

Vie de l'association

Trois objectifs pour 2012

Permettre une « veille déontologique », aller plus vers le public, interpeller les politiques

L'assemblée générale de l'APCP a confirmé, le 15 décembre, les choix opérés en 2010 et 2011 : réussir la création d'un « Observatoire des pratiques déontologiques dans les médias » (voir bulletins précédents), et élargir notre audience, notamment au-delà de la profession.

Ouverture. La maxime de Sénèque, vieille de deux millénaires, paraît appropriée : « Ne sachant où ils étaient, ni où ils voulaient aller, ils ne trouvèrent pas les vents favorables pour les y conduire ». Le travail d'un observatoire est de permettre de savoir où l'on est... et d'éclairer l'avenir. L'échec de la tentative opérée par le « Comité des sages » de Bruno Frappat de faire adopter par la profession un texte déontologique commun a poussé l'association à poursuivre sur son propre chemin : celui de l'ouverture sans exclusive en s'appuyant sur la « veille déontologique ».

L'observatoire doit être à nos yeux un espace de réflexion et d'échanges sur les dérives déontologiques des médias, à partir d'un travail concret, sans préalables et sans arrières-pensées. Nous le proposerons dans les semaines à venir à un large éventail d'organisations et de personnes, en espérant que viendront rejoindre la douzaine de « partants » tous ceux qui estiment que la qualité de l'information est une condition majeure pour retrouver la confiance du public envers les médias et les journalistes.

Intérêt général. Si le débat déontologique sur l'information a progressé dans la profession depuis que nous avons créé l'APCP fin 2006, il est loin d'avoir touché le public, pourtant très critique et largement sensibilisé, mais peu impliqué. Les efforts des organisations de la société civile qui ont rejoint l'APCP sont méritoires, il faut pouvoir les démultiplier, leur donner davantage d'audience. Mais la société a aussi d'autres représentants naturels, dans la sphère politique. Nous avons commencé en 2010 et poursuivi en 2011 une approche auprès de députés, maires, conseils généraux et régionaux... Nous profiterons des échéances de 2012 pour interroger les candidats à la présidentielle et leurs partis. *(lire la suite page 2)*

Le nouveau conseil d'administration de l'APCP



Le bureau de l'association : Yves Agnès, Manola Gardez, Georges Potriquet (de g. à d.).

Un nouveau C.A. a été élu au cours de l'assemblée générale ordinaire annuelle de l'APCP. Onze membres ont été réélus, quatre ont été nouvellement élus.

Yves Agnès (président, ex *Le Monde*), **Dominique Burg** (RFI), **Bruno Chaviale** (Confédération Nationale des Associations Familiales Catholiques), **Rémy Degoul** (Europe Créative), **Didier Epelbaum** (ex France 2), **Patrick Eveno** (Paris I), **Pierre Ganz** (ex RFI), **Manola Gardez** (secrétaire, Alliance Internationale de Journalistes), **Marie-Christine Lipani-Vaissade** (Institut de Journalisme Bordeaux-Aquitaine), **Jean-**

Luc Martin-Lagardette (Ouvertures.net), **Christine Menzaghi** (Information et Citoyenneté), **Jacques Morandat** (Fédération Française des Agences de Presse), **Jacqueline Papet** (ex RFI), **Georges Potriquet** (trésorier, ex *Le Figaro*, Ecole Supérieure de Journalisme de Lille), **Bertrand Verfaillie** (journaliste et enseignant). ■

RESTONS ÉVEILLÉS !

Agissons pour réconcilier les citoyens avec leurs médias et leurs journalistes !

L'APCP vous présente ses meilleurs vœux pour 2012



Bibliothèque

Nous, journalistes. Déontologie et identité

par Denis Ruellan. *Le sociologue, ancien patron de l'école de journalisme de Lannion, développe l'hypothèse intéressante que la déontologie est, pour les journalistes, « un discours qu'un groupe professionnel établit pour organiser ses relations avec son environnement et lui-même » et qui « participe à l'institutionnalisation d'une identité collective ».* Et si elle était aussi un alibi pour justifier une répulsion à organiser vraiment leur profession ? Presses Universitaires de Grenoble, 250 pages, 21 €.

Copie conforme. Pourquoi les médias disent-ils tous la même chose ?

par Hervé Brusini. *Le titre est alléchant, le sujet d'importance. Mais l'ouvrage raconte plus qu'il n'analyse en profondeur et la sphère télévisuelle tient peut-être trop de place dans la démonstration.* Seuil / Presses de Sciences Po, 130 pages, 14 €.

Profession**La presse écrite inaugure le « passeport professionnel »**

2012 sera une année d'expérimentation. L'audiovisuel se décidera prochainement.



Jacques Morandat et Jacqueline Papet

Un pas en avant important vient d'être franchi par la profession dans la prise en compte de l'éthique et de la déontologie du journalisme.

Trois membres de l'APCP ont été parmi les artisans de cette avancée. Loïc Hervouet, ancien patron de l'École Supérieure de Journalisme de Lille, avait porté l'idée il y a plus de quinze ans. Jacqueline Papet (CFDT) et surtout Jacques Morandat (FFAP), qui avait le dossier en charge au titre de la Conférence Nationale des Métiers du Journalisme (CNMJ), l'ont faite aboutir. Le « passeport professionnel » se met en place. Il est destiné à donner une formation aux journalistes débutants n'ayant pas suivi un cycle spécialisé délivré par l'une des treize écoles « reconnues par la profession ».

La Commission Paritaire Nationale de l'Emploi et de la Formation des Journalistes a émis un avis demandant aux partenaires sociaux de considérer ce projet comme une « priorité de branche ». La presse écrite (70 % des nouveaux journalistes titulaires de carte professionnelle) l'a adopté à l'unanimité. L'audiovisuel (30 %) doit en débattre dans les semaines qui viennent.

Le « passeport » se présente comme une session de quinze journées réparties en cinq modules : relation aux publics ; relation aux sources d'information ; recueil et exploitation des informations ; exploitation des données chiffrées ; dimension collective de la production journalistique. Cette formation de base veut attirer l'attention des nouveaux professionnels sur le droit et la déontologie de l'information, sur les enjeux éthiques de l'exercice du journalisme, dans sa destination (le public) comme dans le cadre économique où il se pratique.

La CPNE « presse écrite » a décidé pour sa part que 2012 serait une année d'expérimentation, comme il avait été suggéré lors de la deuxième CNMJ le 29 septembre 2011 (voir *Bulletin* n°10). Plus de quatre-vingts journalistes pourront en bénéficier l'an prochain, soit une dépense de 300 000 €. ■

Vie de l'association

... (suite de la page 1) **Trois objectifs pour 2012**



Jean-Marie Dupont, Eric Rohde, Jacques Morandat, Jacqueline Papet, Pierre Ganz, Hervé Guillemot, Dominique Burg (de g. à d.).

Notre objectif n'est pas de confier au politique le soin de prendre les mesures adéquates à la place des professionnels, mais d'évaluer quel rôle celui-ci peut jouer, ou non, vers la création d'une instance de co-régulation déontologique, avec le public. Sans se substituer aux professionnels, sans imposer une régulation administrative et politique (type CSA) dont nous ne voulons

pas... Les élus rencontrés jusqu'à présent nous ont paru être sensibles à cette volonté, au reste partagée par la plupart des conseils de presse dans le monde (voir en page 4 l'article sur le Québec). L'information est un « bien commun » de la société tout entière, au service de l'intérêt général, et pas seulement destiné à la satisfaction de ses producteurs et de leurs publics : c'est l'une des convictions qui animent notre action depuis cinq ans. ■ Yves AGNÈS

Public citoyen**Comblant l'immense fossé entre journalistes et public**

Lorsque nous rencontrons des citoyens dans les débats que nous organisons sur la question des médias et de l'information, nous constatons l'immense fossé existant entre les journalistes et le public. Celui-ci se montre très critique sur le traitement de l'information.

Mais cette attitude, loin de mobiliser les gens, semble au contraire les rendre plutôt désabusés. Cette perte de confiance les amène à s'éloigner des médias, en éteignant leur télé à l'heure du JT, en ne lisant plus les journaux...

Comment proposer, face à ce désenchantement, une mobilisation citoyenne ? Le chantier de reconquête d'une information de qualité est, comme le fossé, immense. Il doit se mener dans plusieurs directions, pour inverser cette tendance à la défiance, néfaste à terme pour la démocratie.

Menons-le vers les responsables des politiques publiques, car concernés par l'enjeu du pluralisme et de l'économie des médias. Vers les jeunes, à travers une nécessaire éducation aux médias, critique et civique. Vers les éditeurs d'information, qui doivent comprendre l'enjeu de la mise en place d'un espace de dialogue avec leurs publics. Avec les journalistes, pour reconstruire une éthique dans les pratiques et retrouver les fondements de l'investigation, qui seuls redonneront confiance aux citoyens. Avec les médias publics, qui doivent être une référence pour tous, sur toutes ces questions...

Loin d'entraîner résignation et désengagement, l'ampleur et la complexité du travail doivent être au contraire, selon notre association Information et Citoyenneté, des points d'appui pour une mobilisation et un militantisme citoyen encore plus fort. Cela passe par un dialogue permanent multi-acteurs, entre la société civile (les lecteurs de tous les médias), les journalistes, les éditeurs de presse et les pouvoirs publics. Pour notre association, la mise en place d'un observatoire des pratiques médiatiques d'information va dans ce sens et nous nous y impliquerons.

■ Christian GAUTELLIER

Actualité

France Télévisions a adopté deux textes déontologiques

Un accord direction-syndicats et une nouvelle « Charte des antennes » montrent une volonté partagée dans l'entreprise publique



La signature de l'accord collectif, le 15 septembre 2011 (photo Laurence Mayerfeld).

France Télévisions vient d'adopter deux textes qui traduisent un effort des personnels, des syndicats et de la direction de la télévision publique en matière d'éthique professionnelle des journalistes. Un nouvel accord collectif, qualifié d'« historique » par le SNJ¹, comprend un important volet déontologique. D'autre part, si France Télévisions avait déjà publié sa propre charte en 2002, le texte n'avait pas été actualisé depuis 2005. Les évolutions

structurelles et législatives imposaient une adaptation du document qui devient « La charte des antennes »².

Les deux textes veulent se mesurer aux défis de la révolution numérique, à l'inondation d'images et d'informations de la Toile dans le travail quotidien, assurant que l'urgence ne doit jamais l'emporter sur le sérieux de l'enquête et sur la vérification des sources. On y propose une « check-list » de vérification de la qualité des informations et des images (charte) et un tableau didactique d'utilisation des images de source extérieure (accord collectif).

Les blogs : on distingue (accord collectif) le blog personnel – où le journaliste ne peut se réclamer de son appartenance à France Télévisions, où il doit avoir conscience que ses propos peuvent l'engager au-delà de la sphère privée – et le blog professionnel, où il engage l'entreprise et doit en respecter les règles. On met en garde (charte) les journalistes sur la confidentialité : elle ne peut être absolument garantie sur les réseaux sociaux, ce qui peut compromettre leur crédibilité, et celle de l'entreprise. Sur ces blogs, les journalistes sont tenus au respect des règles professionnelles et déontologiques.

Une attention particulière est prêtée aux conflits d'intérêts, aux « ménages », ces collaborations extérieures qui revêtent un caractère « dérogatoire, donc exceptionnel ». En tout état de cause, le journaliste doit s'assurer que des intérêts croisés ne mettent pas en cause son indépendance et sa crédibilité.

La « Charte des antennes », plus détaillée que le volet déontologique de l'accord, développe notamment la notion d'« honnêteté de l'information », référence du Conseil Supérieur de l'Audiovisuel, toujours invoquée mais jamais explicitée (voir ci-contre) ou la définition du champ de l'information d'intérêt public³.

Le principal reproche qu'on peut faire aux chartes, c'est qu'elles restent trop souvent lettre morte. L'accord collectif prévoit la création d'une commission paritaire de suivi, composée de représentants des syndicats et de la direction. Elle se réunira deux fois par an afin d'effectuer un bilan déontologique, notamment en matière de conflits d'intérêts. Quant à la « Charte des antennes », elle sera périodiquement réexaminée et actualisée par un « comité de suivi » désigné par le président du groupe. ■ Didier EPELBAUM

1. Signé le 15 septembre 2011 par la direction, le SNJ, la CFTD et FO, se substitue partiellement à l'Avenant Audiovisuel à la Convention collective. Il se réfère à la Charte d'éthique professionnelle des journalistes du Syndicat National des Journalistes (1918/1938/2011) ainsi qu'à la Convention Collective Nationale de Travail des Journalistes (notamment articles 5 et 7).

2. Rendue publique le 10 juillet 2011 et consultable sur le site internet du groupe http://www.francetelevisions.fr/downloads/charte_des_antennes_web.pdf

3. Entre autres : le fonctionnement des institutions ; le comportement des personnalités publiques et des fonctionnaires dans l'exercice de leur fonction ; la mise au jour des manipulations ou mensonges visant à tromper le public ; la liberté d'expression...

Documents

« L'honnêteté de l'information »

« L'honnêteté est l'exigence fondamentale de la télévision publique en matière d'information. Elle requiert une information :

- exacte, conforme à la réalité, qui proscribit toute présentation partielle des faits ;
- qui implique la vérification et le sérieux des sources d'information ;
- qui traite avec la plus grande prudence les informations incertaines, refuse de tenir pour avérées des affirmations personnelles ou fondées sur la rumeur publique, non confirmées par des sources vérifiées et concordantes ;
- qui exige rigueur et précision de la langue, du traitement de l'information et de sa présentation, qui bannit l'approximation ;
- qui ne fait pas usage de procédés malhonnêtes ;
- qui refuse le recours à des procédés susceptibles de nuire à la bonne compréhension du téléspectateur ou de l'induire en erreur ;
- qui refuse le plagiat et cite les confrères dont il reprend les informations ;
- ouverte au dialogue avec le public et à la critique ;
- qui rectifie ses erreurs. »

(Charte des antennes)

Les « principes professionnels »

« Le journaliste ne peut être contraint à accepter un acte professionnel ou à diffuser des informations qui seraient contraires à la réalité des faits.

Il doit être tout particulièrement vigilant avant de diffuser des informations et des images dont les auteurs ne seraient pas des journalistes professionnels.

Tout journaliste a le droit de refuser toute pression, de refuser de divulguer ses sources, de refuser de signer une émission ou une partie d'émission dont la forme ou le contenu auraient été modifiés à son insu ou contre sa volonté, quel que soit le support de diffusion.

Il ne peut être contraint à accepter un acte contraire à son intime conviction professionnelle.

Un employeur ne peut exiger d'un journaliste un travail promotionnel ou ne peut utiliser son nom ou son travail à des fins publicitaires, pour quelque cause que ce soit y compris humanitaire.

De même, le journaliste ne saurait user de sa qualité de journaliste de France Télévisions pour concourir à la publicité ou la promotion d'un produit, d'une marque, d'une entreprise, d'une association ou d'une fédération. »

(Accord collectif, hors blogs, voir ci-contre)

Etranger

Débat public au Québec sur la régulation des médias

Le Conseil de presse et une centrale syndicale demandent une nouvelle législation



John Gomery, président du Conseil de Presse du Québec (photo CPQ)

Un grand débat public, «Pour l'information au service de l'intérêt public», a été lancé au Québec en novembre 2011 par la ministre des communications, de la culture et de la condition féminine, Christine Saint-Pierre. L'occasion pour certains de réclamer un renforcement de la régulation des médias.

John Gomery, le président du Conseil de presse du Québec (CPQ), demande au gouvernement d'adopter une loi pour contraindre les médias à adhérer à ce tribunal d'honneur de la profession. Le Conseil de presse reçoit les plaintes du public. C'est un système d'autorégulation auquel l'adhésion est volontaire. Actuellement, nombre de médias sont membres du Conseil de presse mais Quebecor, qui représente 40 % de la diffusion de l'information, s'en est retiré à l'été 2010, en reprochant au Conseil le caractère « arbitraire » de ses décisions.

L'autorégulation est préférable. « Or, argumente John Gomery, ancien magistrat, dans *La Presse*, les résultats préliminaires d'une étude approfondie de notre jurisprudence, que nous avons récemment entreprise, démontrent plutôt la cohérence générale de nos décisions. Si on peut effectivement trouver ci et là, dans les décisions du comité des plaintes du CPQ, quelques raisonnements contestables, on doit reconnaître en revanche que la même chose est vraie des décisions rendues par n'importe quel tribunal. Leur légitimité n'en est pas pour autant amoindrie. »

Le président du CPQ se veut très clair : « Jamais n'a-t-il été question d'inviter l'État québécois à s'immiscer dans la régulation des médias. Nous croyons toujours, au Conseil, que la régulation du milieu journalistique doit être autonome, autrement dit, que l'on doit poursuivre sur la voie de l'autorégulation. Mais l'efficacité de celle-ci dépend nécessairement de la participation de tous les joueurs importants. L'information est un bien public, et ceux qui la produisent doivent être redevables devant ceux à qui elle est destinée. Cet impératif nous place devant une alternative : de deux choses l'une, ou les joueurs acceptent volontairement de se réguler eux-mêmes, ou ils doivent être forcés de le faire. »

Une loi cadre de l'information. De son côté, Louis Roy, président de la Confédération des syndicats nationaux (CSN, deuxième plus grande centrale syndicale), est monté au créneau dans une tribune parue dans *La Voix de l'Est*. Il demande aux pouvoirs publics de renforcer le rôle de régulateur des médias qu'est le Conseil de presse. Il leur demande également d'intervenir « afin de veiller à ce que l'offre d'information et les conditions de pratique du journalisme professionnel ne se détériorent davantage. » Pour le syndicaliste, « les médias ne sont pas une industrie comme les autres. Ils jouent un rôle déterminant dans le maintien et la construction de la démocratie. Ils participent à la définition du bien commun dans une société ».

C'est pourquoi la CSN réclame « une loi-cadre de l'information [pour] garantir le pluralisme et la diversité des voix, le droit du public à une information indépendante et de qualité, en conformité avec l'intérêt public ». ■ Jean-Luc MARTIN-LAGARDETTE

L'article complet est sur le site « Ouvertures », dont l'auteur est rédacteur en chef www.ouvertures.net/portail/l_id.asp?doc_id=554

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

Diffamation coûteuse pour la chaîne israélienne Canal 10

Menacée de fermeture, l'une des deux chaînes généralistes de télévision privée israélienne, « Canal 10 », reçoit le soutien du Conseil de presse israélien : « *La disparition de cette chaîne mettrait en danger le pluralisme de l'audiovisuel et la liberté de la presse.* » Créée en janvier 2002, la chaîne doit sept millions d'euros à la régie de l'audiovisuel commercial, qui refuse de suspendre le remboursement.

Mais la vraie raison est probablement ailleurs. La chaîne a diffusé au début de l'année 2011 un portrait au vitriol du milliardaire américain Sheldon Adelson, qu'elle accusait d'avoir obtenu frauduleusement une licence d'exploitation de casino à Las Vegas. Accusée de calomnie et de diffamation, la rédaction fut incapable de produire le moindre document étayant son accusation. Or Adelson est aussi le principal actionnaire du quotidien gratuit *Israël Hayom*, le seul média pro-Netanyahou, et le plus lu... Contre l'avis des journalistes, le principal actionnaire de la chaîne exigea la lecture d'un texte d'excuses à l'antenne. Trois responsables démissionnèrent : le directeur général, le présentateur et le rédacteur en chef de l'émission.

N'en déplaise au Conseil de presse, la rédaction a fourni elle-même un joli prétexte déontologique à ceux qui y voient un dangereux nid de gauchistes dont il faut vite se débarrasser. ■ D. E.

L'APCP à Ouagadougou



Yves Agnès (président de l'APCP, à gauche) et Jérôme Bouvier (médiateur de Radio France et président de « Journalisme et Citoyenneté », à droite) ont participé aux 8^e Universités Africaines de la Communication de Ouagadougou (7-10 décembre 2011). Ils sont intervenus lors de cette rencontre notamment sur l'actualité de la déontologie et le droit à une information de qualité, ainsi qu'à l'Université de Ouagadougou et dans divers médias de la capitale du Burkina Faso.