

CODE DE CONDUITE

Section 1 : Journalisme non traditionnel

Section 2 : Harcèlement et respect

Alors que l'écosystème médiatique est fragilisé par d'importantes pertes de revenus publicitaires, les journalistes sont appelés à produire du contenu qui s'éloigne du journalisme traditionnel. Dans une démarche volontaire, l'AJIQ a produit un Code de conduite tenant compte de cette nouvelle réalité. Il vise à guider ses membres dans leurs choix tout en veillant à préserver la confiance du public envers le travail journalistique et en réaffirmant l'importance de respecter des normes strictes en matière de déontologie. La deuxième section aborde les questions de harcèlement et de respect.

Section 1 : Journalisme non traditionnel

Par journalisme non traditionnel, l'AJIQ réfère à ces catégories qui sont toujours appelées à évoluer et à se décliner en différentes nuances :

- Dossiers thématiques / cahiers spéciaux : la publicité est vendue selon le thème du dossier, mais les annonceurs n'ont pas de droit de regard sur les articles écrits par les journalistes. Les textes sont signés.
- Journalisme institutionnel : articles rédigés par des journalistes pour des associations professionnelles, des établissements de formation, de santé, etc. Généralement, ils ne sont pas relus par les personnes interviewées, mais s'ils le sont, elles ont un pouvoir de modification très restreint qui concerne uniquement les faits rapportés. Les textes sont signés.

- Contenu partenaire : articles à la frontière entre le journalisme traditionnel, le journalisme institutionnel et le contenu de marque. Ils sont rédigés en collaboration entre le média et le client. Ces articles sont relus par le client qui, selon la politique du média, possède un pouvoir de modification plus ou moins grand. Accepter de signer ou pas ce type d'article devrait être évalué au cas par cas.
- Contenu de marque : ces textes sont rédigés par des rédacteurs du domaine de la publicité, ou par des journalistes. Ils sont commandés par des firmes de marketing de contenu, ou par des médias. Ces textes sont relus et modifiés par le client. Ils ne sont pas signés.

Les membres de l'AJIQ s'engagent à respecter les principes suivants et demandent aux rédacteurs en chef d'adopter les pratiques énoncées ci-dessous :

Les dossiers thématiques et cahiers spéciaux, le journalisme institutionnel, le contenu réalisé en partenariat et le contenu de marque doivent, comme le journalisme traditionnel, respecter le droit du public à l'information.

- En aucun cas, les intérêts des partenaires de contenu ou des clients à l'origine de la commande ne doivent primer sur l'exactitude des faits rapportés et commentés.
- Le journaliste et le rédacteur en chef doivent s'assurer que les sources d'information sont authentiques et que les opinions sont rapportées de façon fidèle, compréhensible et dans leur contexte.
- Toute ingérence induite du client ou du partenaire de contenu dans le processus éditorial doit être combattue et dénoncée.
- Toute information incertaine doit être identifiée comme telle.
- Toute erreur journalistique doit être corrigée rapidement.

Le journalisme non traditionnel doit aussi respecter le droit fondamental des personnes à la vie privée, à l'intimité, à la dignité et à la réputation. Toute information susceptible de porter atteinte à ces droits ne doit être révélée que si elle est d'intérêt public.

Le contenu de marque ne doit pas être signé par le journaliste. Il doit aussi, comme le contenu réalisé en partenariat, être clairement identifié comme tel par le média afin d'éviter toute confusion du public.

Par souci d'intégrité et de transparence, les journalistes et les rédacteurs en chef doivent éviter de se placer en conflit d'intérêts. Face à un conflit d'intérêts ou à l'apparence de conflit d'intérêts, ils doivent le révéler aux personnes concernées.

En cas de questionnement éthique concernant un mandat, n'hésitez pas à contacter l'AJIQ pour obtenir de l'accompagnement et nourrir ainsi la réflexion pour l'ensemble de la profession.

+++

Section 2 : Harcèlement et respect

Les membres de l'AJIQ et les participants à toutes les activités doivent être traités avec respect et professionnalisme, sans toute forme de harcèlement, y compris en ligne. Le harcèlement inclut - sans s'y limiter - les commentaires insultants, dégradants, intimidants, menaçants, à connotation sexuelle, de même que les contacts physiques et avances répétées et non sollicitées, même s'ils sont présentés comme des blagues.

Chaque membre doit reconnaître que l'AJIQ a des ressources limitées et qu'elles doivent être utilisées de façon responsable afin de poursuivre sa mission. Cela s'applique spécifiquement au temps donné par les membres de son conseil d'administration, qui sont bénévoles.

Tout manquement au Code de conduite peut être rapporté à un des membres du conseil d'administration qui s'assurera que les vérifications nécessaires seront faites et, selon les circonstances, que les mesures nécessaires seront prises pour remédier à la situation. Quelqu'un qui ne respecterait pas le Code de conduite de l'AJIQ pourrait être l'objet de mesures disciplinaires, pouvant aller jusqu'à l'exclusion.

Tel qu'adopté sur principes en assemblée générale le 12 décembre 2019