

Cfdt:

JOURNALISTES

FACE À L'EXTRÊME DROITE

PLUS QUE JAMAIS JOURNALISTES

Infos, ressources, conseils

« Le fascisme ne se lève pas dans les pays développés comme la tempête en une nuit.

Il est d'abord rampant, dissimulé, ordinaire.

Il progresse par les mille voies de la haine, avivée par les difficultés économiques.

Il s'empare des cœurs avant de pervertir les esprits puis de prendre le pouvoir. »

Robert Badinter, en 1984

SOMMAIRE

Ce livret est édité par CFDT-Journalistes, une union fédérale au sein de la fédération Communication conseil culture (F3C-CFDT), dédiée à la défense des journalistes et de la liberté de la presse. La CFDT a des militants dans de très nombreuses entreprises de presse et soutient les journalistes dans leur travail capital, pilier de la démocratie.

Édito	4
Fiers et forts des convictions CFDT	5
Conscients de ce qu'est l'extrême droite	
L'extrême droite, bien plus vaste que des partis.....	7
Savoir repérer la stratégie de dédiabolisation.....	10
Journalistes avant tout	
Reprendre la main.....	12
Enquêter sur l'extrême droite	15
Se méfier de l'auto-censure.....	16
Je ne couvre pas l'extrême droite, suis-je concerné·e ?.....	17
Résister collectivement, en entreprise et avec les citoyens	
Pour des médias qui restent au service de l'information	19
Un rôle pour les citoyens, lecteurs, auditeurs, sources	21
Les 10 commandements du journaliste face à la montée des idées d'extrême droite	23

Crédits :

Images : Service Communication F3C CFDT, Getty Images –

Rédaction : CFDT-Journalistes (novembre 2025) – Imprimeur : Promoprint – Éditeur : F3C CFDT.

ÉDITO

NE NOUS LAISSONS PAS PARALYSER !

La poussée de l'extrême droite en France et hors de nos frontières est devenue un fait majeur au point que son issue semble, parfois, inéluctable. On la commente, elle fait l'actu, devient l'aiguillon des agendas, tandis que ses tenants progressent irrémédiablement aux commandes de plus en plus de médias. Face à ce qui semble écrit, menacent le sentiment d'impuissance, la minimisation du danger, ou au contraire une sensation panique, face à l'ampleur de la tâche. En plus de rattraper des décennies d'accoutumance, de petits renoncements, il faut faire face à des acteurs extrêmement puissants et un rapport de force violent. Résister demande du courage, de l'imagination, de la stratégie, du collectif... alors que la profession est déjà malmenée par ailleurs.

Nous y sommes pourtant, et la perspective est grave. Avec l'extrême droite au pouvoir, c'est bien à une bascule hors de l'État de droit que nous risquons d'assister, et dont nous serons tous victimes, et à une ouverture de toutes les vannes de la violence dans la société, tandis que notre devise - liberté, égalité, fraternité - déjà souvent mise à mal, serait clairement remise en cause. Alors nous n'avons que deux choix : accepter ou lutter.

Ne nous laissons pas paralyser ! Nous, les journalistes, nous pouvons agir. Pas contre certaines formations politiques, mais pour un journalisme exigeant et responsable, qui ne se laisse pas berner par une stratégie de normalisation et joue pleinement son rôle en informant les citoyens. Nous savons la tâche ardue et les pièges nombreux. Mais ne sous-estimons pas nos capacités individuelles et

collectives : nous avons des ressources ! En entreprise, nos sections sont des vigies permanentes, la profession est riche de nombreux acteurs – collectifs, associations, médias – et peut compter sur de nombreux chercheurs, ONG et citoyens alliés qui peuvent nous aider à penser et résister.

Lors des élections européennes et législatives de 2024, à la CFDT-Journalistes, nous avions appelé la profession à « ne pas regarder monter l'extrême droite les bras croisés ». Depuis, nous avons travaillé à un outil complet. Un livret visant à comprendre les menaces, penser les relations entre l'extrême droite, ses idées, et les médias, trouver le bon positionnement. Mais aussi réagir en cas d'attaque ou quand son média bascule. Sans oublier le rôle, capital, des citoyens. Ce document complet est disponible en ligne (QR code en page de der). L'édition que vous tenez en main en est une synthèse.

Il s'agit du fruit du travail d'un collectif d'adhérents ayant mis en commun leurs expériences, leurs regards, leurs connaissances. Certains ne couvrent pas du tout la politique, mais savent que tout journaliste, quelle que soit sa place, a un rôle à jouer, simplement en faisant son travail du mieux qu'il le peut, au service de la société, en soutenant ses collègues, en promouvant les démarches constructives. La perspective est sombre, mais s'y atteler ensemble est enthousiasmant : partager des indignations, des valeurs, une déontologie, des bonnes pratiques, peut redonner du courage. Alors, prenons des forces, et allons-y ! Ne restons pas seuls !

FIERS ET FORTS DES CONVICTIONS CFDT

Premier syndicat de France en mesure de représentativité, la CFDT offre à ses plus de 600000 adhérents un cadre clair dans la lutte pour la préservation de notre démocratie :

Ses valeurs, définies à l'article 1^{er} de ses statuts : l'émancipation individuelle et collective, la solidarité, l'égalité (lutte contre toutes les formes d'exclusion, de discrimination, de sexe, de racisme et de xénophobie) et la démocratie. « *La confédération et ses organisations combattent toutes les formes d'abus de pouvoir, d'autoritarisme, de totalitarisme, et participe à la consolidation de la démocratie.* »

La résolution générale de son dernier congrès dit en intro : « *l'extrême droite pervertit le débat public et corrompt les valeurs de la République. C'est elle qui ne parle de laïcité que pour mieux réprimer la liberté de conscience. C'est elle qui n'invoque l'universalisme que pour occulter, voire justifier, les discriminations. C'est elle enfin qui fantasme le peuple pour mieux stigmatiser les « minorités », où elle enferme celles et ceux qu'elle veut opprimer.* »

Non partisane : la CFDT appelle à faire barrage à l'extrême droite à chaque fois que celle-ci pourrait l'emporter et développe des argumentaires pour contrer ses idées. Mais elle est indépendante des partis politiques et respecte la liberté de conscience de ses membres et donc ne donne donc jamais de consignes de votes. Cependant, elle appelle à ne pas s'abstenir.

Un réseau : la CFDT déploie un réseau de référents qui luttent contre les idées d'extrême droite et pour la démocratie, sur tout le territoire et dans tous les champs professionnels. Ils se forment, partagent infos et bonnes pratiques, réalisent un monitoring des menaces, conçoivent des tracts pour lutter contre les idées reçues, des outils pour organiser l'écoute de leurs collègues et des citoyens, des fiches pour aider à réagir... et s'encouragent mutuellement !



Marylise Léon
Secrétaire générale de la CFDT

Le guide édité par la CFDT-Journalistes est indispensable ! Il permet aux journalistes de disposer d'outils pour ne pas tomber dans le piège de la promotion des idées d'extrême droite. Ces idées racistes, autoritaires et nationalistes peuvent se nicher partout : choix de cadrage des sujets, reprises d'informations erronées ou mensonges de ses dirigeant.es.... Outre des outils pratiques, le guide apporte des ressources pour protéger les journalistes, une profession particulièrement ciblée. Merci à la CFDT- Journalistes de montrer que la lutte contre les idées d'extrême droite n'est pas partisane. C'est un combat syndical et citoyen. N'hésitez pas à la mener avec nous !

**CONSCIENTS
DE CE QU'EST
L'EXTRÊME DROITE**

L'EXTRÊME DROITE, BIEN PLUS VASTE QUE DES PARTIS

Les idées d'extrême droite sont défendues par des partis politiques identifiés comme tels, mais pas seulement, ce qui complexifie la tâche des journalistes. Alors avant toute chose, sachons de quoi et de qui on parle !



L'extrême droite regroupe plusieurs familles idéologiques, autour de trois branches historiques principales :

- une extrême droite contre- révolutionnaire (royalistes, intégristes...), qui rejette les principes de la Révolution française de 1789.
- une extrême droite nationaliste- révolutionnaire ou néo-fasciste, allant jusqu'aux néo-nazis. Ces groupuscules souvent violents sont parfois qualifiés d'ultra-droite en ce qu'ils ne visent pas une conquête du pouvoir par les urnes mais par la rue.
- une extrême droite nationale-populiste et électoraliste, représentée en France par le poujadisme (1956) puis par le parti lepéniste (depuis 1972).

Le Front national, devenu en 2018 le Rassemblement national, est à l'origine la vitrine électorale d'un mouvement de jeunes activistes néofascistes, Ordre nouveau, dont le Gud était la branche étudiante. La flamme du logo du FN, puis du RN, reprend ainsi celle d'un mouvement néofasciste italien (le MSI), symbolisant l'immortalité de Mussolini. Ce regroupement unitaire s'opère autour de deux ciments : l'anti-communisme et l'anti-gaullisme, celui des collaborateurs de 1940 et des partisans de l'Algérie française de 1962.

Le lepénisme est aujourd'hui le parti dominant du bloc électoral d'extrême droite, mais il a des alliés : l'Union des droites pour la République d'Éric Ciotti (dissident de LR) et Identité-Libertés de Marion Maréchal (nièce de Marine Le Pen). Et le RN y a des concurrents : Reconquête! d'Éric Zemmour et Sarah Knafo.

« Nouveauté : l'extrême droite avance masquée sur des terrains n'ayant en apparence pas d'étiquette politique. »

Stratégiquement, une partie de l'extrême droite française a, elle, décidé de donner la priorité au **combat des idées** et non au combat électoral : la conquête des esprits comme préalable à une conquête du pouvoir. Ce fut le cas dans les années 1970 de la Nouvelle droite. C'est le cas depuis les années 1990 des "identitaires". Du Bloc identitaire à Génération identitaire, jusqu'à une myriade de groupes locaux ou collectifs comme les pseudo-féministes de Némésis. Ces courants infusent dans la société des notions radicales et raciales : « Français de souche », « remigration », etc.

DE NOUVELLES POROSITÉS

Les frontières organisationnelles et idéologiques entre groupuscules radicaux et partis à la recherche de respectabilité d'une part et entre la droite et l'extrême droite d'autre part n'ont jamais été complètement étanches. De Nicolas Sarkozy, qui institue en 2007 un ministère de l'Immigration et de l'Identité nationale, à Bruno Retailleau, qui reprend depuis 2022 la notion identitaire de "Français de papier". En 2025, les voix appelant à une alliance des droites se sont multipliées, et le programme RN et LR sur les sujets régaliens devenus extrêmement proches.

La nouveauté, en revanche, qui doit alerter tout citoyen en général et tout journaliste en particulier, ce sont de nouvelles porosités, avec une extrême droite qui avance masquée sur plusieurs terrains n'ayant en apparence pas d'étiquette politique :

- les réseaux sociaux, où des influenceurs propagent un discours raciste sur l'immigration, ou masculiniste.
- la floraison d'**observatoires ou think-tanks** dont l'objectif est de focaliser le débat sur leurs thématiques.
- des **médias** installés mais passés sous l'influence de Vincent Bolloré, où - malgré parfois de courageuses résistances internes - il ne s'agit souvent plus de travail journalistique mais de défense d'un agenda politique.

- des réseaux nationaux ou internationaux de financeurs **ultralibéraux et ultraconservateurs**. Avec en France, la sphère du milliardaire Pierre-Édouard Stérin, de son projet politique Périclès (acronyme de Patriotes, Enracinés, Résistants, Identitaires, Chrétiens, Libéraux, Européens, Souverainistes) qui vise la conquête de toutes les sphères de pouvoir, notamment via la bataille médiatique, et via son Fonds du bien commun. Et à l'international, le réseau libertarien Atlas, créé aux États-Unis d'Amérique (à travers le Project 2025 de Donald Trump) mais aussi présent en France.

Il convient donc d'être conscients que l'extrême droite aujourd'hui, c'est tout cela, et que notre vigilance doit être globale. Pour la combattre, il faut déjà bien la connaître.

DES ENNEMIS DE LA LIBERTÉ DE LA PRESSE

Où qu'elle soit au pouvoir, l'extrême droite commence par s'attaquer à la liberté de la presse. En Hongrie, en Italie, en Pologne, en Russie, aux Etats-Unis, ont été mis en œuvre les mêmes outils : surveillance et multiplication des atteintes aux secrets des sources, interdiction de publication ou de diffusion de certains médias indépendants, pressions, suppression des aides à la presse, dénigrements... En France, les pressions sont déjà à l'œuvre, avec des élus parfois en guerre ouverte contre les médias locaux, une insistance pour obtenir d'être traités comme ils le souhaitent, des discours de discrédit, des attaques en justice, une offensive contre l'audiovisuel public, des campagnes de harcèlement contre certains journalistes...

Sans compter, en France, certains médias qui font mine de confondre liberté de la presse et liberté d'expression « décomplexée », qui leur permet de revendiquer une « ligne éditoriale » anxiogène qui amalgame immigration, délinquance et insécurité (entre autres !) et fait la part belle aux opinions au détriment du travail de terrain. Détenus par des personnalités proches de l'extrême droite (dont Vincent Bolloré), ils ne servent pas les citoyens mais un projet d'accès au pouvoir, dans un contexte de concentration des médias et industries culturelles qui amplifie leur main-mise au détriment du pluralisme.

LE PROGRAMME RN POUR LES MÉDIAS

- **Privatisation** de l'audiovisuel public
- **Forte baisse** des aides à la presse
- **Suppression** de l'ARCOM
- **Suppression** de l'abattement fiscal des journalistes
- **Aucune proposition de régulation** des concentrations médiatiques, de défense de l'indépendance des rédactions, de renforcement du secret des sources, de lutte contre les procédures bâillon...

NB : Nous ne développons pas ici les programmes globaux des partis d'extrême droite mais il est impératif pour tout journaliste de bien les connaître.

SAVOIR REPÉRER LA STRATÉGIE DE DÉDIABOLISATION

Le RN n'a pas changé, mais il a changé son image, en employant certaines techniques, dont il faut être conscient pour ne pas être dupe :

- Refonte rhétorique et euphémisation du vocabulaire : remplacement de la « préférence nationale » par « priorité nationale », substitution des termes stigmatisants par un **vocabulaire** plus neutre : « souveraineté », « identité », « différences », « réalisme migratoire », « bon sens »...
- Transformation de **l'image** de marque : changement de dénomination (Front National > Rassemblement National), modernisation du logo et adoption de couleurs plus neutres, mise en avant de figures perçues comme plus modérées, investissement massif des réseaux sociaux, notamment TikTok.
- Professionnalisation du **discours** politique : recrutement de communicants maîtrisant les codes médiatiques, références détournées aux valeurs républicaines (laïcité, sécurité, égalité), présentation de programmes économiques "structurés".
- Stratégie de **victimisation** et inversion du stigmate : dénonciation du « système », des « élites » et des « médias dominants », critique de la « censure » et du « politiquement correct », mobilisation du concept de « cancel culture », affirmation de porter une « parole interdite », critique du « wokisme ».
- Tactiques électoralles **d'implantation** dans les petites communes et Conseils régionaux, alliances ponctuelles avec des partis ou figures plus modérées, respect des règles démocratiques et des institutions.
- Recentrage sur des enjeux **consensuels** et concernants : sécurité, pouvoir d'achat, défense des retraites et des services publics, défense de la culture française, de ses traditions et terroirs et de la beauté de sa langue, référence au patrimoine.
- Appropriation de termes et thèmes connotés **positivement** et souvent empruntés à la gauche : démocratie, laïcité, pluralisme, défense de la liberté d'expression, des femmes et des personnes LGBT... pour les opposer bien sûr aux musulmans !
- Maîtrise de l'espace **numérique** : communication directe avec la base électorale via les réseaux sociaux, utilisation de l'humour, figures disruptives pour séduire les nouveaux électeurs, maîtrise de la real politique...

**JOURNALISTES
AVANT TOUT**

REPRENONS LA MAIN...

... SUR L'AGENDA

Les **provocations** sont faites pour choquer et s'imposer. C'est la stratégie de saturation médiatique, qui donne à ces discours une visibilité disproportionnée par rapport à l'actualité. À nous de nous efforcer de relayer uniquement ce qui constitue une information. Aborder aussi avec beaucoup de vigilance et de retenue le fait divers arrivé en pleine campagne électorale. C'est en acceptant leur agenda que les médias déplacent tout le curseur vers la droite. Enfin, on peut se questionner en équipe : est-il nécessaire de les inviter de façon disproportionnée hors période électorale ?

...SUR LES DÉNOMINATIONS

Attention au **relifting sémantique**. Soyons clairs : le Conseil d'État a confirmé en mars 2024 la circulaire du ministère de l'Intérieur plaçant le RN à l'extrême droite, le PCF et LFI à gauche, et Lutte ouvrière ou le NPA à l'extrême gauche. Le Rassemblement national rejette le qualificatif d'extrême droite au profit de « droite nationale » ou « droite nationaliste », mais ces termes ne signifient rien de précis en sciences politiques, qui, en revanche, retiennent les critères suivants pour ranger un parti dans la catégorie « extrême-droite » : inégalitarisme, nationalisme et sécuritarisme. Si l'on veut préciser l'idéologie du RN, on peut ajouter le qualificatif de « national-populiste » ou de « nationaliste ». Sur les infographies ou cartes électoralles, leur couleur historique est bien le brun, pas le bleu auquel ils aspirent. Il faut y veiller. Changer de couleur entraverait les analyses sur des périodes historiques longues.

... SUR LE VOCABULAIRE

« Décivilisation », « islamо-gauchisme », « wokisme », « submersion migratoire », « ensauvagement »... l'extrême droite a réussi à imposer ses éléments de langage.



**“Décivilisation”,
“islamo-gauchisme”,
“wokisme”,
“submersion
migratoire”,
“ensauvagement”...
l'extrême droite cherche
à imposer ses éléments
de langage. Mais les
journalistes ne sont pas
des perroquets !**

Lorsqu'on fait le choix de les utiliser, n'oublions pas les guillemets, traduisons-les en des termes plus clairs, et décryptons-en la portée. Exemples : la « préférence nationale » est une mesure anticonstitutionnelle. Le « grand remplacement » est une théorie **raciste et complotiste**, contredite par les chiffres de l'Insee. La « vague migratoire » donne le sentiment de subir une catastrophe, tandis que « crise politique de l'accueil » met en avant nos difficultés à accueillir ceux qui sollicitent le droit d'asile, inscrit dans la charte des droits fondamentaux de l'Union européenne. Et quand les responsables d'autres partis reprennent les éléments de langage d'extrême-droite ? Rappelons l'origine de ces termes et qui s'en est servi pour la première fois. Par ailleurs, certains lieux communs sont tellement utilisés qu'on oublie de les questionner. L'historienne Sophie Bessis explique bien comment l'emploi de l'expression « civilisation judéo-chrétienne » « *sert souvent à occulter près de deux millénaires d'antisémitisme, mais aussi à occulter l'apport de l'islam, aussi structurant pour l'Europe* ».

... SUR LE CHOIX DES SUJETS

Quand sont décidés les grands thèmes d'un débat télévisé, à nous de choisir quels sont les enjeux importants du moment, et de ne pas laisser les invités dérouler leur parole uniquement sur leurs sujets de prédilection.

Les inégalités, les services publics, le climat, sont des sujets qui intéressent les Français ! **L'insécurité** est un sujet important, bien sûr, et il faut le traiter. Mais pour que le traitement soit complet, rappeler que l'insécurité peut aussi venir de l'extrême droite : certains habitants apprennent à éviter certains quartiers, comme dans le Vieux Lyon, gangréné par les groupuscules fascistes. Et il importe de ne pas passer sous silence certains faits divers violents et racistes mettant en cause ces mouvances.

... SUR L'INTERVIEW

Pointer quand les interlocuteurs avancent des chiffres ou des comparaisons erronées, et rappeler les statistiques officielles. Les reprendre quand ils tiennent des propos répréhensibles par la loi, ou franchement stéréotypés, quand ils stigmatisent leurs adversaires, ou quand ils relaient carrément des **fake news** : cela ne relève pas de la liberté d'expression ! Cela nécessite une grande préparation. Il peut d'ailleurs être utile de se former : repérer ce qui relève de la discrimination, du stéréotype, du racisme, de l'homophobie, ou encore de la désinformation, ce n'est pas inné ! Refuser également de se voir répondre « l'accusation que vous relayez vient de la gauche », comme si cela délégitimait l'information, et bien sûr rejeter fermement toute accusation d'être un journaliste militant, qui ne vise qu'à déstabiliser et faire passer l'exigence journalistique comme une attitude hostile

... SUR LE CHOIX DES INTERVIEWÉS

Inviter un expert autoproclamé et partisan face à un universitaire ou un politologue reconnu, c'est laisser penser que parole scientifique et lobbying politique se valent. Comme à l'époque où l'on opposait climatosceptiques et experts du Giec ! Or les instituts de sondage et think tanks sont un puissant **cheval de Troie** de l'extrême droite dans les médias. Certains ne sont ni neutres, ni scientifiques, ce sont des lobbyistes. L'Observatoire de l'immigration et de la démographie (OID), financé par Pierre-Edouard Stérin, publie des pseudo rapports ou des vidéos prétendument pédagogiques mais totalement biaisées. Plus ancienne, la Fondation IFRAP (Institut pour la recherche sur les administrations et les politiques publiques), visant “la performance des dépenses publiques”, est un lobby rattaché au réseau international libertarien Atlas. Elle revendique 800 passages médias annuels, notamment de sa directrice Agnès Verdier-Molinié.

Ces “experts”, qui parlent d’autorité, sont fortement sollicités par certains médias très marqués à droite et à l’extrême droite. Mais de plus en plus, les autres médias leur donnent aussi une place. Par méconnaissance ou pour jouer le jeu du “pluralisme” ? Face à cet entrisme, nous devons redoubler de vigilance dans le choix de nos interviewés : le titre ne suffit plus, il faut aussi se renseigner sur le sérieux et la longévité de la structure, ses travaux, ses publications, son financement...

... SUR LE TON

Faire connaître les personnalités d’extrême droite est nécessaire et elles peuvent se prêter à l’exercice du portrait ou de l’entretien, mais, et ça vaut pour toutes les personnalités politiques, avec une **distance particulière**, et en évitant tout ce qui concourt à une proximité, sur le fond et la forme, par exemple dans des formats dont la musique, les couleurs, le décor, la posture, amènent une atmosphère d’intimité.

... SUR LA FAÇON D’ABORDER LES PRÉOCCUPATIONS DES ÉLECTEURS DE PARTIS D’EXTRÊME DROITE

La meilleure façon de le faire est de traiter leurs sujets de prédilection supposés avec la plus grande rigueur journalistique. Leur donner la parole, **écouter les ressorts** de leur vote est impératif. Mais leurs justifications et leurs contradictions sont à questionner : “peiner à joindre les deux bouts” justifie-t-il l’adhésion aux idées d’un parti dont les députés ne votent jamais les lois apportant des progrès sociaux, déposent des amendements en faveur des plus riches ? À nous de rappeler la structure de l’électorat RN : ils ne sont pas tous pauvres, au contraire, et le programme du parti est très favorable aux grandes fortunes. Et d’oser dire clairement quand il apparaît que leurs motivations relèvent du racisme et de l’islamophobie.

... SUR LA PLACE DE L’EXTRÊME DROITE TOUT COURT DANS L’ACTU

Bien sûr que la montée de l’extrême droite est à montrer et commenter. Mais sans surreprésenter ces formations politiques. La plateforme de veille médias Tagaday a montré que durant la période du mois de mai 2024, mois des Européennes, Jordan Bardella a été de très loin la tête de liste avec la plus forte couverture médiatique (17309 mentions relevées dans un panel de 3 000 publications print, web, 5 400 programmes télé et radio), loin devant Raphaël Glucksmann (11 832 mentions) et trois personnalités à un niveau similaire (autour de 5700 mentions) : François-Xavier Bellamy (Les Républicains), Valérie Hayer (Majorité présidentielle) et Marion Maréchal (Reconquête). Cela ne correspond pas du tout à sa place et sa proportion dans l’échiquier politique ni dans les opinions des Français, et revient à lui accorder un traitement de faveur. Le RN ne représentait aux législatives 2024 que 19 % des électeurs inscrits.

Pas de quoi affirmer que la France est d’extrême droite !

SE FORMER À LA CONNAISSANCE DU RACISME, DE L’ANTISÉMITISME ET DES DISCRIMINATIONS

C'est important car :

- Ce n'est pas si évident de les identifier, derrière des paravents parfois édulcorés
- C'est illégal. Il faut connaître les lois et savoir repérer ce qui est anticonstitutionnel ou relevant du délit d'incitation à la haine raciale, ou de harcèlement discriminatoire, par exemple.
- Les journalistes ne sont pas parfaits ! Quelle que soit son origine ou son ouverture d'esprit supposée, personne n'est à l'abri d'une pensée empreinte de racisme ordinaire et de stéréotypes, et réussir à en prendre conscience et les déconstruire ne se fait pas tout seul.

CONSEILS POUR ENQUÊTER SUR L'EXTRÊME DROITE



SOURCES, RIGUEUR, IMPARTIALITÉ

- Traiter les partis d'extrême droite avec la même **rigueur** et la même honnêteté que les autres partis, sans jamais oublier le contradictoire, pour éviter tout procès ou droit de réponse.
- Attaquer les élus sur le versant moral peut être nécessaire mais n'est jamais suffisant et rarement payant. Il faut aller les chercher sur **le fond** : les programmes, les propositions, les premières mesures en cas de victoire...
- Ne pas se contenter d'interviews. Quand on enquête localement par exemple, suivre tous les conseils municipaux, la manière dont l'opposition est traitée, la gestion, les attributions de marchés publics, les subventions aux associations, le contenu des journaux municipaux... Suivre la réalisation de leurs promesses, pointer les contradictions. Et s'appuyer ainsi sur des **faits incontestables**.
- Les tensions se cristallisent autour des **ambitions** des uns et des autres. Faire parler les militants. Le respect de la hiérarchie et des ordres n'est pas très fort au RN et les militants sont parfois très bavards.
- Savoir décrypter les tenues vestimentaires, **les codes**, les symboles graphiques, les expressions, pour repérer les parentés avec différents cercles d'extrême droite et les différences entre eux.
- Se préparer aux attaques et stratégies de **déstabilisation**, définir par avance les limites (exemple : refuser les questions personnelles ou intrusives). Lorsqu'il existe un risque identifié (élus hostiles, figures d'extrême droite), mener l'interview à deux ou prévoir un soutien logistique. Privilégier les lieux sûrs et neutres. Refuser les captations "off" imposées par l'interlocuteur.
- Passer des coups de fil et des mails discrets (carte SIM prépayée...). Éventuellement signer sous pseudo. Bien canaliser ses réseaux sociaux et son existence numérique (éviter les données personnelles).
- Réagir vite aux **attaques** telles que cyberharcèlement et procédures bâillon : verrouillez vos réseaux, gardez des preuves, prévenez votre hiérarchie, portez plainte. Et ne restez surtout pas rester seul : collègues, hiérarchiques, syndicat, sont là pour vous aider.

Et retrouvez
de nombreux autres conseils
dans le livret augmenté !



SE MÉFIER DE L'AUTO-CENSURE



Dans certaines rédactions très orientées politiquement ou excessivement prudentes, aborder certains thèmes, remettre en cause le choix d'un sujet, l'emploi d'un certain vocabulaire, voire le traitement tendancieux de l'information est presque impossible. Pousser certains sujets fait aussi parfois encourir le risque d'être ostracisé (étiqueté militant, partisan, non fiable, casse-pieds ou donneur de leçons...), voire de perdre son emploi pour les pigistes. Il faut évidemment bien mesurer les conséquences avant de prendre le rôle de paratonnerre. Mais l'auto-censure doit être lucide. Il peut y avoir différentes façons de semer des graines et d'agir de l'intérieur :

- échanger avec les collègues pour se sentir moins seul et solliciter leur soutien
- présenter les choses avec mesure, proposer des alternatives si ça coince, chercher un autre angle qui permettra tout autant de traiter le sujet
- expliquer pourquoi parler de telle et telle façon pose un problème démocratique
- quand on nous dit « il faut parler aux électeurs du RN, ne pas les mépriser », rappeler que la meilleure façon de le faire est la plus grande rigueur journalistique, et qu'il ne faut pas non plus oublier tout le reste du corps électoral (majoritaire), les abstentionnistes, et tous ceux qui ne peuvent pas voter (les mineurs, les étrangers), à qui les médias doivent aussi s'adresser
- quand on nous dit « on n'est pas Médiapart », pour repousser des propositions d'enquête, rappeler qu'une information à valeur ajoutée est le meilleur moyen de rétablir la confiance... et de gagner des abonnés
- informer les élus de son entreprise pour qu'ils dénoncent le cas échéant une autocensure rampante ou effective, source de perte de sens du travail donc de risque psycho social, et réclamer plus de dialogue
- réaliser aussi les freins que l'on se met soi-même, en ayant peur de traiter certains sujets vus comme sensibles ou risqués : pourquoi pas s'inscrire à une formation pour réviser les méthodes de l'enquête et gagner en confiance ?

JE NE COUVRE PAS L'EXTRÊME DROITE, SUIS-JE CONCERNÉ ?

Sans couvrir particulièrement l'extrême droite, on peut avoir un rôle important en faisant simplement bien son travail de journaliste, sur tous les sujets. La CFDT défend un journalisme qui ne contribue pas à l'hystérisation générale mais au contraire à une **société de connaissance** et de respect mutuel. Les journalistes ne le peuvent pas seuls. Mais tenter d'y œuvrer, à son niveau, c'est déjà beaucoup.

Les migrations, la place des femmes dans la société, les diverses orientations sexuelles, les religions, la sécurité, la crise climatique, les ruralités, la pauvreté... Comme pour tout sujet, **repartons des faits**, avec rigueur, objectivité et précision, en donnant la parole aux personnes concernées, en interrogeant des experts véritables, et notamment des scientifiques, en variant les angles, en faisant preuve d'éthique, en évitant les raccourcis, en allant sur le terrain... Pour ne citer que cet exemple, l'extrême droite prospère notamment sur le sentiment d'abandon des habitants des campagnes, et s'autoproclame leur unique porte-voix. A nous de dépasser le

périm ou de nous éloigner des grandes villes pour relater toutes les réalités.

Par ailleurs, alors que l'extrême droite fait son miel des émotions négatives, de la peur et des divisions, et sans tomber dans un journalisme de bons sentiments, nous pouvons donner plus de place aux **récits porteurs d'espoir**, aux initiatives, montrer les résultats obtenus, les défis complexes que les associations par exemple parviennent à surmonter.

Et si les médias n'ont pas à faire les élections, ils ont à défendre la démocratie. On peut relayer toutes les formes d'exercices démocratiques, et pas seulement des grands partis (collectifs de citoyens, syndicalisme...).

Enfin, nous pouvons réaliser un travail remarquable, mais pour autant ne pas atteindre le public. N'oublions pas que la part des personnes s'informant par les médias « traditionnels » est en recul constant et que la confiance dans les médias est bien faible. Réfléchir à de nouvelles façons de **rejoindre les citoyens** est aussi une pierre à cette édifice démocratique.

Ressources :

- La charte de Marseille, sur le traitement médiatique des migrations chartejournalismemigrations.fr
- La charte pour un journalisme à hauteur de l'urgence écologique chartejournalismeeconomie.wordpress.com
- Les recommandations du Conseil de déontologie journalistique et de médiation (CDJM) sur les faits divers, les questions, scientifiques, la rectification des erreurs cdjm.org/recommandations
- Les conseils de l'association de femmes journalistes *Prepons la Une* prenonslaune.fr
- Le kit à l'usage des rédactions de l'association des journalistes LGBT (AJL) ajlgbt.info/informer-sans-discriminer
- La page du site de CFDT-Journalistes recensant des ressources pour améliorer son traitement médiatique par secteur thématique cfdt-journalistes.fr/traitement-mediaticque

**RÉSISTER
COLLECTIVEMENT,
EN ENTREPRISE
ET AVEC LES CITOYENS**

POUR DES MÉDIAS QUI RESTENT AU SERVICE DE L'INFORMATION

EN PRÉVENTIF : CONSTRUIRE UN CADRE DE TRAVAIL SAIN ET PROTECTEUR

La plus efficace des luttes contre la mainmise de l'extrême droite et de ses idées sur son média ou ses contenus est celle que l'on n'a pas à mener car on a construit, en préventif, le cadre qui empêche cette dérive. Cela nécessite de ne pas se voiler la face, et de s'investir même si les menaces ne sont pas encore à l'œuvre.

De bonnes conditions de travail : du temps

- pour aller sur le terrain, enquêter, débattre au sein de sa rédaction, se former, se relire, débriefe sur ses erreurs... - et des moyens. Nous devons plus que jamais réclamer des effectifs, des formations (c'est un droit), et soutenir les syndicalistes qui se battent pour cela. Ne sous-estimons pas la part qu'a joué la dégradation générale des conditions de production de l'information ces dernières années dans certaines dérives. Investissons-nous dans les CSE, les SDJ, syndiquons-nous ! Osons parler à nos collègues de ce qui nous choque, et nous organiser collectivement pour imposer un débat : ensemble on est plus forts.

Une vigilance déontologique : Une charte de déontologie est obligatoire dans chaque entreprise depuis la loi Bloche de 2016. Idéalement, s'appuyer sur la Charte de Munich. Dans les entreprises audiovisuelles, le "comité relatif à l'honnêteté, à l'indépendance et au pluralisme de l'information et des programmes" est obligatoire. On peut aussi adhérer individuellement et faire adhérer son entreprise au Conseil de déontologie journalistique et de médiation (**CDJM**).

Des garde-fous dans la gouvernance :

- Ce n'est pas une obligation légale mais il est possible (et, ne le cachons pas, difficile) de négocier la mise en place
- d'un **droit de vote** de la rédaction avant l'arrivée d'un-e nouveau/elle directeur-trice de la rédaction, pour éviter que n'arrive une personne qui n'ait pas sa confiance.
- d'une procédure d'aval de la rédaction pour tout nouvel actionnaire prenant le contrôle d'une entreprise de presse ("droit d'agrément").
- d'un engagement écrit des actionnaires ou de leurs représentants à respecter l'indépendance éditoriale
- des règles empêchant toute vente du média (capital inaccessible), en travaillant sur la structure juridique (association, fonds de dotation...)
- d'une gouvernance partagée, avec la présence de salariés au CA, au comité RSE...
- d'une gouvernance partagée, avec la présence de salariés au CA, au comité RSE...

RÉAGIR AUX PREMIERS DÉRAPAGES

Cela peut arriver brutalement (changement d'actionnaire, nomination douteuse, licenciement brutal...) ou plus insidieusement (un édito borderline, une "Une" problématique, l'arrêt d'une rubrique, un glissement de vocabulaire, une tonalité plus tendue du community management...), mais dans tous les cas, quand on sent que son média dérape, qu'arrivent les signes d'un changement de ligne éditoriale, il faut réagir vite : les signaler, en parler entre collègues, demander des explications, résister.

On peut aussi s'appuyer sur la loi Bloche, selon laquelle un journaliste « ne peut être contraint à accepter un acte contraire à sa conviction professionnelle formée dans le respect de la charte déontologique de son entreprise ou de sa société éditrice ».

Si son travail est détourné, cela peut être une atteinte au **droit moral** en tant qu'auteur de l'œuvre et donc être contesté (code de la propriété intellectuelle). Si les réseaux sociaux du média ne sont pas modérés et laissent passer des commentaires haineux, c'est contraire aux devoirs de l'éditeur. Être écarté de l'antenne après une interview vue comme trop pugnace n'est pas un droit absolu de la direction, il y a des règles, un **Code du travail** à respecter. Bref, le droit existe, et il ne faut pas laisser nos entreprises devenir la jungle !

QUAND LA MENACE DEVIENT CLAIRE

Annonce brutale d'un nouveau dirigeant problématique, vente du titre à un groupe problématique, évolution nette de la ligne éditoriale... le temps est venu d'une action collective nette. Pour les membres du CSE : exiger des réponses auprès de la direction, demander une information consultation, émettre un avis défavorable dans le cadre d'une cession... Pour tous les salariés : écrire un courrier collectif des salariés, voter une motion de défiance, faire grève (avec un mot d'ordre précis et atteignable, dans le respect des rôles de chacun – SDJ et CSE), lancer une pétition / appeler le public à s'exprimer, contacter la presse... Durant cette période, tout va très vite. Pas facile de concilier réactivité et réflexion, avis parfois un peu différents au sein d'une équipe et mobilisation groupée. Dialoguer le plus possible **pour rester soudés**. On est avec vous dans cette épreuve !

QUAND LE COMBAT EST PERDU

Partir. Le Code du travail accorde aux journalistes la clause de cession (en cas de changement d'actionnaire majoritaire) et la clause de conscience (en cas de changement de ligne éditoriale) qui leur permettent de partir dans les conditions d'un licenciement. Cette dernière suppose cependant de constater cette évolution et pas seulement de l'anticiper.

« Les pigistes réguliers doivent être concernés. »

Rester. Par contrainte ou par choix, quand on espère encore résister de l'intérieur, rester quand la plupart sont partis n'est pas simple et peut épuiser. Trouver des alliés dans la rédaction, bâtir des stratégies pour sauvegarder au maximum sa liberté. On peut aussi, au besoin, demander à ne pas signer ses articles ou à signer sous pseudonyme : signer ou ne pas signer est un droit inscrit dans le Code de la propriété intellectuelle.



UN RÔLE POUR LES CITOYENS, LECTEURS, AUDITEURS, SOURCES



Les manquements dans le traitement médiatique alimentent les stéréotypes, le racisme, le sexism, la désinformation... Leurs conséquences sur les personnes et les représentations sont très concrètes et parfois très graves. Être sans cesse stigmatisé dans les médias affecte la santé mentale. Mais il existe des recours. Nous les journalistes pouvons contribuer à diffuser le panel de moyens mis à disposition de la société pour qu'elle fasse entendre sa voix et soit une alliée des journalistes dans la défense d'un modèle sain pour l'information. Et nous aussi, en tant que citoyens, pouvons les utiliser.

Saisir le CDJM

Le conseil de déontologie journalistique et de médiation est une instance d'autorégulation de la profession, où CFDT-Journalistes siège, pouvant être saisie par quiconque estime qu'un contenu journalistique enfreint la déontologie, et cela en vue non pas d'une sanction (le CDJM n'en a pas le pouvoir) mais d'une réflexion et d'une médiation. Y adhérer et y recourir, c'est renforcer une seule norme : la déontologie professionnelle, qui n'est pas à géométrie variable. Attention, le CDJM s'appuie sur des manquements journalistiques précis qu'il faut pouvoir démontrer.

cdjm.org/saisir-le-conseil/

Saisir l'Arcom

Il est possible de saisir l'Arcom si une séquence d'un programme ou une publicité vous semble nuire à l'honnêteté de l'information, à la dignité humaine, ne pas permettre une protection adéquate du public ou enfreindre la réglementation audiovisuelle. L'Autorité ne peut jamais intervenir auprès d'une chaîne avant la diffusion d'un programme et elle ne s'immisce pas dans la ligne éditoriale des chaînes, ni dans leur choix de programmation.

www.arcom.fr/signaler-ou-alerter/programme-publicite

Saisir la CPPAP

Les aides à la presse papier, web et aux agences de presse sont conditionnées à un certain nombre de critères, et notamment présenter « un caractère d'intérêt général quant à la diffusion de la pensée ». Ne peuvent ainsi être admises les publications atteignant à la protection de la santé publique, à la dignité humaine, incitant à des comportements illicites. En 2025, SOS Racisme a obtenu la suspension des aides accordées au magazine satirique d'extrême droite Furia. www.cppap.fr

Écrire au courrier des lecteurs, au médiateur, commenter les posts d'un média

Les médias sont sensibles à la satisfaction de leur public. Quand celui-ci est heurté par le contenu, il peut faire savoir son mécontentement en écrivant au courrier des lecteurs ou au médiateur. Il est aussi important de ne pas laisser les rageux seuls s'exprimer sur les réseaux ! Les lecteurs ont d'ailleurs bel et bien du pouvoir ! À Bayard, leur puissante mobilisation, en mettant en avant leur attachement à ce qu'a toujours été l'entreprise, a fortement contribué à ce qu'elle renonce à recruter un ex-proche de Pierre-Edouard Stérin et à investir dans l'ESJ-Paris.

Se défendre quand son image est atteinte

Pas d'information sans des citoyens interviewés, photographiés... Un média peut publier une image sans autorisation lorsque la liberté d'informer ou l'intérêt légitime du public à être informé le justifient. Encore faut-il que l'image soit utilisée avec mesure, sans intention de nuire ni atteinte à la dignité. Il est possible de demander le retrait ou la rectification du contenu ; et ensuite le cas échéant, saisir la justice sur le fondement de l'article 9 du Code civil, afin d'obtenir la suppression de l'image litigieuse et une indemnisation au titre du préjudice subi.

Contribuer aux enquêtes des journalistes

Toutes les enquêtes partent de sources, et les journalistes ne pourraient pas travailler sans des citoyens qui leur révèlent des faits, des tendances, dans des cercles qu'ils côtoient. Choqués par des propos réitérés, des décisions, des faits, dans leur association, club de sport, commune, communauté religieuse, école, ils peuvent le faire savoir à des journalistes qui jugeront s'il y a matière à creuser le sujet. Attention à se protéger malgré tout en tant que source, notamment quand les données sont sensibles. La Maison des lanceurs d'alerte propose de nombreux conseils dans son guide *Médiatiser l'alerte*.

CHANGER DE DISQUE

Les citoyens peuvent façonner le paysage médiatique qu'ils souhaitent, en faisant monter l'audience de ceux en qui ils ont confiance, dont ils jugent le traitement équilibré, instructif, intelligent, et en se détournant des faiseurs de haine. Ne pas commettre l'erreur de ne plus s'informer tout court, même si cela peut être tentant ! On peut zapper, tester d'autres chaînes ou stations de radio, entrer dans un kiosque ou une bibliothèque et (re)découvrir le plaisir d'un vrai reportage, d'une longue enquête, de témoignages... Mais aussi se demander quelle est la part de l'info et celle de l'opinion, si le média donne à réfléchir sans asséner des vérités, et aide au contraire à se forger sa propre opinion. Ces approches existent dans de très nombreux médias y compris souvent injustement présentés comme "mainstream", ainsi que dans une myriade de titres indépendants. Il est aussi possible de soutenir d'autres modèles économiques et idéologiques de médias, en s'abonnant bien sûr, en contribuant à des campagnes de financement participatif, au Fonds pour une presse libre, à Coop Médias...

Le pluralisme n'est pas mort, la démocratie est encore en vie. C'est en tous cas à nous toutes et tous, journalistes et citoyens, d'en décider !

LES 10 COMMANDEMENTS DU JOURNALISTE FACE À LA MONTÉE DES IDÉES D'EXTRÊME DROITE



- 1.** Se former sur ce que sont l'extrême droite et les populismes en général : histoire, figures, stratégies, réseaux, programme, afin de savoir les analyser et de ne pas être dupe de leur stratégie de normalisation.
- 2.** Refuser tout compromis à la présentation objective des faits : le RN, Reconquête sont et doivent être présentés comme des partis d'extrême droite, du choix des mots au choix des couleurs dans les infographies.
- 3.** Refuser d'utiliser un vocabulaire de l'extrême droite sans le contextualiser et le décrypter (« Français de souche », « grand remplacement »...).
- 4.** Réagir en cas de fausse information ou propos condamnables par la loi, dans sa rédaction, ou par des personnes interviewées, notamment sur les plateaux.
- 5.** Mener une réflexion collective sur le traitement des faits divers, des polémiques, des contenus d'opinion non basés sur des faits, et refuser de relayer toutes les provocations.
- 6.** Se former sur les stéréotypes et le racisme et s'opposer à tout traitement simpliste de l'actualité.
- 7.** Privilégier, autant qu'on le peut, le terrain et l'enquête, au service de l'information des citoyens.
- 8.** Se défendre en cas de pressions et d'attaques : demander le soutien de son syndicat le cas échéant, et soutenir ses collègues concernés.
- 9.** S'opposer à l'évolution de son média vers un projet politique. Réclamer que la ligne éditoriale reste toujours ancrée dans une pratique journalistique et un objectif d'information.
- 10.** Mettre en œuvre tout ce qui est en son pouvoir pour que sa rédaction soit un lieu de diversité, où se vivent le dialogue et la fraternité, y compris entre salariés de diverses origines et identités.



JOURNALISTES

CE LIVRET VOUS A ÉTÉ UTILE ? NOUS VOUS PROPOSONS MAINTENANT D'ALLER PLUS LOIN !

Nous avons conçu une version développée et augmentée : un document d'une soixantaine de pages, accessible en ligne via le QR code ci-dessous. Chaque partie de ce livret y est davantage détaillée, et des contenus supplémentaires y sont disponibles. Vous y trouverez notamment de nombreux conseils pour vous protéger en cas de cyberharcèlement, de procédure-bâillon, des leviers concrets pour bâtir des digues dans votre rédaction, les ripostes possibles en cas de dérapage de votre média, ou d'atteinte à vos droits individuels. En annexe, figurent aussi des témoignages de journalistes militants CFDT en entreprises de presse, sur leur pratique journalistique et leurs combats syndicaux pour des entreprises qui continuent à placer le journalisme comme une priorité.



Flashez ce code pour accéder à la page de CFDT-Journalistes dédiée à la lutte contre les idées d'extrême-droite. Vous y retrouverez :

- Le livret augmenté, en PDF
- Un index avec tous nos communiqués exprimant nos positions sur ces sujets



CFDT-Journalistes Cfdt Journalistes CFDT-Journalistes cfdtjournalistes