>e</sup> éd.). Bruxelles : Larcier. <https://ils.bib.uclouvain.be/global/documents/1918955>
- Rihoux, B., Marx, A. & Álamos-Concha, P. (2014). 25 années de QCA (Qualitative Comparative Analysis) : Quel chemin parcouru ? *Revue internationale de politique comparée*, 21(2), 61-79. Cairn.info. <https://doi.org/10.3917/ripc.212.0061>
- Standaert, O. & Grevisse, B. (2013). Veulent-ils encore une carte de presse ? Les jeunes journalistes de Belgique francophone. *Sur le journalisme, About Journalism, Sobre jornalismo*, 2(2), 52-63.
- Trifonova Price Lada, Sanders Karen & Wyatt Wendy N. (2021). *The Routledge Companion to Journalism Ethics*. Londres : Routledge; eBook Collection (EBSCOhost). <https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=nlebk&AN=2914559&lang=fr&site=ehost-live&scope=site&authtype=ip,shib&custid=s3118160>

## **Annexes**

## Annexe 1 – Grille d’analyse des avis du CDJ

<b>Thème</b>	Sous-catégories	
<b>Identification de l’avis</b>	N° attribué à l’avis	
	Numéro de dossier attribué à l’avis par le CDJ	
	Date de l’avis	
<b>Identification du plaignant</b>	Statut du plaignant	Personne morale
		Particulier (citoyen ordinaire ou personnalité publique)
		Média ou journaliste
		CDJ
	Statut affiné (applicable pour les personnes morales)	Parti politique
		Entreprise
		Association
		ONG
		ASBL
	Plainte groupée	
Motivation du plaignant	Être dans l’actualité : reprise de propos, exposition du plaignant de manière identifiable	
	Être exposé dans l’actualité : exposition de la personne de manière <i>a priori</i> non-identifiable	
	Être concerné par l’actualité : ne pas être affiché dans le produit médiatique mais être touché par la problématique abordée	
	Audience : être interpellé en tant que téléspectateur	
	Autosaisine de la part du CDJ	
<b>Présence d’un avocat ou d’un conseil</b>		
<b>Résumé des faits</b>	Courte description	
	Contexte	Révélation, Publicité, Judiciaire, Élections, Violence, Stigmatisation, Politique, Extrémisme politique, International, Corruption, Exposition de la personne, Fraude, Terrorisme, Médias, Covid-19, IVG, Sexiste et scandales sexuels, Modération en ligne, Vie privée, Autre
<b>Identification de la cible</b>	Nom du média visé	
	Nom du journaliste visé	
	Type de média	Presse écrite quotidienne
		Presse écrite périodique
		Audiovisuel (radio et télé)
		Web
		Presse écrite quotidienne et web
		Presse écrite périodique et web
	Audiovisuel et web	
	Groupe de presse	
<b>Procédure</b>	Procédure conjointe avec le CSA	
	Demande de récusation	
	Commission d’instruction ou d’audition	
	Médiation	
	Solution à l’amiable	



## *Annexe 2 – Grille d’analyse des griefs*

<b>Numéro de plainte</b>		
<b>Nombre d'enjeux soulevés</b>		
<b>Nombre de griefs soulevés</b>		
<b>Issu de la plainte</b>	Plainte fondée	
	Plainte non-fondée	
	Partiellement fondée	Griefs fondés > griefs non-fondés
		Griefs fondés < griefs non-fondés
<b>Nature des griefs fondés</b>		
<b>Nature des griefs non-fondés</b>		
<b>Nature des griefs partiellement fondés</b>		
<b>Distinction des responsabilités entre le(s) journaliste(s) et le(s) média(s)</b>		
<b>Opinions minoritaires</b>		
<b>Publication demandée</b>		
<b>Présence d'un lien vers l'avis en ligne</b>		



Publié sous la licence Creative Common  
«Attribution – pas d'utilisation Commerciale – Pas de Modification 4.0. International»  
(CC BY-NC-ND)