

# Lancement de la "Journalism Trust Initiative (JTI)", dispositif d'autorégulation des médias contre la désinformation

<br>

Un dispositif d'autorégulation des médias visant à lutter contre la désinformation en ligne, la "Journalism Trust Initiative" (JTI), vient d'être lancé par Reporters sans frontières (RSF) et ses partenaires, l'Agence France-Presse (AFP), l'Union européenne de radio-télévision (UER - Alliance des médias européens de service public) et le Global Editors Network (GEN - 2300 adhérents). Le dispositif, que l'on peut traduire en français par "Initiative pour la fiabilité de l'information", vise à favoriser le respect des processus de production journalistique et à donner des avantages concrets à ceux qui les mettent en oeuvre. L'objectif est de créer un référentiel pour le journalisme sous la forme d'indicateurs sur la transparence des médias, l'indépendance éditoriale, la mise en oeuvre de méthodes journalistiques et le respect des règles déontologiques. Ces normes (ou "standards") seront établies dans le cadre d'un processus concerté sous l'égide du Comité européen de normalisation (CEN), ouvert à compter du 3 avril 2018 aux acteurs concernés du secteur : médias, associations et syndicats professionnels, instances d'autorégulation comme les conseils de presse et les organismes de réglementation, ainsi que plateformes numériques, annonceurs et représentants des intérêts des consommateurs. Ces normes sont destinées à devenir une référence en matière d'autorégulation des médias et de bonnes pratiques pour tous ceux qui produisent des contenus journalistiques, qu'il s'agisse de blogueurs ou de groupes de médias internationaux. L'adoption des règles ouvrira la voie à un processus de certification. Le Groupe de travail du CEN sera présidé par Claudio Cappon, ancien directeur général du radiodiffuseur public italien RA. Des avantages pourront être attachés à la qualité et à l'indépendance du journalisme à travers une distribution et un traitement privilégiés par les algorithmes des moteurs de recherche et des réseaux sociaux, avec pour résultat une meilleure visibilité, une plus grande portée et de plus importantes recettes publicitaires. Des représentants des annonceurs, soucieux d'établir une "liste blanche" de médias auxquels associer leur image, ont par ailleurs affirmé leur intérêt pour l'initiative, qui pourrait leur fournir des critères pour affecter leurs dépenses publicitaires. Le dispositif pourrait aussi servir de référence pour les aides publiques à la presse, offrant ainsi aux médias des sources de financement complémentaires. Il pourra être utilisé par des organes de régulation et servir de base à un label des médias de confiance. Le "Plan de projet" publié sur le site web du CEN est dès à présent soumis aux commentaires et à l'approbation de tous les groupes concernés. Ceux qui soutiendront le document seront ensuite appelés à collaborer pendant une période de 12 à 18 mois, afin d'élaborer les indicateurs, et ce sous l'égide de l'organisme français de normalisation, l'Association française de normalisation (AFNOR), et de son équivalent allemand, le Deutsches Institut für Normung (DIN). La Fédération européenne des journalistes (FEJ), associée aux réflexions, a formulé des propositions qui ont été prises en compte. "Nous croyons profondément

que notre initiative contribuera à favoriser l'intégrité du débat public en garantissant le pluralisme le plus large", a indiqué Christophe Deloire, secrétaire général de RSF.