

Pédagogie

Confusions en tous genres La critique des médias est légitime et nécessaire, mais il ne faut pas tout mélanger



Pierre-Auguste Caron de Beaumarchais.

Le débat sur le contenu de l'information est nécessaire. Chaque citoyen ou groupe peut et doit s'interroger sur la façon dont il est informé. C'est une des conditions de la démocratie. Ces derniers mois, ces légitimes questionnements tournent à la mise en accusation systématique. Souvent en mélangeant beaucoup de choses, par calcul ou par ignorance.

Ainsi liberté d'expression et liberté d'information. La première est clairement définie dans la Déclaration des Droits de l'Homme et du Citoyen de 1789¹ et dans l'article 19² de la Déclaration Universelle des Droits de l'Homme de

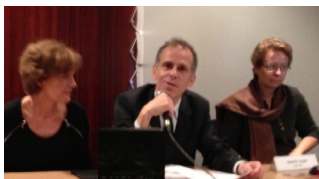
1948 comme le droit de l'individu à exprimer une opinion. Mais être journaliste ce n'est pas simplement user de cette liberté d'expression. C'est prendre la parole dans l'espace social en respectant des valeurs qui sont la recherche de la vérité, l'exactitude, l'indépendance, l'impartialité, le respect du public et la responsabilité. Cela exclut du champ journalistique rumeur, spéculation, désinformation, qui en revanche font les belles heures des libres expressions. « *Les faits sont sacrés, les commentaires sont libres* », nous rappelle la maxime de Beaumarchais. (*lire la suite page 3*)

1 « La libre communication des pensées et des opinions est un des droits les plus précieux de l'homme ; tout citoyen peut donc parler, écrire, imprimer librement, sauf à répondre de l'abus de cette liberté dans les cas déterminés par la loi ».

2 « Tout individu a droit à la liberté d'opinion et d'expression, ce qui implique le droit de ne pas être inquiété pour ses opinions et celui de chercher, de recevoir et de répandre, sans considérations de

Déontologie et responsabilité sociale

La RSE peine à pénétrer les rédactions Un guide pratique peut y aider



Isabelle Juppé (Lagardère), François Fatoux (directeur ORSE), Catherine Puiseux (TF1).

Le guide pratique *La RSE dans le secteur des médias*¹ est la première publication sur le sujet en France. En effet, si la Responsabilité Sociétale des entreprises fait maintenant partie du paysage entrepreneurial français, elle est récente dans les entreprises de médias. Ce guide² a été conçu par le Forum RSE médias (collectif des principaux responsables RSE ou Développement Durable dans les médias³), en collaboration avec l'ORSE (Observatoire de

la Responsabilité Sociétale des Entreprises). Composé d'un livret introductif sur les enjeux, le contexte et les implications, et de sept premières fiches thématiques, il se veut évolutif et revêt le large spectre thématique de la RSE, qui concerne de très nombreux acteurs dans les entreprises médiatiques.

Parce que l'éthique journalistique est un des domaines de la RSE, nous nous y sommes intéressés en contribuant autant que possible aux travaux du Forum comme à la réalisation de ce guide. Mais l'éthique est un des aspects parmi d'autres et, d'une manière générale, les rédactions ne s'y intéressent guère. Comment alors les impliquer dans cette réflexion menée au niveau de l'entreprise ? Le fossé se creuse car les journalistes sont majoritairement réfractaires à prendre en considération tout ce qui n'est pas « contenu », laissant aux directions et aux autres services la gestion du « contenant ». (*lire la suite page 2*)

1 http://orse.org/la_rse_dans_le_secteur_des_medias-52-305.html

2 Lancé officiellement par une conférence le 6 mars 2014 à la Bibliothèque Nationale de France.

3 Voir *Le Bulletin de l'APCP* n° 22, décembre 2012.

Actualité

Contre-pouvoirs

Après les pratiques répréhensibles du ministre socialiste du budget, qui ont marqué les mémoires en 2013, divers médias en ont révélé d'autres en ce début 2014, mettant en cause cette fois des personnalités de droite, et de premier plan.

La période des élections municipales favorise

l'échauffement des esprits et les médias ont été durement pris à partie. Lorsque les politiques sont dans la nasse, ils ont toujours sous la main le bouc émissaire idéal...

Campagne électorale plus « affaires » : cette actualité permet au contraire de s'écarter de la connivence habituellement recherchée par les politiques avec les professionnels des médias, à laquelle succombent trop d'entre eux et que dénonce le public.

Mais que certains se rebiffent et les anges deviennent démons.

Ces mêmes politiques se sont largement décrédibilisés dans l'opinion par leur excès de démagogie, leurs fausses promesses et leur langue de bois. Et dans la perte de crédibilité des journalistes, la proximité réelle ou supposée avec la sphère dirigeante entre en ligne de compte.

Aussi, lorsque des médias se distinguent

par leur indépendance, leur pugnacité, leur souci de mettre à disposition des citoyens des choses que leur cachent ceux qui les gouvernent, la profession dans son ensemble retrouve un peu de sa dignité perdue. Dans la crise qu'a connue la presse écrite aux Etats-Unis après 2008 (plus d'une centaine de quotidiens ont disparu), les réflexions collectives des éditeurs et des journalistes ont incité les médias à revenir aux « fondamentaux » du métier d'informer, en premier lieu le rôle de contre-pouvoirs qu'ils doivent jouer à l'égard des institutions et des puissants.

A méditer de ce côté-ci de l'Atlantique. ■ Y.A.

Public critique

Des téléspectateurs à la véhémence croissante
Le rapport 2013 du médiateur de France 2LE MÉDIATEUR
DE L'INFONICOLAS-JACOBS
REPOND À VOS
QUESTIONS

Etre médiateur à France 2, c'est recevoir en un an 16 918 courriels et 420 lettres. Une collection de témoignages sur l'état de la société française : Nicolas Jacobs observe ainsi dans son rapport 2013 que « *les références droite/gauche s'estompent au profit de l'opposition establishment/population* » et que « *les journalistes sont clairement intégrés dans une sphère politico-médiatique* ».

Le public fait cependant une nette distinction entre reporters et présentateurs. Les premiers sont admirés, les seconds vilipendés et c'est vers ces derniers que se portent les « *souçons d'orientations politiques, de manipulations ou de censure* ».

La véhémence croissante, voire la violence, des commentaires et critiques est aussi soulignée. Avec en 2013 « *des courriels stigmatisant clairement les appartenances ethniques ou religieuses de tel ou tel* », en quantité qui « *n'a rien d'anecdotique* ». Peu de cas précis sont évoqués dans le rapport et le médiateur ne prend pas position. Mais, en citant les dérives pointées par les téléspectateurs, il valide leur critique, et adresse sans le dire remontrance ou conseil à la rédaction. C'est un reportage sur l'arrêt des hauts fourneaux anglais de Sheffield lors de la fermeture de ceux de Florange alors que « *produire de la fonte comme les hauts-fourneaux de Florange ou travailler l'acier, comme à Sheffield, sont deux activités différentes, les comparer n'a aucun sens* » ; c'est le « *storytelling* » (mise en récit, en spectacle) de France 2 lors de la libération de Florence Cassez, otage au Mexique ; le faux « *duplex* » entre l'allocution de François Hollande et la famille Dibrani expulsée vers le Kosovo ; ou encore l'importance donnée dans les journaux télévisés de la chaîne à la naissance du *royal baby* britannique...

Enfin, les flots de courriels sur le décompte des manifestants, dont « *le nombre s'accroît à chaque rassemblement de foule* », amènent le médiateur à reprendre à son compte la demande simple qu'il y perçoit : « *comptez vous-même les manifestants* ». ■ P. G.

* <http://www.france2.fr/mediateur-info/?p=2699>

Déontologie et responsabilité sociale

... (suite de la page 1) La RSE peine à pénétrer les rédactions

Les quelques personnes qui occupent ces nouvelles fonctions de responsables RSE, la plupart dans les grands groupes, ont beaucoup de mal à pénétrer la sphère journalistique et ne peuvent prétendre être reconnues un jour par les rédactions comme travaillant sur la pratique journalistique. Il paraît pourtant important, alors que l'un des principaux leviers à actionner est celui des relations avec les publics, que d'un côté les journalistes s'intéressent aux moyens possibles de sortie de crise et que, de l'autre, la RSE ne devienne pas un paravent de bonne conscience mais s'inscrive comme une véritable voie vers la qualité.

Le nécessaire lien à créer entre rédaction et RSE a été évoqué au cours de la conférence. Les propos d'Isabelle Juppé, responsable RSE du groupe Lagardère, ont étayé cette volonté : « *La RSE est au croisement entre le monde des normes (obligations et contraintes légales) et le monde des médias (liberté et indépendance). Le guide va permettre de toucher tous les acteurs, y compris les journalistes. L'enjeu qui est le plus d'actualité aujourd'hui est celui de la déontologie, avec le débat sur les conseils de presse autour du rapport Sirinelli.* » Cependant l'interpellation de la sociologue Isabelle Veyrat-Masson, directrice du Laboratoire communication et politique du CNRS, a mis l'accent sur une faiblesse du dispositif : « *Ni le guide ni les propos tenus dans cette salle ne prennent en compte la diversité des médias ; or, quel rapport y a-t-il entre une émission de télé-réalité et un débat politique ?* » Et d'exhorter à poursuivre collectivement la réflexion avec « *les chercheurs, les Assises du journalisme, l'APCP, l'ODI* ». On espère que ces deux propos seront entendus. ■ Manola GARDEZ

Bibliothèque

L'horreur médiatique

par Jean-François Kahn

Le fondateur de *L'Événement du jeudi* et de *Marianne* lance un cri contre *L'horreur médiatique*. Un essai à l'emporte-pièce et au style imagé, avec ici et là des approximations ou affirmations péremptoires, mais au bénéfice d'une démonstration énergique. La cible : une « *caste médiatique* » parisienne, expression d'une social-démocratie dépassée par les évolutions hexagonales et planétaires, complètement refermée sur elle-même et hors de la réalité qu'elle est censée décrire.

L'uniformité de la parole médiatique est dénoncée jusque dans les détails (« *comment ne pas laisser croire que l'on pense pareil, quand on parle tous de la même façon ?* »). Le pluralisme est mort, le système a annihilé tout vrai débat et l'a fait redescendre au niveau d'un vaste café du commerce, quand « *le tweet est devenu l'horizon ultime de la pensée* ». Quoi d'étonnant alors, martèle Kahn, si le public n'y trouve pas son compte et lance à qui ne veut pas l'entendre un « *Vous, les médias !* », leitmotiv de ces pages revigorantes. ■ Y. A.

* Plon, 180 pages, 10 €.

Décryptez l'information

par Jean-Luc Martin-Lagardette

Co-fondateur et membre du CA de l'APCP, le journaliste Jean-Luc Martin-Lagardette rappelle dans ce petit livre quelques notions que les citoyens ignorent ou ont oubliées quand ils s'informent. Par exemple qu'« *il y a toujours un intérêt à la source d'une information* ». La manipulation commence quand cet intérêt est caché, explique l'auteur. En moins de 100 pages il donne des clés pour décrypter l'information, avec l'appui d'une « *grille véritale* », outil de recherche dans la fréquentation quotidienne des médias.

* Dangles Editons, 95 pages, 9 €.

La revue européenne des médias

Le dernier numéro (29) de la revue de l'Institut de recherche et d'études sur la communication (IREC), que dirige Francis Balle (Université Panthéon-Assas), propose une étude sur « *Le paradoxe de la presse écrite : un business model introuvable, mais une multiplicité de solutions* ». Avec les rubriques habituelles : « *En Europe* », « *Repères et tendances* », « *Articles et chroniques* ».

* 100 pages, par abonnement : 45 € pour un an, 3 numéros.

Pédagogie

... (suite de la page 1) Confusions en tous genres

La distinction entre faits et opinions est essentielle, comme le soulignait Hannah Arendt : « *Les faits sont les matières des opinions, et les opinions, inspirées par différents intérêts, et différentes passions, peuvent différer largement et demeurer légitimes aussi longtemps qu'elles respectent la vérité des faits* »³.

Certains invoquent alors le pluralisme pour justifier leur colère. Là aussi les contresens abondent. Le pluralisme n'est pas l'expression dans un même titre de toutes les opinions. Il est dans la plus grande diversité possible des sources accessibles pour le public. Il est ainsi mieux assuré dans le paysage audiovisuel depuis la fin du monopole de diffusion (1982). La loi charge le CSA de favoriser une offre pluraliste à travers l'attribution des autorisations d'émettre. Les conventions ou cahiers des charges des diffuseurs reprennent de façon plus ou moins impérieuse cette notion. A titre d'exemple, le cahier des charges de Radio France lui fait un devoir d'« *assurer l'expression pluraliste des courants de pensée et d'opinion (...) et l'honnêteté, l'indépendance et le pluralisme de l'information* »⁴. Et encore cela ne signifie-t-il pas qu'il faille ouvrir l'antenne à n'importe quel propos : certains ne sont pas des opinions, mais des délits définis par la loi.

Il faut aussi distinguer information et communication. Les lignes bougent partout et le mélange des genres gagne. Plus que jamais information et communication doivent être clairement séparées. L'une et l'autre portent des faits à la connaissance du public. Pour la première dans le seul but d'informer ce public de la façon la plus neutre et la plus complète possible, afin qu'il se fasse sa propre opinion. Pour la seconde dans un but intéressé, commercial, électoral, d'influence. La communication sert un intérêt particulier quand l'information est au service de l'intérêt général.

Il y a enfin souvent confusion entre ligne éditoriale et déontologie. L'accusation de non respect de la déontologie est à la mode. Homme politique confronté à un sujet délicat voire objet d'une enquête, citoyen choqué par le contenu d'un journal télévisé, commentateur d'un article en ligne en désaccord avec ce qu'il vient de lire, tous ont facilement le rappel à l'ordre déontologique à la bouche ou sous la plume. Mais bien souvent, il n'y a pas viol des règles professionnelles du journalisme. Il s'agit plutôt de

l'expression de la ligne éditoriale du journal, c'est-à-dire du libre choix pour une rédaction de traiter tel sujet sous tel angle et de s'abstenir de traiter tel autre. Il est parfaitement loisible de dénoncer ce choix, et d'argumenter pour critiquer cette ligne éditoriale. Chacun le fait au nom de ses propres choix, qu'il doit assumer sans avoir besoin d'invoquer la déontologie du métier de journaliste.

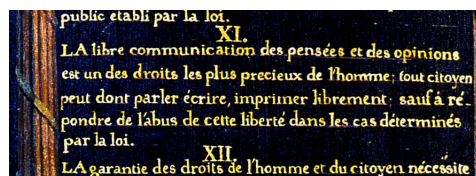
Certains estiment même que les médias n'informent pas les citoyens de la réalité du monde, qu'ils sont les « chiens de garde » d'un système global qu'ils combattent. D'où leur critique, parfois radicale, du contenu des médias. Cette approche va le plus souvent au-delà du rappel de règles déontologiques. Elle relève d'une lecture politique de la société et de ses acteurs qui est, qu'on la partage ou pas, légitime. ■ Pierre GANZ

3 Voir ici : <http://www.acrimed.org/article4276.html>

4 Article 4 du cahier des charges de Radio France http://espacepublic.radiofrance.fr/sites/default/files/cahier_des_charges_Radio_France.pdf



La Déclaration du 26 août 1789



Conflit d'intérêts

Le prince et la journaliste

Une journaliste réalise un reportage pour M6 (diffusé dans « Capital » le 9 mars 2014) sur le prince qatari Abdulla Al-Thani. On y voit celui-ci visiter les Haras de Victot (Calvados), qu'il vient d'acquérir. *Le Canard enchaîné* dévoile peu après que la journaliste a été associée au magnat dans cette affaire, par l'intermédiaire d'une SCI créée le 5 février. Le conflit d'intérêts, non déclaré, est patent. Le producteur Cartel Presse, qui l'emploie, a expliqué dans *Le Figaro* : « *En nous cachant la nature de leur relation, elle a commis une faute déontologique et journalistique qui porte préjudice à notre société et à M6. Nous avons donc décidé d'interrompre notre collaboration avec elle* ».

Droit de la presse

La Cour de cassation contre la liberté d'expression ?

Le Syndicat de la Presse Indépendante d'Information en Ligne tire la sonnette d'alarme sur une évolution des décisions de la Cour de cassation qui « *met en danger la liberté d'expression et de l'information* ». Sont visées plusieurs décisions s'appuyant sur des droits autres que celui de la presse à l'encontre de plusieurs médias, tels Atlantico, Mediapart ou TourMaG. Le SPIIL estime que ces mises en cause de la liberté de l'information « *sont dangereuses pour notre démocratie* ». Pour lui, la jurisprudence de la haute juridiction est « *imprévisible* », « *disproportionnée* », « *discriminatoire* » et « *irrationnelle* ».

<http://www.spiil.org/20140321/affaire-tourmag-droit-de-linformation-danger>

Audit Sirinelli

Acrimed ne veut pas des éditeurs de média

L'Association Action-Critique-Médias, qui a été reçue le 20 janvier par Marie Sirinelli dans le cadre de ses auditions, a publié sur son site un article de son président Henri Maler, précisant les positions d'Acrimed sur l'éventuelle création d'un conseil de presse en France. Au chapitre de la composition de l'instance, on y lit que celle-ci doit « *être fermée aux représentants des entreprises de presse* ». Quelques lignes plus loin, au chapitre du financement, il est écrit que celui-ci « *doit reposer sur une cotisation obligatoire des entreprises de presse, tous médias confondus* »...

<http://www.acrimed.org/article4281.html>

Royaume-Uni

Le rapport annuel de la PCC 461 médiations et 118 décisions de manquement à l'éthique en 2013



Lord Hunt of Wirral, président de la PCC.

La *Press Complaints Commission* britannique (PCC) a enregistré 12 763 plaintes en 2013. Une majorité d'entre elles sortaient de son champ de compétence ou n'étaient pas assez précises pour être retenues. C'est donc 2 050 dossiers qui ont fait l'objet d'un traitement. Les trois quarts (1455) ne relevaient pas d'une violation du code éthique, et cela a été expliqué aux plaignants.

Pour les autres, il y a eu 461 médiations, réglant les différends à la satisfaction des plaignants ; 31 dossiers ont été

analysés, occasionnant 16 décisions de rejet de la plainte. Dans les 15 autres affaires, la commission a conclu au non respect d'une ou plusieurs dispositions du code éthique, soit que le journal n'ait pas remédié au manquement, soit que la gravité de la faute rendait impossible un rectificatif. Le rapport annuel de la PCC affirme que « dans chacun de ces [derniers] cas, la publication a été obligée de publier le texte de la décision défavorable au complet ».

Enfin 103 informations ont été rectifiées par les titres mis en cause dès qu'ils ont été saisis. C'est donc au total 118 manquements éthiques que la *Press Complaints Commission* a pointés en 2013 en dehors des cas de médiation. Elle est d'autre part intervenue préventivement à 127 reprises pour aider des particuliers victimes de harcèlement ou d'intrusion dans leur vie privée par des journalistes.

Les plaintes examinées ont porté dans 8 cas sur 10 sur l'exactitude, avec demande de rectificatif ; 43 % concernaient le respect de la vie privée. Le rapport souligne que le délai moyen entre l'enregistrement de la plainte et la réponse apportée a été de 49 jours ouvrables. ■ P.G.

* http://www.pcc.org.uk/assets/80/2013_Complaints_Statistics.pdf

Canada

Conseils déontologiques à la demande pour journalistes isolés

L'Observatoire du journalisme canadien et l'Association canadienne des journalistes développent depuis janvier 2014 une initiative originale : *Ask a Mentor*, qu'on pourrait traduire par « Demandez à un ancien ». L'idée est de répondre aux interrogations déontologiques de journalistes qui se retrouvent seuls face à une question éthique (pigistes, permanents de petites rédactions, étudiants en journalisme...). La question est posée à une adresse électronique (feedback@j-source.ca), ou sur Twitter avec le mot dièse #askMentor.

Des journalistes expérimentés, des rédacteurs en chef de grandes rédactions ou des professeurs de journalisme répondent sur le site de l'Observatoire du journalisme. Les sujets abordés sont souvent très concrets : « comment couvrir les situations d'urgence » ou « comment aborder les proches de la victime d'un crime ». D'autres sont des rappels de base et permettent de guider des choix lors d'enquête, par exemple « comment déterminer ce qui est d'intérêt public ».

Des cas plus particuliers ouvrent des pistes de réflexion. Ainsi celui d'un journaliste qui a porté plainte pour diffamation contre un maire et qui se demande ensuite s'il peut écrire sur une personne qu'il poursuit en justice. *Via* Twitter, tous ceux qui sont intéressés par ces questions ont accès à ces conseils et à un forum de discussion qui les enrichit. ■ P.G.

* Voir sur <http://apcp.unblog.fr/ici-et-la/> les liens vers les pages évoquées ci-dessus.

Contacts

Yves Agnès, président, yves.agnes@noos.fr, 06 98 81 84 35

Christine Menzaghi, secrétaire, cmenzaghi@laligue.org, 06 84 01 55 28

Kathleen Grosset, trésorier, kgrosset@gmail.com, 06 12 73 12 30

Ici et là

Informations rassemblées par Pierre Ganz, pierre.ganz@wanadoo.fr
D'autres infos sur <http://apcp.unblog.fr/ici-et-la/>

Belgique

De la nuance dans les illustrations

Le Conseil de Déontologie Journalistique belge francophone a partiellement donné raison à une association musulmane qui reprochait à *La Dernière Heure* l'image retenue pour illustrer un article sur le port de signe religieux dans les écoles : une personne couverte d'une burqa. Le CDJ a considéré que choisir cette photo « trompe le public » et « induit une lecture dramatisante et stigmatisante de cette information. » La photo litigieuse a été retirée du site.

<http://www.deontologiejournalistique.be/index.php?avis-particuliers>

Inde

Interviewer des enfants

Le Conseil de presse indien vient de publier à nouveau une série de règles sur le traitement de l'information concernant des enfants. Le respect de l'anonymat des enfants victimes est réaffirmé, et 9 règles posées concernant l'interview, comme s'imposer de n'interroger un enfant que si c'est son intérêt, ou éviter d'aggraver sa situation en l'interrogeant. Il est recommandé aux médias de ne pas faire de sensationnalisme sur les sujets concernant des enfants.

<http://presscouncil.nic.in/WriteReadData/Pdf/Guidelinesformediareportingonchildren.pdf>

Sénégal

Réactivation de l'instance d'autorégulation

Le Conseil pour l'observation des règles d'éthique et de déontologie dans les médias au Sénégal (CORED) se revivifie. Créé en 2009, il végétait. Une assemblée générale vient de modifier ses statuts qui « n'étaient pas adaptés », ce qui avait conduit le Conseil à être « parfois généreux et laxiste ». Le nouveau directoire comprend 14 personnes : 5 journalistes, 3 techniciens, 1 représentant des écoles, 1 des employeurs, 2 de la société civile, 1 des entreprises et 1 du ministère de la Communication et de l'Economie numérique.

« L'autorégulation est très importante. Pourquoi laisser l'Etat s'occuper du travail des journalistes ? Nous pouvons le faire », a conclu un des animateurs de cette réunion de renouveau.

http://www.aps.sn/articles.php?id_article=125954