

## Veille et pédagogie

### L'observatoire déontologique en construction

#### Une première réunion a permis des clarifications et montré une volonté d'avancer

Une trentaine de personnes ont participé mardi 24 janvier à une première réunion de « défrichage » en vue de créer un Observatoire déontologique des pratiques journalistiques. Huit organisations syndicales d'employeurs et de journalistes



étaient présentes<sup>1</sup>, deux médiateurs de presse, une entreprise de l'audiovisuel public venue en observateur, neuf écoles de journalisme « reconnues », cinq associations professionnelles ou de la société civile, un représentant de la Direction Générale des Médias et des Industries Culturelles (ministère de la culture et de la communication)<sup>2</sup>.

Une majorité des participants ont fait valoir leur volonté d'aboutir dans les mois qui viennent, d'autres s'interrogent, n'ont pas encore pris de décision collective, mais ont témoigné au minimum de l'attention de leurs organisations respectives. Entre ceux qui « doutent », ceux qui se déclarent « intéressés », ceux qui « adhèrent à la démarche », ceux qui la jugent « nécessaire », ou y voient « une chance », « une urgence », et ceux qui affichent leur « enthousiasme », il y a un point commun : un réel souci de s'écouter, et pour beaucoup de faire des propositions constructives.

(lire la suite page 2)

## Actualité

### « Sale mec » : une journaliste se rebiffe



Sur le plateau du « Grand Journal de Canal + », vendredi 6 janvier 2012.

Ça commence mal... Nous exprimions nos craintes dans un précédent *Bulletin* (n°10, novembre 2011) sur le « travestissement de la vie politique réelle » que la couverture médiatique de la campagne pour l'élection présidentielle risquait de produire. À peine finie la trêve des confiseurs, l'affaire du « sale mec » est venue montrer combien ces craintes étaient fondées.

Le quotidien *Le Parisien / Aujourd'hui en France*, rapportant des propos tenus par François Hollande au cours d'une rencontre avec quelques journalistes, choisit d'extraire du contexte réel de la phrase prononcée par le candidat socialiste deux expressions : « *président en échec* » et « *sale mec* » (« Le nouvel appétit de Hollande », 4 janvier 2012). D'autres journalistes présents à ce déjeuner de presse rectifient dans la journée, et *Le Parisien* lui-même doit donner des précisions sur son site, sans toutefois présenter d'excuses. Le déchaînement, immédiat et bien orchestré, de ténors de l'UMP constitue pour *Le Monde* (6 janvier) un « *cas d'école de riposte médiatique* »... Bref, un tintamarre grotesque provoqué par une information fautive.

Nous écrivions aussi précédemment que dénoncer ce type d'attitude – privilégier le « spectacle » de la « course hippique » plutôt que présenter les enjeux politiques – paraissait tabou dans la profession. C'est peut-être en train de changer. Une journaliste s'est publiquement rebiffée deux jours plus tard sur le plateau du « Grand Journal de Canal + », lequel excelle pourtant dans cette mise en scène des petites phrases et des polémiques stériles. (lire la suite page 4)

## Agenda

### Les premiers « Entretiens sur la confiance »

L'Institut Confiances est un *think tank* récemment créé sur la question : « Comment, collectivement, contribuer à restaurer la confiance entre politiques, administration, acteurs économiques et financiers, scientifiques, médias et citoyens ? ». Pierre Winicki, consultant et enseignant en management public, en est l'animateur. L'institut organise au Sénat **lundi 20 février** les « Entretiens sur la confiance », d'où pourraient sortir des groupes de travail sur un certain nombre de thèmes, dont « Confiance et politique : gouvernants, médias et citoyens ».

[colloque@institut-confiances.org](mailto:colloque@institut-confiances.org)

### L'économie, star de la présidentielle

La prochaine session des « Entretiens de l'Information » aura lieu **mercredi 14 mars** de 10h à 18h30 à l'Institut National de l'Audiovisuel (83 rue Patay, 75013 Paris, entrée libre). Sous le titre « L'économie, star de la présidentielle », il s'agit d'examiner le traitement par les médias des thèmes économiques durant la campagne électorale. Seront abordés : La hiérarchie et le traitement de l'information ; Le choc des domaines et des compétences ; Ce que cache l'omniprésence de l'économie dans la campagne. Ce moment de réflexion et d'échanges entre journalistes, chercheurs en sciences sociales et acteurs du débat public est organisé en partenariat avec l'IDIES (Institut pour le Développement de l'Information Economique et Sociale).

<http://entretiens.info>

### L'information est-elle encore un bien commun ?

Europe Créative et l'Institut Kervégan de Nantes (« centre d'analyses et de réflexions de la société civile ») organisent **jeudi 29 mars** en fin d'après-midi une rencontre-débat sur ce thème. Elle aura lieu au Centre de Communication de l'Ouest (CCO), place de Bretagne à Nantes). L'APCP y sera représentée.

[www.europecreative.eu](http://www.europecreative.eu) ;  
[www.institut-kervegan.com](http://www.institut-kervegan.com)

## Veille et pédagogie

... (suite de la page 1) **L'observatoire déontologique en construction**

L'observatoire en construction résultera notamment de la mutualisation des informations, afin de constituer une véritable « base de données ». L'accumulation des faits permettra, sur la durée, de dégager des tendances et de les analyser. Son fonctionnement collectif en fera naturellement un espace de débat ouvert entre professionnels et non professionnels.

### Instrument de veille, pas instance d'autorégulation.

Cette première réunion a permis de clarifier certaines questions, après les propositions exposées en début de séance par l'APCP, laquelle avait lancé une cinquantaine de sollicitations, notamment à la totalité des organisations syndicales d'employeurs et de journalistes.

Première clarification : le futur observatoire ne sera pas une instance de déontologie, un conseil de presse recevant et traitant des plaintes. Son objectif majeur est de faire de la « veille déontologique » en continu, d'analyser les cas et les situations qui lui parviennent, de faire chaque année un « état des lieux ». L'Association de Préfiguration d'un Conseil de Presse, qui en a pris l'initiative, n'en sera pas le maître d'œuvre. Une autre association sera créée, qui comprendra tous les participants à parts égales, qui déterminera ses instances dirigeantes et organisera le travail de l'observatoire.

**Mauvaises et bonnes pratiques.** Autre clarification : la « *caisse de résonance* » que peut devenir cet instrument au service de tous ne doit pas seulement s'intéresser aux dérapages déontologiques, montrer du doigt les manquements, mais aussi récolter et mettre en avant les « *bonnes pratiques* » que s'efforcent de développer ici et là des journalistes et des médias. L'aspect pédagogique de l'observatoire a été plusieurs fois souligné.

Dans cette optique, le tour de table a montré qu'il fallait s'intéresser aux quatre « acteurs » de la fabrication de l'information : **les sources** (qui sont parfois manipulatrices), **les journalistes** (qui ont la responsabilité, à tous les niveaux de la chaîne hiérarchique, de récolter et diffuser l'information), **les éditeurs de média** (responsables de la ligne éditoriale et devant la justice), **le public** (qui reçoit de manière critique l'information qui lui est destinée et pousse à une amélioration du système).

**Consensus sur les objectifs.** La prochaine étape va servir à chercher le consensus sur une définition précise des objectifs du futur observatoire. Ce qui pourra se faire tout en commençant à centraliser des informations sur « l'actualité déontologique ». Une deuxième réunion est prévue en mars. Le soutien des pouvoirs publics à cette initiative de « rassemblement des bonnes volontés » est par ailleurs acquis. En temps que mise en œuvre d'une recommandation (unanime du groupe « Confiance ») des Etats Généraux de la Presse Ecrite, le ministère s'est dit prêt à apporter son expertise et n'a pas « fermé la porte » pour d'éventuels moyens. ■ Yves AGNÈS

1. L'une d'elles représentant sa confédération, la CFDT.

2. Un syndicat patronal et deux organisations de la société civile n'ont pu être présents au dernier moment.



Boris Bizic (FNPS), Sophie Lecointe (DGMIC), Jacques Morandat et Kathleen Grosset (FFAP).



Marie Christine Lipani (IJBA), Sabine Torres (SPIIL), Marc Capelle (ES) de Lille, Hervé Demailly (CELSA).



R. Degoul (Europe créative), J. Bouvier (Journalisme et Citoyenneté), G. Pouzin (CFIC), J.-F. Cullaïroz (CFDT), C. Menzaghi (Information et Citoyenneté).



Yves Agnès, Didier Epelbaum, Camille Dupuy (APCP).

## Bibliothèque

### L'année Francophone Internationale

L'édition 2011-2012 vient d'être publiée. Pour les 20 ans de cette revue annuelle créée par Michel Tétu à l'Université Laval de Québec (sur une idée d'Alain Decaux, alors ministre de la francophonie), un hommage est rendu à cet universitaire, décédé en 2008, par Loïc Hervouet. Ce dernier anime, avec Charles Moumouni outre-Atlantique, un annuaire devenu une référence. Un dossier est aussi consacré au cinquantième anniversaire de l'installation à Paris de la Délégation Générale du Québec. Une copieuse livraison, réalisée par la centaine de collaborateurs de la publication à travers le monde. L'essentiel est l'inventaire de l'actualité dans 96 pays répartis en neuf régions (Afrique subsaharienne, Amérique du Nord, Asie du Sud-Est, Caraïbe et Guyane, Europe, Maghreb, Océan Indien, Proche Orient, Zone Pacifique).

384 pages, 20 €. Disponible notamment à la Documentation Française et à l'ESJ de Lille, 50, rue Gauthier-de-Chatillon, 59046 Lille cedex. Tél. 03 20 30 44 03, [afirevue@esj-lille.fr](mailto:afirevue@esj-lille.fr)

## Agenda

### Université populaire de l'information citoyenne

A partir de l'idée originale de François Longéras et de Philippe Merlant, l'Université Populaire de l'Information Citoyenne devrait être officiellement lancée dans les prochaines semaines. Avec quatre principaux objectifs : favoriser l'émergence de médias participatifs (aide au montage de projet) ; transmettre savoir-faire et savoir-être (par un laboratoire d'expérimentation pédagogique) ; organiser réunions thématiques, échanges et réflexions (dans le sillage du collectif « ça presse ») autour notamment de l'information participative pour « donner du sens » et associer un public plus large ; réaliser des publications via un site ou éventuellement une revue. Un premier séminaire sera organisé **mercredi 21 mars** au Conservatoire National des Arts et Métiers (CNAM, 292 rue Saint-Martin, 75003 Paris).

[francois.longerinas@emi-cfd.com](mailto:francois.longerinas@emi-cfd.com) ; [merlant.philippe@orange.fr](mailto:merlant.philippe@orange.fr)

## Profession

## Deuxième année de baisse du nombre de journalistes « encartés »

Les statistiques de la Commission de la carte d'identité des journalistes professionnels (CCIJP) au 4 janvier 2012

CARTES DÉLIVRÉES	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Renouvellements	31446	32963	33662	34197	34524	34847	35192	35303	35366	35185	34961
Nouvelles cartes dont diplômés écoles reconnues	2781	2307	1877	1951	1979	2162	2109 307	2004 295	2024 265	1822 225	1854 258
Salariés mensualisés dont directeurs anciens journalistes	27333 473	27878 486	27461 481	27635 492	28032 479	28581 506	29129 521	29187 545	28707 553	28038 537	27636 547
Pigistes	5871	6230	6374	6759	6889	6925	6860	6778	7267	7449	7603
Chômeurs	1023	1162	1704	1754	1582	1503	1312	1342	1416	1520	1576
Hommes	20372	20785	20817	20984	21028	21105	21131	20945	20773	20369	20107
Femmes	13855	14485	14722	15164	15475	15904	16170	16362	16617	16638	16708
Total cartes	<b>34227</b>	<b>35270</b>	<b>35539</b>	<b>36148</b>	<b>36503</b>	<b>37009</b>	<b>37301</b>	<b>37307</b>	<b>37390</b>	<b>37007</b>	<b>36815</b>
Solde création de postes	1489	1043	269	610	355	506	292	6	83	- 383	- 192
Sorties du métier	1292	1264	1608	1341	1624	1656	1817	1998	1941	2205	2046

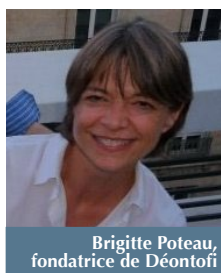
Si le nombre de cartes à fin 2011 est encore supérieur à ce qu'il était jusqu'en 2005, ce nombre connaît une deuxième année consécutive de baisse, après la première, « historique », de 2010. Ce nouveau recul – de 0,5% contre 1% l'année précédente – est moindre que l'on pouvait craindre du fait de la situation délicate de bien des médias, en particulier dans la presse écrite. Les embauches de journalistes professionnels (nouvelles cartes) sont légèrement supérieures à ce qu'elle avaient été en 2010, malgré des sorties du métier (retraites notamment) plus faibles.

**La féminisation de la profession continue.** Le nombre de femmes journalistes est toujours en augmentation (+70), celui des hommes diminuant régulièrement depuis 2008 (- 262 en 2011). L'écart entre les hommes et les femmes est passé en dix ans de 19 points à 9 : 45,4% de femmes pour 54,6% d'hommes au 1<sup>er</sup> janvier 2012 contre 40,5 % et 59,5 % au 1<sup>er</sup> janvier 2002.

**La précarité, parmi les possesseurs de la carte professionnelle, est très légèrement en hausse.** Les pigistes représentent 20,6% de l'effectif total fin 2011 (20,1% en 2010, 17,1% en 2001). Les chômeurs représentent 4,3% (4,1% en 2010, 3% en 2001), ce qui reste bien inférieur au taux national de demandeurs d'emploi. ■ Y.A.

## Publication

## Déontofi – La Lettre de la Déontologie Financière



Brigitte Poteau, fondatrice de Déontofi

Le premier numéro de *Déontofi - La Lettre de la Déontologie Financière* a été publié le 30 décembre 2011. Elle est diffusée par l'Association pour la déontologie financière, qui a pour objet « d'améliorer concrètement les bonnes pratiques et d'identifier les dérives déontologiques dans les activités financières ». La responsable de la publication est Brigitte Poteau, contrôleur de gestion et spécialiste de gestion de portefeuille. Au sommaire notamment : déontologie financière et santé au travail ; délit d'initié (sondage de marché et information privilégiée). Cette première livraison

comprend un article critique sur l'organisme d'autorégulation FIDEO, inactif depuis sa création, auquel le Bulletin de l'APCP a consacré un article (n° 8, juin 2011). ■

Pour recevoir *Déontofi* : en faire la demande à [deontofi@gmail.com](mailto:deontofi@gmail.com)

## Disparition

Jacques Alexandre  
carte de presse N°1

Qui était le premier titulaire d'une carte de presse, à sa création en 1936 ? Les archives ont été en partie détruites durant la seconde guerre mondiale... Mais en 1945, la Commission a repris sa numérotation à partir du numéro 1 et la « seconde première carte » a été attribuée à Jacques Alexandre qui, sortant du maquis du Vercors, venait d'être embauché à la Radiodiffusion nationale, le 16 décembre 1944. Bachelier en 1939, il avait publié quelques piges avant-guerre. Jacques Alexandre a fait toute sa carrière dans le service public de radio (notamment à France Inter, France Culture, RFI où il termine rédacteur en chef adjoint), comme journaliste politique. Il était aussi militant syndical Force ouvrière. Il a quitté la « Maison ronde » pour la retraite en 1985, décoré de la Légion d'honneur et de la Médaille du travail.

Jacques Alexandre nous a récemment quittés, le 19 septembre 2011, à 90 ans. Dans les dernières années de sa vie, déjà atteint par les fatigues de l'âge, il s'était intéressé à l'activité de notre association, dont plusieurs membres l'ont connu.

## Public/médias

Baromètre 2012  
La Croix-TNS Sofres

Le baromètre annuel sur la confiance des Français envers les médias et les journalistes indique une très légère remontée de cette confiance, dans la fiabilité de l'information et dans l'indépendance des journalistes<sup>1</sup>.

« Les choses se sont passées vraiment ou à peu près comme le média les raconte ou les montre » : radio 58% (57 en 2011) ; presse écrite 51% (49) ; télévision 48% (46) ; Internet 37% (35).

« Croyez-vous que les journalistes sont indépendants, c'est-à-dire qu'ils résistent... » : aux pressions des partis politiques et du pouvoir ? NON 59% (63 en 2011) ; aux pressions de l'argent ? NON 56% (58).

Mode d'information principal (cité en premier) : télévision 56% (60 en 2011) ; radio 19% (19) ; presse écrite 12% (12) ; Internet 12% (9).

<http://www.la-croix.com>

<http://www.tns-sofres.com/points-de-vue/47706F4058C74A6EA8C951CDECFE9B20.aspx>

1. Sondage réalisé du 6 au 9 janvier 2012 auprès d'un échantillon représentatif de 1005 personnes âgées de 18 ans et plus, en face-à-face à leur domicile, méthode des quotas.

## Pédagogie

## « Repères pour un journalisme responsable » Un guide pratique du Conseil suisse de la presse

Parmi les détracteurs, en France, des instances d'autorégulation ou de co-régulation (avec le public) déontologique de type « conseil de presse », on avance parfois l'argument que de telles structures pourraient déresponsabiliser les journalistes. Un argument infondé qui a surtout pour motivation l'immobilisme... Nos confrères du Conseil suisse de la presse (ou *Presserat*) viennent d'en donner une belle démonstration : le rôle d'une instance de déontologie journalistique n'est pas seulement de pointer les manquements possibles et d'accueillir pour les étudier les plaintes ou critiques du public, mais aussi de faire œuvre de pédagogie à l'égard de celui-ci comme des professionnels eux-mêmes.



Dominique von Burg, président du Conseil suisse de la presse ancien rédacteur en chef de la Tribune de Genève

Pédagogique, didactique même : *Repères pour un journalisme responsable*, que vient de publier le Conseil suisse de la presse, se veut un « Guide pratique » pour les journalistes. Il répond à 67 questions concrètes qui se posent au cours du travail journalistique : lorsqu'on enquête, qu'on interviewe, qu'on rend compte, dans l'écriture ou la mise en ondes, dans la présentation de l'information...

Quand peut-on enquêter de manière cachée ? Quand faut-il respecter les embargos ? Dans quels cas faut-il protéger la vie privée dans l'espace public ? Doit-on vérifier les dépêches d'agence et les communiqués de presse ? Les médias doivent-ils rendre compte des suicides ? Jusqu'à quel point peut-on affûter titres et manchettes ? Quelle place donner à une rectification ? Peut-on accepter des cadeaux et des avantages ? ... des exemples pris au hasard dans cet inventaire.

Chaque question traitée constitue une fiche. Elle énonce un *principe*, précisé dans des *remarques* ; elle rappelle *les règles* qui prévalent dans la Confédération Helvétique (législation, Code des journalistes) ; elle illustre la question par un ou des *exemples* (actualité, jurisprudence, avis du Conseil de la presse...) ; elle propose au professionnel une *check list* des questions à se poser ; elle renvoie enfin à des *questions similaires* traitées ailleurs dans le livre.

Un travail précis, complet, utile donc à l'amélioration de la qualité de l'information. Il a été conduit par une équipe du Conseil autour de son président (depuis 2008) Dominique von Burg et rédigé principalement par son prédécesseur Peter Studer, ainsi que par l'avocat Martin Künzi, secrétaire du Conseil depuis vingt ans. ■ Y. A.

*Repères pour un journalisme responsable*, 196 pages. L'édition imprimée est envoyée contre 25 € (port compris). L'ouvrage est consultable sur le site Internet du Conseil. Conseil suisse de la presse, Case postale 201, 3800 Interlaken

[info@presserat.ch](mailto:info@presserat.ch) [www.presserat.ch](http://www.presserat.ch)

## Actualité

### ... (suite de la page 1) « Sale mec » : une journaliste se rebiffe

Après les commentaires prudents d'Alain Duhamel de RTL (« *La façon dont cela a été présenté était critiquable* ») et de Fabrice Arfi de Médiapart (« *Cela pose évidemment la question de la responsabilité des journalistes* »), Géraldine Muhlmann, l'intervieweuse de « C Politique » sur France 5, a mis les pieds dans le plat.

« *Cela me donne un peu la nausée*, a-t-elle déclaré. *Ça suffit. Ceux qui perdent, ce sont nous, c'est la presse, c'est les médias. Je pense qu'il y a une grande méfiance dans ce pays envers la profession journalistique, depuis longtemps. Il y a une inquiétude. Il faut que nous, journalistes, prenions conscience, il faut qu'on arrête ces polémiques qui permettent de ne pas parler d'autres choses, qui intéressent beaucoup plus les gens et qui sont beaucoup plus compliquées, pour les politiques notamment* ». C'est dit et bien dit. La journaliste-philosophe (auteur notamment de *Du journalisme en démocratie*, Payot & Rivages, 2004) a peut-être, par son intervention, redonné du moral à ceux qui se désespèrent de voir leur profession à la dérive et dénigrée. ■ Yves AGNÈS

## Public citoyen

## Ecoute et reconnaissance

Un médiateur qui se préoccupe d'information de qualité, et qui a la chance d'avoir la possibilité de bien faire son travail tout en respectant les principes et valeurs pour lesquels il se bat parce que sa hiérarchie a compris que l'intérêt du média passait aussi par là...

Cela donne les Assises Internationales du Journalisme et de l'Information, qui, si elles sont ouvertes au public, restent cependant une manifestation essentiellement fréquentée par les journalistes. Mais cela donne aussi la journée-événement du 23 janvier 2012 conçue à partir, avec, par, pour, en articulation et en présence... du public de Radio France!

Un long questionnaire sur « le travail » (et non l'emploi, la distinction est de taille) ; près de 10 000 réponses ; 6 000 récits spontanés ; un ouvrage présentant l'analyse approfondie des résultats, réalisée par sociologue, psychiatre, philosophe, journaliste, syndicaliste et chef d'entreprise ; et une grande journée publique. Des émissions en direct, des débats autour de « *Quel travail voulons-nous ?* », deux grands comédiens égrenant les paroles d'auditeurs, et quatre candidats à la présidentielle qui ont 15 minutes pour non seulement répondre à la souffrance et à l'inquiétude transpirant de cette enquête, mais aussi et surtout 15 minutes pour s'engager, pour engager « le futur du travail ».

Il n'a été question ni d'éthique ni de déontologie du journalisme, mais ce fut une efficace démonstration de leur mise en pratique. D'après les réponses au questionnaire, les manques d'écoute et de reconnaissance sont les principaux fléaux de la vie professionnelle ; c'est précisément par ces deux besoins fondamentaux que le médiateur de la chaîne, Jérôme Bouvier, s'est adressé aux auditeurs de Radio France. Ne pas les considérer comme un chiffre d'audience mais prendre en compte leurs avis : ce n'est pas leur patron mais leur média qui l'a fait en premier... C'est ainsi que la relation de confiance avec le public se restaure. Tout le monde y gagne, la qualité de l'information en sort grandie. ■ Manola GARDEZ

[espacepublic@radiofrance.com](mailto:espacepublic@radiofrance.com) et [www.espacepublic.radiofrance.fr](http://www.espacepublic.radiofrance.fr)

## Créer un conseil de presse : la méthode belge

Le conseil de déontologie bilingue de Belgique (qui ne comportait que des journalistes) a été dissous en 2001, en raison du nombre élevé des plaintes au regard de ses moyens.



Martine Simonis, secrétaire générale de l'Association des Journalistes Professionnels, est membre du conseil d'administration de l'AADJ.

Les journalistes flamands ont très vite créé une instance propre, avec l'aide des pouvoirs publics : 80 000 € transitent de la Communauté flamande vers l'association qui chapeaute le conseil de déontologie, par l'union professionnelle qui regroupe tous les journalistes ; les entreprises de médias versent aussi 80 000 €.

Mais en Belgique francophone, les difficultés s'accumulent : médias audiovisuels hostiles à une structure venant s'ajouter au Conseil Supérieur

de l'Audiovisuel (et qui vont ensuite demander des règles claires entre les deux structures), rédacteurs en chef qui veulent être représentés, demandes que l'on sorte d'une structure strictement privée... le projet s'enlise. L'émission « Bye Bye Belgium » (docu-fiction diffusé par la RTBF en *prime time* le 13 décembre 2006) va réveiller les esprits. Le CSA est inondé de plaintes et n'a pas de vraie compétence déontologique. On s'accorde pour dire qu'il faut sortir du vide qui s'est installé.

**C'est l'Etat qui va jouer le rôle de catalyseur et de fédérateur.**

Le cabinet de la ministre de la culture et de l'audiovisuel est le lieu de « réunions vérité »... La question des relations CSA / conseil de déontologie est réglé, on prépare un décret (équivalent à une loi en France). D'autre part, les quatre partis

politiques représentés au Parlement font pression pour que l'instance soit créée. La concertation est longue, difficile, elle va pourtant aboutir. Mais le Conseil d'Etat intervient pour dire que la déontologie est du ressort du fédéral ; en revanche, la Communauté francophone peut très bien subventionner une association et s'y engager par décret... Le champ de l'autorégulation se libère. Le décret « *réglant les conditions de reconnaissance et de subventionnement d'une instance d'autorégulation de la déontologie journalistique* » est voté le 30 avril 2009. Les relations avec le CSA sont incluses et le texte oblige les entreprises de presse écrite quotidienne qui veulent des aides de l'Etat à être membres de l'association qui chapeaute le conseil ; la même obligation pèse sur les médias audiovisuels privés comme publics.

**Le Conseil de Déontologie Journalistique (CDJ)** est créé dans la foulée. Il comprend 20 membres : 6 éditeurs, 6 journalistes, 2 rédacteurs en chef, 6 représentants de la société civile (et autant de suppléants). Le Conseil est sous l'égide de l'Association pour l'autorégulation de la déontologie journalistique (AADJ) ; celle-ci est administrée par un conseil d'administration de 8 membres (4 représentants des éditeurs, 4 des journalistes désignés par leurs organisations représentatives respectives). Il fonctionne depuis fin 2009 (voir *Bulletin de l'APCP* n° 4, février 2011) et semble convenir à nos voisins, tout comme son homologue néerlandophone. L'aide annuelle du gouvernement de la Communauté française est de 80 000 € annuels au départ, révisable selon un barème prévu dans le décret de 2009. Les entreprises de médias financent le CDJ pour un montant équivalent. ■

[www.deontologiejournalistique.be](http://www.deontologiejournalistique.be)

## Les dispositions du décret du 30 avril 2009

### La législation belge francophone a fixé par avance les objectifs du CDJ

**L'article 1** du « décret du 30 avril 2009 réglant les conditions de reconnaissance et de subventionnement d'une instance d'autorégulation de la déontologie journalistique » définit ce qu'est un journaliste et un média, puis il stipule :

« Le gouvernement peut reconnaître la qualité d'Instance d'autorégulation et de déontologie journalistique en Communauté française, en abrégé IADJ, compétente pour la déontologie journalistique en matière d'information, à l'association répondant aux conditions suivantes : » notamment être association sans but lucratif, comprenant des médias et fédérations de médias et au moins une association professionnelle représentative des journalistes, respecter les principes démocratiques et les droits de l'homme ; le décret détermine les incompatibilités des membres de

cette instance avec certaines autres fonctions ou appartenances.

Cette association devra « *exercer statutairement au moins les missions suivantes par le biais d'un organe spécialisé, ci-après dénommé le Conseil de déontologie journalistique, en abrégé CDJ :*

• *codifier, affiner et compléter les règles déontologiques applicables au traitement de l'information dans les médias (...)*

• *informer le public et le secteur des médias en assurant la publicité de son existence, de son fonctionnement et de ses actions (...)*

• *traiter les plaintes et intervenir en temps que médiateur entre les parties concernées (...)*

• *donner des avis sur toute question relative à la déontologie journalistique ;*

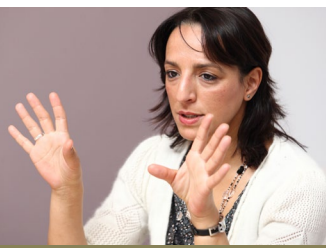
• *transmettre au Gouvernement et au Parlement de la Communauté française et rendre accessible sur son site Internet un rapport annuel (comprenant notamment) un relevé des thématiques traitées par le CDJ, que celles-ci résultent de demandes d'avis, de plaintes traitées ou de saisine d'office ».*

Une seule association peut être reconnue, pour une durée de six ans renouvelable.

**Les articles 2 et 3** concernent la reconnaissance de l'IADJ et son subventionnement.

**L'article 4** règle en détail les rapports entre le CDJ et le CSA, qui sont appelés à travailler en collaboration.

**Les articles 5 à 10** concernent les modifications apportées par le nouveau texte dans d'autres dispositions législatives. L'article 10 (et dernier) concerne les « *aides attribuées à la presse quotidienne écrite francophone* » : « *L'entreprise de presse à travers sa fédération doit être membre de l'Instance d'autorégulation de la déontologie journalistique, visée par l'article 1<sup>er</sup> (...)* ». ■



Fadila Laanan, ministre de la culture et de l'audiovisuel dans le Gouvernement de la Communauté française de Belgique. (Photo Christophe Bortels)

## Etranger

## Côte d'Ivoire Une presse sous surveillance



Eugène Die Kacou

La loi du 14 décembre 2004 (sur le régime juridique de la presse en Côte d'Ivoire) a installé le Conseil National de la Presse (CNP), organisation étatique dont le rôle majeur est de vérifier que le contenu des titres est bien conforme à la loi<sup>1</sup>. Le CNP n'est pas une simple instance de consultation, il dispose d'un pouvoir d'auto-saisine et délivre des sanctions graduées à l'encontre des journalistes et des entreprises de presse<sup>2</sup>. Chaque année, il remet son rapport au président de la République<sup>3</sup>.

En 2010, le CNP a été confronté à sa première expérience de régulation de la couverture des médias dans le cadre d'une élection générale, une élection, on le sait, qui a abouti à une crise post électorale encore plus grave que celle à laquelle elle était censée mettre fin. Les manquements à la loi les plus récurrents retenus par le CNP sont les injures, les atteintes à l'honorabilité des personnalités et les violations du droit à la présomption d'innocence. Pour examiner le contenu des journaux, le CNP dispose d'un « comité de monitoring » d'une cinquantaine de personnes chargées de lire chaque jour la presse. Le CNP a infligé 147 avertissements et 174 blâmes en 2010. Par exemple, le 22 mars 2010, le quotidien national *Fraternité Matin* a reçu un avertissement pour violation du principe d'équilibre de l'information. Dans un éditorial intitulé « Sorcellerie », le journal, selon le CNP, épousait les opinions d'un protagoniste au détriment de l'autre. Pour le président Eugène Die Kacou<sup>4</sup>, « les manquements sont intentionnels car les journalistes sont tous bien formés<sup>5</sup>, il y a une volonté de faire de l'audience ou des desseins politiques ».

Une autre structure encadre l'activité journalistique en Côte d'Ivoire. Depuis 1992 (date de l'adoption d'un code de déontologie), l'Observatoire de la Liberté de la Presse, de l'Éthique et de la Déontologie<sup>6</sup> (OLPED) présidé par Moussa Zio, journaliste à *Fraternité Matin*, regarde de près l'activité de la presse. Le comité de lecture, le plus souvent, intervient pour demander un droit de réponse. L'OLPED a, avant tout, un rôle de médiation. ■ Marie-Christine LIPANI

1. Un autre organisme, le Conseil National de la Communication Audiovisuelle (CNCA) se charge des médias audiovisuels.
2. Pour les entreprises, les sanctions sont les suivantes : avertissement, blâme, sanctions pécuniaires et suspension de l'activité (ce qui arrive assez souvent, les titres sont parfois interdits de parution pendant plusieurs jours). Les journalistes contrevenants risquent un avertissement, un blâme, une suspension et ce qui est assez rare, la radiation. Chaque citoyen peut saisir le CNP.
3. Les onze membres sont nommés par décret pris en Conseil des ministres. Le Secrétaire général est un juriste.
4. Entretien réalisé en décembre 2011 sur place.
5. Rappelons que pour exercer les journalistes doivent posséder un diplôme délivré par une école professionnelle de journalisme (article 23 de la loi du 14 décembre 2004).
6. Cet organisme réunit des représentants des médias, des organisations professionnelles et des usagers. Il remet lui aussi un rapport annuel au président de la République.

## Tunisie Nominations inquiétantes pour le processus démocratique dans le secteur public

L'Instance Nationale pour la Réforme de l'Information et de la Communication (INRIC) a adressé fin décembre 2011 aux pouvoirs publics tunisiens une liste de 14 « mesures urgentes » pour, notamment, « atténuer le climat de tension qui règne dans certaines entreprises de presse, en particulier les entreprises publiques ».

L'INRIC a demandé la mise en œuvre (par des textes d'application) des nouvelles législations concernant la liberté de presse et d'édition, et de communication audiovisuelle (et d'abord l'installation de la Haute Autorité prévue par décret-loi du 2 novembre 2011). L'instance recommande notamment la création rapide de la « Commission de la carte » de journaliste prévue aussi par la nouvelle législation. Elle suggère des garanties quant à « l'indépendance des entreprises médiatiques à l'égard du pouvoir exécutif », un audit des entreprises publiques par une commission spécialisée, un système de recrutement des journalistes par concours pour « mettre un terme aux pratiques de népotisme, de clientélisme, d'allégeance et de corruption ».

Dès le début de 2012, une réponse inquiétante a été donnée aux réformateurs, par des nominations annoncées par le premier ministre à la tête de divers médias publics. L'INRIC s'est déclarée « surprise » de l'absence de toute concertation, estimant que « cette attitude est en contradiction avec le processus de transition d'une information publique inféodée vers une information publique démocratique, pluraliste et indépendante » et jugeant que ces décisions « rompent avec les promesses tenues par le chef du gouvernement ». ■

## Ici et là

### Belgique

#### Les journalistes doivent adapter leur méthode à l'objectif poursuivi

Pour démontrer l'absence de sécurité du palais de justice de Liège, un journaliste de *La Meuse* a pénétré en septembre 2011 dans une salle interdite au public. Il y a dérobé un dossier qu'il n'a rendu que trois jours plus tard. Le Conseil de déontologie journalistique de Belgique francophone a récemment validé l'intrusion, car « la sécurité au Palais de Justice est certainement un sujet d'intérêt public », mais a estimé « qu'emporter un dossier judiciaire était « un manquement à la déontologie ».

<http://www.deontologiejournalistique.be>

### Québec

#### Journalisme d'embuscade

En mars 2011, un jeune Québécois pris de boisson provoque un accident mortel de la circulation. Une vidéo amateur le montre buvant une bière au volant. Un journaliste sonne chez sa mère pour enregistrer ses réactions lorsqu'elle découvre la vidéo. Le comité des plaintes du Conseil de presse du Québec a considéré début décembre qu'il s'agissait de « journalisme d'embuscade », où « l'objectif apparaît davantage de piéger les personnes ou les instances mises en cause dans (une) enquête que de servir l'intérêt public ».

<http://www.conseildepresse.qc.ca/index.php?option=com>

### Sri Lanka

#### « Partie civile »

Des tiers non directement concernés par un article pourront saisir désormais le conseil de presse du Sri Lanka. A la condition qu'ils soient un groupe de protection de l'environnement, des animaux, ou des mineurs. Ou bien qu'ils soient de la famille d'une victime d'un accident ou d'un détenu.

<http://www.pccsl.lk/downloads.php>

### 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