Code de conduite

Encadrer la rédaction du contenu de marque : enfin !

« C'est pratiquement impossible de survivre à la pige sans clients corpor. » Voilà ce que m'a dit il y a 10 ans une rédactrice en chef respectée qui avait été longtemps à la pige et qui semblait très étonnée, voire suspicieuse, lorsque je lui ai dit que je ne faisais pas de rédaction pour des entreprises.

Si c'était pratiquement impossible à l'époque, imaginez aujourd'hui alors que les journaux et les magazines ont perdu depuis plus de la moitié de leurs revenus publicitaires. Plusieurs ont dû mettre la clé dans la porte, ou l'auraient fait sans l'aide express du gouvernement. D'autres ont dû réduire la fréquence de leur publication, ou passer seulement en format numérique afin de réduire leurs dépenses.

Évidemment, la dure réalité financière des médias affecte directement les budgets des salles de rédaction. Les publications doivent donc se tourner vers toutes sortes de stratégies pour aller chercher des revenus publicitaires, de la multiplication des cahiers thématiques en passant par le contenu partenaire et le contenu de marque. Les patrons dans les salles de rédaction veulent bien sûr que ces articles soient fouillés, de qualité et rigoureux, donc ils se tournent vers nous, les journalistes (souvent indépendants) pour les rédiger. Rédacteurs en chef comme journalistes, nous sommes dans le même bateau.

Or, si (presque) tout le monde le fait, il faut le faire en cachette. Les Statuts et règlements de l'AJIQ mentionnent au chapitre 3 que «La fonction de journaliste est incompatible avec les relations publiques, les relations de presse et la représentation publicitaire au bénéfice de tiers.»

Pour être cohérente, l'AJIQ doit reconnaître que ses membres sont appelés à produire des articles non traditionnels qui ne sont pas sans liens avec les relations publiques. L'AJIQ pourra ensuite guider ses membres afin qu'ils fassent les meilleurs choix en veillant à préserver la confiance du public envers le travail journalistique.

C'est pourquoi nous avons présenté une ébauche de Code de conduite et l'avons débattue lors d'un atelier organisé par l'AJIQ au congrès de la Fédération professionnelle des journalistes du Québec (FPJQ) en novembre 2019. Puis, nous avons adopté notre Code de conduite lors de l'assemblée générale annuelle de l'AJIQ en décembre 2019 et vous pouvez maintenant [le consulter sur notre site web](#).

La réalisation de ce Code de conduite nous amène aussi à devoir revoir nos Statuts et règlements et nous arriverons avec une proposition [lors de notre assemblée générale annuelle le 7 décembre](#).

Comme association, il est de notre devoir de prendre acte de la transformation qui s'est réalisée dans les dernières années et de faire ce qu'il faut pour être en mesure d'aider nos membres à continuer de faire un travail de qualité dans le contexte actuel. Il est maintenant temps de faire circuler ce Code de conduite entre journalistes, mais aussi, entre rédacteurs en chef et chefs de section. Ensemble, nous continuerons à produire du journalisme de qualité et indépendant, en arrêtant de nous mettre la tête dans le sable.

Par Martine Letarte
Journaliste indépendante et vice-présidente, AJIQ

Proposition pour l'assemblée générale annuelle

Pour être cohérent avec le Code de conduite, nous proposons de retirer des Statuts et règlements cette phrase du point f) de l'article 1 (Les définitions) du chapitre 3 (Les règlements généraux) : « La fonction de journaliste est incompatible avec les relations publiques, les relations de presse et la représentation publicitaire au bénéfice de tiers. »

Le point f) serait donc ainsi modifié :

f) Exerce une « fonction de journaliste » celui ou elle qui exécute, en vue de la diffusion d'informations ou d'opinions dans le public, une ou plusieurs des tâches suivantes : recherche de l'information, reportage ou interview, rédaction ou préparation de comptes-rendus, d'analyses, de commentaires ou de chroniques spécialisées; traduction et adaptation de textes; photographie de presse; reportage filmé ou électronique; secrétariat de rédaction (assignation de personnel, vérification des textes, tirage et mise en pages, et l'équivalent dans la presse électronique); dessin de caricatures sur l'actualité; dessin et graphisme d'information; animation, réalisation et supervision d'émissions ou de films sur l'actualité. ~~La fonction de journaliste est incompatible avec les relations publiques, les relations de presse et la représentation publicitaire au bénéfice de tiers.~~

<https://www.ajiq.qc.ca/a-propos/statuts-et-reglements/>