

Veille et pédagogie

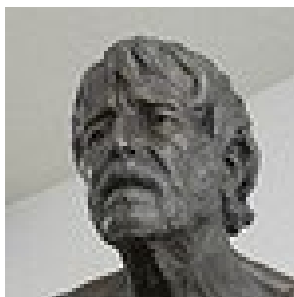
L'Observatoire de la Déontologie de l'Information va être créé à la rentrée

Une assemblée générale constitutive aura lieu le 12 septembre 2012

Une troisième réunion de préparation en vue de la création de l'**Observatoire de la Déontologie de l'Information** a eu lieu le 18 juin. Plus de quinze organisations de la presse et de la société civile ont confirmé leur intérêt pour cette initiative, qui était une recommandation des Etats Généraux de la Presse Ecrite, à l'unanimité du groupe de travail « Confiance ».

Notre association se félicite d'avoir été à l'origine du projet, destiné à rassembler toutes les (bonnes) volontés pour doter la société d'un tel instrument de veille, nécessaire pour commencer à combler le fossé qui s'est creusé entre le public « consommateur » d'informations et les journalistes et médias. Le sage Sénèque l'avait déjà formulé voici deux mille ans : « *Ne sachant où ils étaient, ni où ils voulaient aller, ils ne trouvèrent pas les vents favorables pour les y conduire* ».

Où nous voulons aller, nous (APCP) le savons : mettre en œuvre tous les moyens – à commencer par un dispositif déontologique – pour restaurer la qualité de l'information et des pratiques journalistiques, fortement dégradées depuis plus de vingt ans. Où nous sommes précisément, c'est-à-dire quelle est l'ampleur de la dégradation et quels sont les points les plus importants sur lesquels doit porter l'effort, telle est la tâche que pourra accomplir un tel observatoire. (*lire la suite page 3*)



Sénèque (-4 / + 65)

Actualité

Politiquement incorrect, une ardente obligation



Eric Zemmour, au micro de RTL

Encore une fois, le chroniqueur et polémiste Eric Zemmour est allé loin, le 23 mai sur l'antenne de RTL, en critiquant Christiane Taubira, le nouveau Garde des Sceaux : « *Taubira a choisi ses victimes, ses bourreaux. Les femmes, les jeunes des banlieues sont dans le bon camp à protéger, les hommes blancs dans le mauvais* ». Et d'en remettre une couche quelques jours plus tard, après le tollé provoqué par ses propos, sur « *les professionnels du choquage, de l'indignation tarifée* »... Zemmour est un provocateur, un « indigné » lui aussi, à sa façon.

Nous sommes loin de partager ses combats. Mais celui qu'il mène contre le « politiquement correct » fait partie de l'essence du journalisme, qui ne peut donner le meilleur de lui-même que dans la totale liberté d'expression. En sachant distinguer, bien évidemment, l'exposé des faits et leur analyse, du commentaire où toutes les convictions ont droit de cité. Y compris les plus déplaisantes. (*lire la suite page 3*)

Flashes

Pour vous détendre cet été à Paris...



Le dessinateur de presse Georges Wolinski, en 2011, a déposé à la BNF l'ensemble de ses archives et fait don de plus de 1 000 dessins originaux. La Bibliothèque François Mitterrand lui consacre cet été une riche exposition.

Du 28 juin au 2 septembre 2012. Bibliothèque Nationale de France (site François Mitterrand, entrée Est quai François Mauriac, 75013 Paris). De 10 h à 19 h, dimanche de 13 h à 19 h (sauf lundi et jours fériés).

Le cabinet d'Aurélie Filippetti Ministre de la culture et de la communication

Directrice de cabinet : **Laurence Engel**

Chef de cabinet : **Marie Aubert**

Directeur adjoint du cabinet (presse, numérique, enseignement supérieur) : **Gilles Le Blanc**

Conseillers :

Philippe Barbat (patrimoine)

Sophie Cazes (cinéma)

Véronique Chatenay-Dolto

(éducation artistique, territoires,

langue française et langues de

France, livre et lecture)

Laurent Dréano (spectacle)

Daniel Guérin (affaires sociales)

Charles Malinas (diplomatie et

affaires européennes)

Hélène Orain (affaires budgétaires)

Kim Pham (audiovisuel et cinéma)

Romane Sarfati (arts plastiques,

architecture, design et mode)

Alain Van der Malière, conseiller spécial

Les élections à la commission de la carte

Le SNJ obtient plus de 51 % des suffrages. L'abstention encore en progression.

L'ensemble des 36 126 journalistes professionnels, c'est-à-dire détenteurs d'une carte d'identité de journaliste professionnel en cours de validité au 20 avril 2012, et journalistes honoraires, ont été appelés à élire leurs représentants à la Commission de la Carte d'Identité des Journalistes Professionnels (CCIJP). Le second tour (le quorum de 50% des inscrits n'ayant pas été atteint au premier) s'est clos le 14 juin 2012.

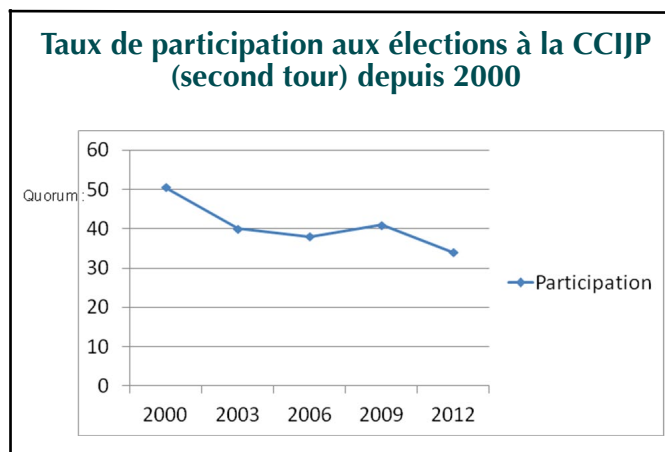
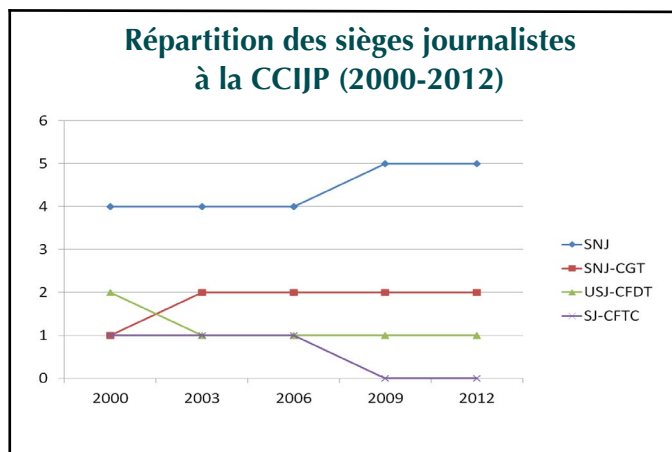
Trois syndicats siègent

Les résultats démontrent la poursuite des tendances enregistrées aux scrutins précédents. Le SNJ arrive en tête et franchit la barre symbolique des 50% (51,29). Il conserve les 5 sièges obtenus en 2009 à la CCIJP (et 5 suppléants sur 8 ; contre 4 et 4 en 2006), le siège (et les deux suppléants) à la commission supérieure et les 19 correspondants régionaux (et 19 suppléants).

de journalistes au détriment des petits. Cela fait écho à ce qui se passe au niveau national, avec la redéfinition des critères de représentativité des organisations syndicales; certains anticipent une domination des deux principales centrales, voire une disparition des autres. Chez les journalistes, le SNJ, qui a négocié une exception de branche, tire son épingle du jeu.

66 %, record de l'abstention

Le second élément à retenir de ce scrutin est la poursuite de l'abstention, qui atteint un taux record : 66%. C'est le quatrième scrutin consécutif où le quorum (la moitié des journalistes inscrits + 1 votent) n'est pas atteint au premier tour (depuis 2000). Les journalistes ont été encore moins nombreux à se déplacer au second tour qu'au premier tour (34% contre 35% de participation au premier tour).



Le SNJ-CGT arrive deuxième et réalise son objectif : dépasser la barre des 20% (20,89 contre 19,13 en 2009). Il conserve ses deux sièges à la commission de première instance, acquis au détriment de l'USJ-CFDT en 2003. L'USJ-CFDT obtient le dernier siège à la commission avec 13,15% des suffrages et demeure troisième (les journalistes CFDT étaient deuxième jusqu'au scrutin de 2000, avec deux sièges).

Le SJ-CFTC confirme son recul engagé en 2009 (5,68%) en ne parvenant pas à retrouver ses niveaux antérieurs (9,72% en 2006). Il n'a plus obtenu de sièges depuis le scrutin de 2006. La CGC (4,58%) et FO (4,41%) conservent des résultats stationnaires. Enfin, l'organisation SUD, exclue du premier tour (réservé aux organisations syndicales « représentatives ») a décidé de ne pas présenter de liste au second, remettant en cause le mode de scrutin qui favoriserait les trois grandes organisations dans l'obtention de sièges (la répartition se fait à la proportionnelle suivant la règle de la plus forte moyenne).

On voit donc se confirmer la tendance engagée au scrutin précédent, une progression des trois plus grands syndicats

Comment expliquer la désaffection de près de 14 000 journalistes, malgré les efforts des syndicats pour mobiliser les votants ? Les raisons invoquées sont nombreuses et on ne peut préjuger du poids relatif de chacune : l'individualisme de la profession ; le désenchantement face à la persistance de la précarité, notamment chez les plus jeunes ; la surreprésentation des grands syndicats ; la concomitance de plusieurs échéances électorales (nationales et professionnelles). Cette faible participation tranche avec le symbole que représente encore aujourd'hui la carte de presse, même chez les nouveaux entrants. ■ **Camille DUPUY**

Le nouveau bureau de la CCIJP 2012/2013

Président : **Richard Lavigne** (directeur, SPQD)

Vice-présidents : **Bénédicte Wautelet** (directeur, SPQN), **Claude Cordier** (SNJ, Radio France)

Secrétaires généraux : **Guy Durieux** (directeur, Audiovisuel public), **Thierry Cerinato** (SNJ-CGT, L'Equipe). Trésorier : **Xavier Brouet** (USJ-CFDT, Le Républicain lorrain)

Veille et pédagogie... (suite de la page 1) **L'Observatoire de la****Déontologie de l'Information va être créé à la rentrée**

Il sera bien évidemment totalement distinct de l'idée d'une instance de médiation et de co-régulation avec le public, telle que la souhaitent les membres de l'APCP. Il a été convenu entre tous que l'observatoire exercera la fonction de veille, analysera les informations recueillies pour en extraire des tendances, des éléments de réflexion ; mais en aucun cas il ne recevra des plaintes ni de devra donner des avis sur tel ou tel cas de « dérapage » déontologique.

Un projet de statuts, définissant précisément les objectifs et les missions de la future association selon la loi de 1901 « Observatoire de la Déontologie de l'Information », a été adopté à la réunion du 18 juin. Il devra être transformé en statuts lors d'une assemblée générale constitutive, prévue le 12 septembre. L'une des caractéristiques – voulue – de cette association sera sa totale ouverture : pourront y adhérer toute personne morale et toute personne physique. Cela veut dire que les fondateurs de cet observatoire espèrent bien obtenir le renfort de nombreux membres : des médias en temps que tels, des organisations ou associations professionnelles, d'autres organisations de la société civile, des journalistes, des enseignants, chercheurs, juristes, citoyens... intéressés par ce travail.*

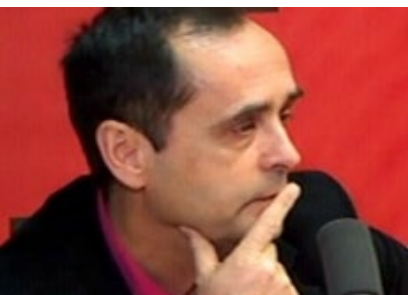
Mettre au jour, dans sa réalité et non dans les visions fantasmées qui ont souvent cours, les difficultés, les défaillances, ainsi que les initiatives pour y remédier, du métier d'informer si essentiel à la vie démocratique, l'objectif est fort et tous ceux qui s'y attellent voudraient le voir réussir. ■ **Y.A.**

* Si c'est le cas, faites-vous connaître...

Actualité... (suite de la page 1) **Politiquement incorrect, une ardente obligation**

Le journalisme ne peut s'accommoder d'une dictature des idées dominantes, qui veulent façonner les esprits dans le domaine économique, politique, culturel, médical... et bien sûr philosophique ou religieux. Lutter contre ces idées dominantes – et parfois contre soi-même – est une ardente obligation du journalisme, que l'on a trop souvent ignorée ou méprisée pendant la seconde moitié du XX^{ème} siècle. Parce que certaines idées (idéologies) avaient fait des millions de morts, on a pensé qu'il fallait interdire, éradiquer dans le domaine de la pensée, comme des dictateurs nazi ou bolchevique avaient voulu éradiquer leurs prétendus ennemis. La vie humaine et la pensée humaine ne méritent-elles pas le même respect ? Quoi qu'il en coûte ?

Le journalisme, dans sa pluralité d'expression, ne doit-il pas cultiver ce « *devoir d'irrespect* » cher à Claude Julien, qui dirigea *Le Monde diplomatique* de 1973 à 1990 ? Lequel n'est pas la chasse gardée d'une sensibilité politique dans la société : il n'y a pas un « politiquement correct » de gauche et un « politiquement incorrect » de droite, ou vice-versa.



Robert Ménard présente « Ménard sans interdit » sur i>télé

La revue trimestrielle « Médias », de Robert Ménard, Emmanuelle Duverger et Pierre Veilletet, s'était fait une spécialité de défendre la liberté d'expression « *sans complaisance, loin de tout corporatisme, de toute idéologie, de toute bien-pensance* ». En donnant de plus en plus la parole, il est vrai, à ceux qui, les plus à droite et les plus sulfureux, n'ont pas la faveur du microcosme ; cela en a agacé, voire heurté, plus d'un... Elle vient d'annoncer l'arrêt de sa publication, après huit années d'existence. On ne s'en réjouit pas. Quoi

qu'on en ait, elle a symbolisé cette ardente obligation, ouvrant des fenêtres et bousculant des idées reçues. Ce qui ne devrait pas être l'apanage d'une revue, mais l'attention de toute une profession. ■ **Yves AGNÈS**

Public citoyen**Une « université » pour aider les producteurs d'information**

L'apparition de nouveaux outils, souvent simples d'usage, a permis à tout un chacun de se croire en capacité de produire de l'information. Les médias eux-mêmes invitent de plus en plus le public à coproduire l'information. Cette évolution a abouti à une surabondance déstructurée d'informations non fiables, que ce même public est enclin à critiquer. Car cet exercice est un métier et un métier s'apprend. On ne peut produire une information de qualité sans s'approprier les bases techniques et déontologiques du journalisme. Se pose alors la question de comment les maîtriser pour devenir des informateurs crédibles, notamment sur Internet.

C'est dans ce but que vient d'être créée l'**Université Populaire de l'Information Citoyenne (UPIC)*** dont l'objet est « *l'étude et la promotion de médias participatifs et citoyens, la formation de leurs acteurs, le débat et l'échange d'expériences* ».

Il ne s'agit pas, bien sûr, de transformer ces « citoyens amateurs » en journalistes professionnels, mais d'identifier ce qu'il convient de leur transmettre parmi les fondamentaux du journalisme. D'où l'idée de coproduction, d'accompagnement et de formation des non professionnels intéressés par le fonctionnement des médias et/ou désireux d'y apporter leur contribution.

L'UPIC proposera :

- le « labo des projets », qui permettra d'évaluer et de consolider les projets de médias émergents (récents ou encore à créer) ; le lauréat du premier prix, décerné aux prochaines Assises du Journalisme**, bénéficiera d'une formation d'une semaine et d'un accompagnement d'une année ;
- des ateliers de sensibilisation à la pratique journalistique et à la création de médias « citoyens » ;
- des publications de guides pratiques ; un site de débats et échanges de pratiques ; ainsi qu'un « centre de ressources » en ligne des médias participatifs et citoyens. Et c'est l'information qui en sortira grandie. ■ **Manola GARDEZ**

* Renseignements et contacts : <http://blogs.mediapart.fr/edition/universite-populaire-pour-une-information-citoyenne>

** 2, 3, 4 octobre 2012 à Poitiers.

Un travail de synthèse à partir de cinq codes déontologiques faisant référence en France

Ce document, réalisé par un groupe de travail de l'APCP, fait la synthèse de cinq textes-sources qui constituent de fait un socle de référence des journalistes en France, soit en raison de leur rôle historique, soit parce qu'ils sont le résultat d'efforts récents de groupes de réflexion au sein de la profession :

La **Charte d'éthique professionnelle des journalistes** du SNJ, dont la première version date de 1918 et la troisième et dernière de mars 2011 ;

La **Déclaration de principe sur la conduite des journalistes** de la Fédération internationale des journalistes (FIJ) de 1954 révisée en 1986 ;

La **Déclaration des devoirs et des droits des journalistes** élaborée en 1971 à Munich par un collège professionnel syndical européen ;

La **Charte qualité de l'information** rédigée en 2008 par un collège professionnel d'horizons variés à l'initiative des Assises internationales du journalisme ;

Le **Projet de code de déontologie pour les journalistes** proposé en octobre 2009 par un « Comité des sages » réuni à la suite des Etats Généraux de la Presse Ecrite (automne 2008) autour de Bruno Frappat.

L'essentiel des règles déontologiques énoncées dans cette synthèse est commun à ces textes, qui ne se contredisent pas sur les principes, mais se complètent. Cette synthèse contribue au dialogue et à la réflexion sur ces questions.

Ces règles y sont déclinées en six chapitres :

- le droit citoyen à l'information,
- la responsabilité des éditeurs et des journalistes,
- l'indépendance du journaliste et l'autorité éditoriale,
- la collecte de l'information,
- le traitement éditorial de l'information,
- les engagements personnels du journaliste.

I. Le droit citoyen à l'information

1. Les droits à l'information, à l'expression et à la critique sont des droits fondamentaux de l'être humain.
2. L'exercice de ces droits requiert la pluralité de médias libres, indépendants et de qualité.
3. Leur existence est inséparable de l'exercice de la démocratie telle qu'elle est proclamée par la Constitution de la République française et par la Convention européenne de sauvegarde des droits de l'homme et des libertés fondamentales.

II. La responsabilité des éditeurs et des journalistes

4. La réalisation et la diffusion d'un média sont un acte d'édition et de journalisme. Les responsabilités de l'éditeur et du journaliste ne peuvent être confondues.
5. Cet acte engage chacun de ses acteurs individuellement et collectivement vis-à-vis du public.

6. La responsabilité de l'éditeur de média et du journaliste à l'égard du public prime sur toute autre. Elle fonde l'éthique ainsi que les devoirs et les droits de tous les acteurs de la chaîne éditoriale, quel que soit le média.
7. L'éditeur doit garantir au journaliste les conditions du respect des règles déontologiques.

III. L'indépendance du journaliste et l'autorité éditoriale

8. L'indépendance et la liberté d'action du journaliste, condition essentielle d'une information libre, honnête et pluraliste, vont de pair avec sa responsabilité.
9. Le journaliste accomplit librement sa tâche au sein d'une équipe rédactionnelle, sous la seule autorité des chefs de la rédaction et sous la responsabilité du directeur de la publication.
10. La sécurité matérielle et morale est la base de l'indépendance du journaliste. Elle doit lui être assurée, quel que soit son lien juridique avec l'entreprise éditrice.
11. Le journaliste ne peut être contraint d'accomplir un acte, d'exprimer une opinion, ou d'être associé à une expression éditoriale qui seraient contraires à sa conscience ou aux règles déontologiques.
12. Il n'accepte aucune consigne, directe ou indirecte, des annonceurs, ne cède à aucune influence intéressée ou pression et s'assure d'agir avec la plus grande autonomie de jugement possible.

IV. La collecte de l'information

13. Le journaliste doit pouvoir accéder à toutes les informations d'intérêt public.
14. Il s'attache avant tout à l'exactitude des faits.
15. La recherche et la collecte des faits décrivant la réalité sont conduites sans *a priori*, dans un souci d'équité et d'impartialité.

... (suite de la page 4) Un travail de synthèse à partir de cinq codes déontologiques faisant référence en France

16. Le droit à l'information des citoyens fonde le journaliste à rompre, si nécessaire à l'intérêt public, le secret opposé par des acteurs publics ou privés.

17. La volonté de diffuser au plus vite ou en exclusivité une information ne doit l'emporter ni sur l'évaluation et la vérification des sources, ni sur le sérieux de l'enquête.

18. Le journaliste examine avec rigueur et vigilance critique les informations, documents, images, sons et prises de position qu'il collecte ou qui lui parviennent. Il s'assure notamment qu'ils n'ont fait l'objet d'aucune altération ou falsification de nature à déformer la réalité.

19. Il proscrit tout moyen déloyal ou vénal pour obtenir informations, images, sons et documents. De tels procédés ne peuvent lui être imposés par sa hiérarchie.

20. Lorsque sa sécurité, celle de ses sources, ou la gravité des faits le conduisent à taire soit sa qualité de journaliste soit son activité journalistique, il prévient sa hiérarchie, s'en explique dès que possible vis-à-vis du public, et s'efforce de donner la parole aux personnes mises en cause.

21. L'origine des informations publiées doit être clairement indiquée. Le recours à l'anonymat d'une source n'est acceptable que lorsqu'il sert le droit à l'information ; dans ce cas, le journaliste en avertit le public après avoir informé son supérieur hiérarchique de la nature de cette source.

22. Le journaliste n'abuse pas de l'état de faiblesse ou de détresse de personnes pour obtenir d'elles des informations ou des documents.

23. Il garde recul et distance avec ses sources d'information, et évite d'instaurer avec elles toute connivence ou dépendance, qu'il les sollicite ou qu'elles se présentent à lui.

24. Il respecte le secret à l'égard des personnes qui l'ont informé confidentiellement et veille à les protéger.

V. Le traitement éditorial de l'information

25. Chaque journaliste et chaque éditeur de média se portent garants, pour la part leur incombant, d'un traitement éditorial n'altérant, ne déformant et ne falsifiant pas les faits, les documents, les images et les sons.

26. Le journaliste bannit l'approximation, l'invention, le mensonge, la rumeur.

27. Il refuse toute censure et veille à ne pas s'autocensurer, en particulier lorsque les éléments dont il dispose contredisent ses présupposés, ses prévisions ou ses préférences.

28. Il recherche la vérité, cultive le doute en toute circonstance, notamment face à l'autorité, à l'assurance du grand nombre et au charisme individuel; avec arguments et preuves, il combat le scepticisme.

29. Il veille à ne servir aucun intérêt particulier en relayant publicité, promotion, ou propagande, et à ne faire l'objet d'aucune manipulation. Il avertit le public d'une manipulation dont il a pu être l'objet.

30. Il ne fait preuve d'aucune complaisance dans la représentation de la violence et dans l'exploitation des émotions.

31. Il s'interdit tout plagiat et cite les journalistes et les médias dont il reprend les informations.

32. Il s'efforce d'indiquer au public les circonstances d'élaboration et de publication de l'information.

33. Le journaliste et l'éditeur de média agissent sans intention de nuire. Ils s'interdisent toute malveillance, calomnie, diffamation ou injure.

34. Ils évitent toute mise en cause d'une personne sans élément probant. Ils ne le font qu'avec la plus grande circonspection en s'efforçant de donner la parole à la personne incriminée, ou à tout le moins de faire droit à son point de vue. Ils s'obligent à rendre compte jusqu'à leur terme des procédures judiciaires qu'ils ont évoquées.

35. Ils respectent la présomption d'innocence.

36. Ils s'interdisent tout préjugé et toute discrimination.

37. Ils veillent à ce que la diffusion d'une information ou d'une opinion ne contribue pas à nourrir les préjugés, les discriminations ou la haine ; d'une manière générale ils s'évertuent à ne pas contribuer à la manipulation des consciences et à favoriser l'autonomie d'appréciation du public.

38. Ils respectent la vie privée des personnes. Ils ne diffusent d'informations relevant de la vie privée que si elles servent le droit légitime à l'information des citoyens.

39. Ils doivent assurer le suivi de l'information.

40. Ils rectifient le plus rapidement possible, de manière visible, toute erreur ou information inexacte.

VI. Les engagements personnels du journaliste

41. Le journaliste ne confond pas son rôle avec celui du policier ou du juge. Il n'est pas un agent de renseignements.

42. Il s'interdit de recevoir un quelconque avantage en raison de la diffusion ou de la non-diffusion d'une information.

43. Il s'interdit toute activité lucrative, extérieure à l'exercice de sa profession, pouvant porter atteinte à sa crédibilité, à son indépendance ou à celles du média auquel il collabore.

44. Il s'interdit toute activité où sa qualité de journaliste, son influence, ses relations seraient susceptibles d'être exploitées à d'autres fins que l'information du public.

45. Il évite – ou met fin à – toute situation pouvant le conduire à un conflit d'intérêts dans l'exercice de son métier. ■

Etranger

Voyage dans le futur médiatique

Une étude comparative de neuf conseils de presse

A quoi ressembleront les routes de l'information dans une ou plusieurs décennies ? Où passera la ligne jaune ? Entre les anciens et les modernes ? Entre le papier et l'écran ? Entre le magazine et l'information continue ? Entre les grands groupes et les indépendants, les professionnels et les amateurs ? Non, la vraie fracture se situera ailleurs : le XXI^{ème} siècle médiatique sera éthique. Cette analyse n'a pas jailli de l'esprit fantaisiste d'un adhérent de l'APCP mais de *Regulating the Press*, une très sérieuse étude comparative des conseils de presse de neuf pays publiée par l'université d'Oxford¹.

Au-delà des différences de structure, de statut, de parcours historique, les conseils de presse partagent des valeurs communes fortes. Partout où elle existe, l'autorégulation - ou la corégulation - a un but pragmatique : elle vise avant tout à protéger les médias de l'intervention de l'Etat. Mais la liberté de la presse n'est pas un but en soi : elle ressort d'un « impératif démocratique », elle sert l'intérêt et la liberté du public. Elle induit une culture de responsabilité vis-à-vis du public. La méthode consiste à proposer un recours gratuit et simple aux personnes qui s'estiment lésées par les médias. En Suède, en Irlande et au Danemark, seules les personnes directement concernées par la publication ont le droit de porter plainte.

Les systèmes sont divers, mais l'auteur, Lara Fielden, souligne l'importance d'une définition claire des buts de l'autorégulation. Il importe de bien distinguer justice et éthique. La plupart du temps, le judiciaire - civil et criminel - traite des questions de diffamation, vie privée, harcèlement, injure. Le conseil de presse et le médiateur (ombudsman) ont pour vocation de promouvoir les bonnes pratiques du journalisme, de traiter de l'exactitude et de l'équité des informations. Chez les Allemands et les Australiens, le conseil de presse a aussi un rôle de formation des journalistes et initie des débats publics. En général, ils n'imposent pas d'amendes et n'octroient pas d'indemnité aux « victimes ». La principale sanction est la publication du blâme du Conseil, mais certains pays envisagent d'introduire « la carotte et le bâton ». Il s'agirait d'encourager l'adhésion volontaire à l'autorégulation par des avantages fiscaux ou

des subventions (Danemark). En Suède, le Conseil a le pouvoir de frapper d'une amende symbolique le média qui refuserait de corriger sa faute.

La crédibilité du conseil de presse est proportionnelle à son indépendance vis-à-vis de l'Etat. Indépendance se conjugue avec transparence de l'organisation interne et des rapports avec le public. Dans la plupart des pays, le public ne sait pas qui fait partie du Conseil de Presse. Australiens et Irlandais ont une idée originale : introduire un label de qualité, sous forme de logo facilement identifiable ; tous les médias qui adhèreraient au système pourraient l'afficher. Que se passera-t-il pour les médias qui refuseront d'adhérer, quel sera le recours du public ? Les Néozélandais envisagent de compléter le système volontaire par des « tribunaux de la communication ». Les idées ne manquent pas, mais quelles que puissent être les normes adoptées, Lara Fielden croit qu'elles pourraient s'appliquer non seulement aux médias traditionnels mais aussi aux nouveaux, à tout le « champ » médiatique, tant les réseaux sociaux, la VOD, que les informations générées par le public. La régulation devrait en particulier être plus attentive à la protection des enfants.

C'est ici que se situera la différence, entre les contenus régulés selon des valeurs éthiques garantissant une qualité de l'information et le n'importe quoi des médias non régulés. ■ **Didier EPELBAUM**

1 http://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/fileadmin/documents/Publications/Working_Papers/Regulating_the_Press.pdf 124 pages, avril 2012. Cette étude de l'Université d'Oxford porte sur la Suède, l'Allemagne, la Finlande, le Danemark, l'Irlande, l'Australie, le Canada, la Nouvelle-Zélande et la Norvège.

Contacts

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

Manola Gardez, secrétaire, manolag@gmail.com, 06 82 35 14 03

Georges Potriquet, trésorier, georgespotriquet@gmail.com, 06 82 11 30 26

Ici et là

Informations rassemblées
par Pierre Ganz,
pierre.ganz@wanadoo.fr

Belgique : points de repère

Le Conseil de déontologie journalistique de Belgique francophone a récemment publié un lexique des mots les plus utilisés à propos de l'Islam. Le CDJ est souvent saisi par des plaignants qui dénoncent un mauvais usage de termes liés à cette religion. Les vingt-deux mots ou expressions expliqués sont ceux qui reviennent le plus dans l'actualité comme salafiste, imam ou charia. Le CDJ, qui a rédigé ce glossaire avec l'aide d'une spécialiste de l'Islam qui fait autorité en Belgique, précise qu'il ne s'agit pas « de normes déontologiques, évidemment, mais de points de repère pour la pratique journalistique. »

<http://www.deontologiejournalistique.be/index.php?islam-les-mots-pour-le-dire>

Royaume-Uni : vie privée

En Grande-Bretagne, une jeune femme avait écrit en prison à l'homme qui l'avait agressée des années plus tôt, durant son adolescence. L'hebdomadaire *Sunday Life* s'est procuré cette lettre, l'a d'abord montrée à la mère de la victime « pour obtenir son commentaire » et l'a publiée sans toutes les précautions empêchant l'identification. Le conseil de presse britannique (PCC) a jugé que cette publication avait « à l'évidence causé un trouble grave » à la jeune femme, en rompant la règle déontologique du respect de la vie privée, et que la démarche consistant à montrer cette lettre à sa mère était également un non respect de cette règle, la victime, « aujourd'hui adulte, ayant des droits à la vie privée même dans sa propre famille ».

<http://www.pcc.org.uk/news/index.html?article=Nzg5Ng==>

Australie : invasion

Le Conseil de Presse Australien a blâmé le *Daily Telegraph* de Sydney pour avoir titré en une « Des milliers de boat people envahissent Sydney » et « Ouverture des vannes », en renvoyant à des articles consacrés à la décision du gouvernement de vider les centres de rétention pour demandeurs d'asile et réfugiés sous le titre « Déluge de détenus sur Sydney ». Dans ses attendus, l'APC estime que ces expressions et mots sont « gravement imprécis, injustes et offensants [par leurs] claires connotations [avec une] occupation violente ».

<http://www.presscouncil.org.au/document-search/adj-1536>