

# MÉCANISME DE MISE EN ŒUVRE DU CODE DE DÉONTOLOGIE DES JOURNALISTES ET DES MÉDIAS HAÏTIENS

Décembre 2022

En partenariat avec



## SOMMAIRE

1	MISE EN CONTEXTE.....	1
2	METHODOLOGIE.....	2
3	SYNTHESE DE L'ANALYSE DES INSTANCES DE REGULATION EXISTANTES.....	2
3.1	LE BIEN-FONDE D'UN CONSEIL DE PRESSE.....	3
3.2	LES PRINCIPAUX OBSTACLES A LA CREATION DE CONSEILS DE PRESSE DANS LES NOUVELLES DEMOCRATIES.....	4
3.3	LE DEFI POSE PAR L'INTERNET A L'AUTOREGULATION DES MEDIAS.....	5
4	MECANISME DE MISE EN ŒUVRE : LE CONSEIL DE PRESSE HAÏTIEN.....	5
4.1	MISSION.....	5
4.2	COMPETENCES.....	6
4.3	COMPOSITION ET STRUCTURES.....	6
4.3.1	LE CONSEIL D'ADMINISTRATION.....	6
4.3.2	COMMISSION DE MEDIATION ET DES PLAINTES.....	7
4.3.3	COMITE DE RECEVABILITE.....	7
4.3.4	COMMISSION D'APPEL.....	7
4.3.5	COMMISSION D'ATTRIBUTION DE CARTES PROFESSIONNELLES.....	7
4.3.6	COMMISSION FORMATION.....	8
4.3.7	COMMISSION DES RECOMPENSES.....	8
4.3.8	LE SECRETARIAT.....	8
4.4	FINANCEMENT.....	8
5	REMARQUES ET PROPOSITIONS.....	9
	CONCLUSION.....	9

# 1 MISE EN CONTEXTE

Ce document propose un mécanisme de mise en œuvre du code de déontologie adopté par les principales associations de patrons et de journalistes haïtiens et, signé, le jeudi 8 décembre 2011, sous l'égide du Bureau de l'UNESCO en Haïti, après plusieurs tentatives infructueuses. Le code en question est constitué de vingt-deux articles visant à guider le comportement des acteurs du système médiatique haïtien, notamment des journalistes et des médias dans leur relation avec le public haïtien.

Le code en question tient compte notamment de la liberté de la presse, du respect de la vie privée et de la dignité de la personne humaine, du refus de la discrimination, la question de la rémunération des journalistes, la différence entre l'information et de la publicité, le refus des médias et des journalistes de relayer les propos qui véhiculent la haine et l'affrontement, le traitement équilibré des informations.

Néanmoins, 10 ans plus tard, la mise en œuvre du code est loin d'être une réalité. Il est resté lettre morte depuis son adoption. Or, un code ne vaut que par son application. Donc, l'élaboration et l'adoption d'un code de déontologie constituent des étapes importantes, mais insuffisantes pour parler d'une autorégulation opérante de médias. Cela étant dit, l'autorégulation des médias suppose un effort concerté, un consensus entre les principaux acteurs du système médiatique haïtien, particulièrement les patrons de médias, les professionnels du secteur médiatique et du public. Ce consensus doit permettre aux dits acteurs de se doter de ce que Claude Jean-Bertrand appelle Moyens d'Assurer la Responsabilité Sociale (M.A.R.S), en particulier les normes professionnelles volontaires qu'ils ont adoptées.

Le rôle des codes de déontologie consiste à définir les fonctions, les droits et les devoirs des journalistes en leur accordant les lignes directrices relatives à la manière d'exercer leur profession. À cet effet, la mise en place d'une instance de régulation qui supervisera et garantira la mise œuvre du code de déontologie adopté par les journalistes et les médias haïtiens et sanctionnera ceux qui enfreignent ses règles demeure important. C'est donc dans cette perspective que l'équipe du CEIMH a été mandatée par le Bureau de l'UNESCO en Haïti pour réfléchir et proposer un mécanisme de mise en œuvre du code.

Ce présent document est composé de quatre parties. Dans la première partie, nous présentons un résumé de la méthodologie utilisée pour parvenir à cette proposition et de quelques éléments permettant de bien comprendre l'importance de la mise en place de cette structure de contrôle. La deuxième partie présente une synthèse de l'analyse de certains mécanismes existants dans d'autres pays. Nous proposons dans la troisième partie, les éléments constitutifs du mécanisme de mise en

œuvre. Et, dans la dernière partie, nous formulons quelques remarques et certaines recommandations.

Ce projet concerne trois catégories d'acteurs du système médiatique haïtien concernés par l'autorégulation comme les journalistes, les patrons de médias et le public haïtien.

## 2 METHODOLOGIE

Pour réaliser ce projet, l'équipe du CEIMH a réalisé une analyse approfondie d'un ensemble de dix mécanismes de mise en œuvre existant dans dix différents. Il s'agit du Canada (Québec), de Luxembourg, de la Suisse, de la France, de la Belgique, du Burkina Faso, de la Tunisie, du Maroc, du Cameroun et des Pays-Bas. Cette analyse nous a permis de mieux comprendre les contextes de mise en œuvre, les forces et les faiblesses des instances de régulation chargées de mettre en œuvre les codes adoptés par les acteurs de la corporation médiatique des pays en question.

Ce présent mécanisme constitue un dispositif d'application qui correspond aux caractéristiques du système médiatique haïtien et de son environnement. Les données documentaires sont complétées par des données empiriques collectées auprès des acteurs concernés par l'autorégulation des journalistes et des médias en Haïti. Pour y parvenir, nous avons réalisé des entretiens avec 4 parmi les acteurs concernés. Ces données seront complétées par des données qui seront collectées lors de la table ronde prévue dans ce projet qui sera organisé en février 2023.

Nous présentons ici un résumé des avantages et des inconvénients de la mise en œuvre des codes. C'est sur la base de ce travail préalable que nous proposons un mécanisme de mise en œuvre visant à tenir compte des particularités du fonctionnement du système médiatique haïtien. Car, les caractéristiques du système médiatique haïtien et l'environnement dans lequel il évolue sont nettement différents des systèmes médiatiques occidentaux (Panier, 2021).

## 3 SYNTHÈSE DE L'ANALYSE DES INSTANCES DE REGULATION EXISTANTES

L'équipe du CEIMH a passé en revue un ensemble de dix instances d'autorégulation à travers le monde. Le premier conseil de presse a vu le jour en Suède en 1916. Depuis, ce genre d'institution se généralise. Un très grand nombre de pays développés et en développement se sont dotés d'une instance d'autorégulation pour pallier les dérives déontologiques qui émaillent l'exercice du journalisme. Le droit et la « tradition » reconnaissent à la presse des privilèges qui l'élèvent au rang d'institution fondamentale et qu'elle exerce au nom des citoyens en vertu d'une délégation implicite.

Parmi les conseils de presse que nous avons passés en revue, nous sommes parvenus à la conclusion que le Conseil de presse du Québec au Canada fait école. Il semble être l'instance d'autorégulation la plus aboutie. Il est constitué par trois acteurs de l'information (les entreprises de médias, les journalistes et le public) et fonctionne comme un tribunal d'honneur. Cette instance passe pour un modèle dans les démocraties « matures » et auprès d'ONG internationales.

Bien qu'il soit créé en 2017 et institué en 2019, nous avons remarqué que le modèle tunisien constitue l'un des plus novateurs et plus collégiales. En plus des acteurs médiatiques, ce conseil contient en son sein les représentants de plusieurs organisations de la société civile dont des organismes de droits humains. Le modèle que nous proposons est une synthèse du modèle québécois, luxembourgeois et tunisien, mais qui prend aussi en considération de bonnes pratiques qui existent dans d'autres pays. Nous avons intégré dans le modèle haïtien des éléments qui tiennent compte de la réalité haïtienne.

### 3.1 Le bien-fondé d'un conseil de presse

Comme instance d'autorégulation, nous proposons l'adoption du modèle de Conseil de presse qui existe déjà dans de nombreux pays. Un conseil de presse est l'archétype d'une instance d'autorégulation. Il constitue la forme la plus courante d'instance d'autorégulation. Le bien-fondé d'un conseil de presse est de parvenir à l'instauration de la confiance et de la crédibilité des médias et des journalistes. Il sert aussi à améliorer la qualité de l'information ; à prévenir l'ingérence de l'État et des autorités dans le domaine des médias. Il a pour fonction principale de recevoir des plaintes ; de vérifier qu'elles relèvent du domaine d'application du code de déontologie ; de les examiner de manière approfondie sous tous les angles ; de servir de médiateur entre les plaignants et les médias ; de prendre, au sujet des plaintes, des décisions objectives fondées sur les règles du code de déontologie ; d'épingler les médias en cas d'infraction aux directives déontologiques ; d'assurer la transparence et la publicité de toutes les décisions prises ; d'analyser et de commenter les tendances dans les médias ainsi que de donner des avis au sujet des dispositions du code ; de suggérer des amendements au code de déontologie (si cela relève de son mandat) ; de fixer des normes professionnelles pour le journalisme ; de défendre la liberté de la presse<sup>1</sup>.

Les conseils de presse, en tant qu'organismes collectifs, jouissent de la représentativité la plus étendue possible et donc d'une plus grande crédibilité. Ils constituent la forme la plus interactive d'autorégulation parce qu'ils permettent d'examiner tous les points de vue. Cette institution d'autorégulation a comme boussole le code adopté par les acteurs du système médiatique haïtien concernés. Il est recommandé de donner à l'instance d'autorégulation le pouvoir de porter certains

---

<sup>1</sup> Voir Le guide pratique de l'autorégulation des médias, disponible en ligne via le lien suivant : <https://www.osce.org/files/f/documents/3/f/31498.pdf>,

amendements au code en fonction des cas traités et pour prendre en considération l'évolution des pratiques journalistiques.

La résistance à l'autorégulation dans le milieu médiatique n'est pas une spécificité haïtienne. Nous avons remarqué que la grande majorité des pays qui ont un conseil de presse actuellement ont fait face à une opposition de la part des professionnels de la presse même dans les grandes démocraties comme la France. De nombreux patrons de médias et journalistes estiment que l'autorégulation pourrait menacer la liberté des médias. Puisque les normes journalistiques font depuis quelque temps, l'objet de vifs débats dans le monde entier l'autorégulation devient donc une nécessité. Néanmoins, il reste encore de nombreux pays qui n'ont pas encore d'une instance d'autorégulation<sup>2</sup>.

### 3.2 Les principaux obstacles à la création de conseils de presse dans les nouvelles démocraties

Vu le contexte haïtien, nous avons jugé bon de regarder les principaux obstacles à la mise en œuvre des instances d'autorégulation dans quelques démocraties naissantes particulièrement africaines<sup>3</sup>. Ces obstacles sont particulièrement liés à la situation socioéconomique notamment la précarité économique des journalistes et des médias, ce qui n'est pas différent dans le cas d'Haïti Haïti. Dans le cas d'Haïti, les difficultés d'élaboration et d'application d'un code de déontologie pour les journalistes et les médias haïtiens ont déjà été diagnostiquées par le chercheur Wisnique Panier (2012) à travers son ouvrage intitulé : *La déontologie des médias haïtiens face au pouvoir de l'agent : le cas d'Haïti et de la France*. Il serait nécessaire pour les acteurs de lire ce livre pour une meilleure compréhension du problème.

---

<sup>2</sup> Les principales raisons pour lesquelles il n'existe pas de conseil de presse dans certains pays sont d'ordre : politique: pays, par exemple, où les gouvernements s'efforcent de censurer les médias; économique : pays où les médias ne servent qu'à faire de l'argent ou à préserver les intérêts des milieux d'affaires et des élites politiques ou dans lesquels le marché de médias est trop exigü ; t juridique : pays où il existe des lois sur la presse et les médias électroniques qui régissent les questions de déontologie et d'exactitude; culturel : pays où les professionnels des médias sont opposés à une autorégulation (source : Guide de déontologie).

<sup>3</sup>Ces différents obstacles sont les suivants : « absence de tradition et d'expérience en matière d'autorégulation ; clivages politiques parmi les journalistes : l'absence de dialogue et de solidarité qui en résulte empêche les journalistes de défendre collectivement leurs intérêts communs ; exigüité des marchés médiatiques et sous-développement général des économies nationales : seuls quelques journaux et radiodiffuseurs sont en mesure de survivre, les autres devant s'allier à des forces politiques pour obtenir un soutien financier ; persistance des pressions politiques sur les médias, en particulier les médias publics, pour qu'ils soient loyaux envers ceux qui sont au pouvoir et évitent tout journalisme critique ; coopération étroite et dépendance mutuelle entre les élites politiques et les groupes d'affaires ayant des intérêts dans l'industrie des médias, ce qui expose les journalistes à une dépendance à la fois politique et économique ».

### 3.3 Le défi posé par l'Internet à l'autorégulation des médias

Nous avons aussi regardé les défis posés par l'autorégulation des médias en ligne tenant compte de la multiplication de ces nouveaux médias en Haïti. Nous avons remarqué qu'il s'agit des défis auxquels font face toutes les instances de régulation que nous avons analysées. Nous avons constaté que la quasi-totalité des instances d'autorégulation a dû s'affronter à la problématique liée aux nouveaux médias. Le problème s'est d'abord posé avec les médias traditionnels qui avaient une présence en ligne. Comme il a été souligné dans le guide déontologique, « Les sites Web pouvant être hébergés dans des pays très éloignés du public auquel ils s'adressent, des problèmes se posent quant à la compétence géographique de tout organisme réglementaire chargé d'administrer les codes de déontologie ». En raison de cette évolution, les instances d'autorégulation ont dû s'adapter en tenant compte des nouveaux médias. C'est donc dans cette perspective que le CEIMH recommande à ce que les compétences de cette instance d'autorégulation s'étendent aux nouveaux médias.<sup>4</sup>

## 4 MECANISME DE MISE EN ŒUVRE : LE CONSEIL DE PRESSE HAÏTIEN

Au regard de tout ce qui précède, le CEIMH propose le mécanisme suivant pour la mise en œuvre du code de déontologie adopté par des acteurs du système médiatique haïtien. Nous proposons l'adoption du modèle de Conseil de presse. Ce qualificatif peut être changé par les acteurs lors des discussions qui auront lieu dans le cadre de la table ronde prévue à cet effet.

### 4.1 Mission

Cette structure d'autorégulation est une institution sans but lucratif visant la protection de la liberté de la presse et du droit des usagers des médias à une information de qualité. Elle est créée à l'initiative conjointe de journalistes et de dirigeants de médias et des représentants du public. Elle a pour principale fonction de défendre le droit du public à une information de qualité. Cette d'autorégulation a comme tâches essentielles d'examiner les plaintes de public concernant le travail des médias et de les juger collectivement.

---

<sup>4</sup> De nombreuses personnes sont d'avis que les mécanismes d'autorégulation peuvent très bien s'adapter à un contexte d'avancées technologiques rapides en raison du fait qu'ils sont intrinsèquement plus souples que les outils réglementaires juridiques.

## 4.2 Compétences

Le Conseil de presse est un organisme autonome à adhésion volontaire, indépendant des autorités gouvernementales haïtiennes. Il fonctionne comme un tribunal d'honneur qui agit de manière indépendante. Les sanctions prononcées par cette juridiction n'ont qu'une portée morale. Elle ne doit pas être assimilée à un tribunal civil. Elle ne possède aucun pouvoir judiciaire, réglementaire, législatif ou coercitif. Néanmoins, ses décisions doivent être prononcées de manière rigoureuse empreinte de la confiance, du professionnalisme. Ce qui participera à redorer l'image de la presse haïtienne.

Le CEIMH recommande à ce que les compétences de cette juridiction de sanction s'étendent à tous les médias traditionnels (radio, télévision et presse écrite) avec leur extension sur internet et tous les nouveaux médias notamment les médias en ligne qu'ils soient membres ou pas de la structure ou signataires du code de déontologie.

Le Conseil de presse est habilité à effectuer des amendements au code de déontologie au besoin. Pour être validés, ces amendements doivent être adoptés par la majorité absolue des membres du conseil. Une fois constitués, les membres du conseil doivent se réunir pour définir ses règles de fonctionnement. Néanmoins, cette tâche peut être confiée à une entité extérieure qui pourrait proposer aux membres du conseil une première ébauche.

## 4.3 Composition et structures

Le CEIMH propose une structure similaire à celle du conseil de presse du Québec, mais avec certaines modifications qui prennent en considération les caractéristiques du système médiatique haïtien. Ce modèle s'inspire aussi de certains conseils de presse existant en Afrique qui présente des caractéristiques similaires aux réalités haïtiennes. Cette instance d'autorégulation est constituée de sept organes.

### 4.3.1 Le conseil d'administration

Le Conseil de presse est constitué d'un conseil d'administration de quinze membres : cinq qui vient du public, cinq représentants des entreprises de presse et cinq représentants des journalistes. Il est recommandé que la présidence du conseil d'administration soit assurée par un représentant du public. Les quinze membres du conseil d'administration siègent à titre individuel, leur mandat est de deux ans et est renouvelable deux fois.

Nomination des membres.

- Les membres journalistes sont nommés par l'assemblée générale des principales associations de journalistes en Haïti ;

- Les membres des entreprises de presse sont désignés par les principales associations de patrons de médias qui ont signé le code,
- Les membres du public et le président sont nommés par des organismes de protection des droits de la personne et du protecteur du citoyen. Il peut se faire également par le conseil d'administration à la suite d'un appel public de candidatures publié dans les médias ou d'une recommandation d'un comité de sélection tripartite.

#### 4.3.2 Commission de médiation et des plaintes

Le comité des plaintes est un organe tripartite, composé en rotation de six administrateurs issus de chacun des secteurs du Conseil de presse, pour analyser les plaintes et rendre une décision. Toutes personnes morales ou physiques qui estiment être victimes ou témoins d'une atteinte à la liberté de la presse ou au droit du public à l'information peuvent soumettre une plainte au Conseil de presse sans aucuns frais. Les plaignants peuvent ainsi dénoncer l'inexactitude d'une information, le manque d'équilibre dans le traitement de l'information, un conflit d'intérêts, un cas de censure, etc.

#### 4.3.3 Comité de recevabilité

Ce comité est habilité à déterminer la recevabilité d'une plainte. Il est composé de trois membres du conseil d'administration, dont un membre du public qui en assure la présidence, un journaliste et un représentant des entreprises médiatiques.

#### 4.3.4 Commission d'appel

Les décisions prises par l'instance de régulation peuvent faire l'objet d'un appel à la commission d'appel. Cette dernière est constituée de cinq anciens membres du conseil ou de cinq personnalités désignées par les principales institutions signataires du code comme ANMH, AMI, AJI, etc. La Commission est habilitée à rendre une décision appropriée visant à confirmer ou infirmer en tout ou en partie la décision du comité des plaintes.

#### 4.3.5 Commission d'attribution de cartes professionnelles

L'un des plus grands problèmes de la presse haïtienne est la question de statut professionnel des journalistes. Nous pouvons envisager la possibilité de créer une commission d'attribution de cartes professionnelles des journalistes selon les critères qui seront définis par la commission. Cette commission pourra composer d'un nombre égal de représentants des journalistes et des médias. Elle pourra être présidée par le président du Conseil de presse. La Commission d'attribution des cartes évaluera les demandes de carte de presse et décide si le demandeur doit recevoir une carte de journaliste professionnel ou non.

#### 4.3.6 Commission formation

La question de formation de journaliste en Haïti est problématique. Suivant le modèle de Luxembourg, il serait important de créer une commission de formation au profit des journalistes. Les membres de cette commission pourront organiser des formations annuelles ou semestrielles pour les journalistes potentiels (obligatoires) et les journalistes établis. Cette série de formation pourrait être portée particulièrement sur la question d'éthique et de la déontologie, les droits et les devoirs des journalistes et des médias.

#### 4.3.7 Commission des récompenses

Nous avons jugé bon de prévoir une récompense pour des journalistes et des médias qui ont affiché un comportement exemplaire au cours de l'année. À cet effet, le CEIMH recommande la création d'une commission d'attribution de récompense aux plus méritants. Cette commission pourra se réunir une fois par an pour examiner la liste des journalistes travaillant en Haïti afin de l'attribution des prix. Seuls les journalistes ayant plus de quinze ans d'expériences professionnelles pendant sont éligibles. En outre, la participation active au Conseil de presse peut être prise en compte pour l'attribution des prix.

#### 4.3.8 Le secrétariat

Le secrétariat du Conseil apporte le support nécessaire à la réalisation des mandats de l'organisme. Il fonctionne en permanence est sous la responsabilité du ou de la secrétaire générale du Conseil, qui sera désignée par le conseil d'administration.

### 4.4 Financement

La question du financement de l'instance de régulation est très importante pour garantir son indépendance. L'idéal serait qu'il soit financé au moyen de sources différentes. Ainsi, le CEIMH est conscient des difficultés financières acteurs du système médiatique haïtien, mais il propose une diversification de sources de financement de l'instance régulatrice qui se décline de la manière suivante : Les entreprises médiatiques membres (40 %), les associations de journalistes (2 %), le Gouvernement haïtien via le ministère de la Culture et de la Communication (45 %), autres institutions comme UNESCO (13 %).<sup>5</sup>

---

<sup>5</sup>À noter que ce modèle de financement existe déjà dans plusieurs pays. C'est cas par exemple pour des pays comme Pays-Bas ou en Suède, ou provenant à parts égales des propriétaires des médias et des journalistes, comme en Norvège.

## 5 REMARQUES ET PROPOSITIONS

En ce qui concerne le mécanisme de mise en œuvre, nous voulons formuler trois remarques :

- La configuration du paysage médiatique haïtien est très complexe. Il est bien précisé qu'il s'agit bien du « code de déontologie des journalistes et de médias haïtiens ». Ainsi, il serait important de déterminer, avant tout, qui est journaliste et qui ne l'est pas en Haïti. Est-ce que chaque individu qui se dote d'un micro, d'une caméra, d'une « carte de presse » et qui se dit journaliste l'est effectivement ? La question du statut de journaliste en Haïti reste et demeure très problématique.
- La deuxième remarque, c'est que nous avons un très grand nombre de médias dans le pays dont la grande majeure partie n'est pas reconnue par les institutions compétentes. Il y a par exemple, plus de sept cents stations de radio en Haïti dont la moitié fonctionnent illégalement (CONATEL, 2019). Et que dire des médias en ligne ? Même en l'absence de chiffre officiel, ils peuvent être comptés par des centaines. Sont-ils considérés comme des médias haïtiens auxquels s'adresse le code ?
- La troisième remarque que nous voulons faire c'est à propos du code lui-même. Un code ne vaut que par son application. Or, le code ne prévoit aucun mécanisme de mise en œuvre. C'est sa plus grande faiblesse. À cet effet, nous proposons d'effectuer un amendement au code de déontologie déjà adopté en y ajoutant un article qui prévoit la mise en place d'une instance d'autorégulation. Aussi, nous devons prendre en considération le poids des nouveaux médias notamment les médias en ligne dans le paysage médiatique haïtien. Le CEIMH recommande à ce qu'il soit partie prenante au code.

## CONCLUSION

Ce document synthétise la proposition du mécanisme de mise en œuvre du code de déontologie des journalistes et des médias haïtiens proposés par le Centre d'études interdisciplinaires sur les médias haïtiens (CEIMH). Cette proposition doit être soumise aux acteurs concernés par la mise en œuvre du code par le Bureau de l'UNESCO en Haïti. Ce document constitue un cadre de référence pour les discussions entre les acteurs du système médiatique haïtien dans la perspective de la mise en place d'une instance d'autorégulation des journalistes et des médias haïtiens. Il s'agit d'une ébauche qui est appelée à évoluer en fonction des remarques et des recommandations des acteurs. Il est recommandé à ce qu'il soit envoyé aux parties prenantes un mois avant la tenue de la table ronde. Dans le cadre de l'élaboration de ce document, nous avons discuté avec certains des acteurs et nous avons constaté que la question d'autorégulation était encore loin de leur préoccupation.