

Second tour

Qualité de l'information : Hollande et Sarkozy en retrait

Les deux prétendants à l'Élysée ne paraissent pas avoir perçu l'importance démocratique d'une instance de déontologie.

Les deux candidats encore en lice pour l'élection présidentielle sont ceux qui ont paru le moins intéressés par le projet de faire rattraper à la France son retard bientôt centenaire¹ en matière de déontologie journalistique. Et donc d'œuvrer pour la qualité de l'information et le comblement du fossé entre médias et public. Le tableau publié dans notre dernier *Bulletin*, avant le 1^{er} tour, est éloquent. Pour Nicolas Sarkozy, c'est « à la profession de s'organiser ». François Hollande, de son côté, veut légiférer... mais seulement au niveau de chaque entreprise médiatique. Deux approches contestables.



La contradiction du président sortant est manifeste. D'un côté, Nicolas Sarkozy organise en 2008 des Etats Généraux de la Presse Ecrite qui font des recommandations ; il accepte d'intervenir sur certains points – il a encouragé le « passeport professionnel », il a fortement augmenté les aides à la presse écrite... – mais refuse de s'engager sur la question essentielle de la qualité de l'information. Essentielle parce que la santé économique des médias lui est liée et que les aides publiques (l'argent des citoyens) ne servent à rien si les

lecteurs, auditeurs, téléspectateurs, internautes se détournent de médias en qui ils n'ont plus confiance. Essentielle aussi car l'information est le pétrole de la démocratie, et que celle-ci ne peut être vivante si celle-là se délite. Curieux, tout de même, pour un pouvoir aussi « interventionniste » depuis cinq ans, ces pudeurs de néophyte...

La myopie de son challenger n'est pas moins... voyante. Les socialistes paraissent découvrir qu'il existe des « conseils de presse » dans une centaine de pays... Surtout, l'essentiel de leur propos est de créer « de nouvelles obligations » à chaque entreprise médiatique, notamment une « charte éditoriale et déontologique ». C'est oublier que ces chartes existent dans la plupart des grands médias et dans bien des « petits » (mais sont hélas parfois ignorées des journalistes et de leurs hiérarchies...). C'est oublier que chaque citoyen est désormais un « consommateur d'information multimédia », qu'il s'alimente dans la presse écrite, sur Internet, avec les chaînes de l'audiovisuel. C'est oublier encore l'existence d'un « système médiatique » fortement renforcé aujourd'hui (il a déjà été décrit par les spécialistes depuis plusieurs décennies...), dans lequel jouent à la fois la concurrence et le mimétisme, et dont les pesanteurs font fi des exemplarités locales...

A question nationale, réponse nationale, avance l'APCP depuis cinq ans. Et si le public est concerné, il faut lui donner la parole, ne pas se limiter aux efforts (souhaitables) des seuls professionnels. L'oublier aussi paraît bien curieux.

■ Yves AGNÈS

1 Le premier conseil de presse a vu le jour en Suède en 1916.

Instance de déontologie

Qu'attendre du politique ?

Interrogés par l'APCP, les six principaux candidats à la présidentielle ont donné un aperçu de leur attitude (et de celle de leur parti) sur la question délicate des rapports entre médias et institutions politiques (voir *Bulletin de l'APCP* n°s 15 et 16).

S'agissant de notre objectif – que se crée en France une instance nationale de médiation et d'éthique de l'information –, nous avons eu nous-mêmes de nombreuses discussions sur ce thème, au sein de notre association comme avec d'autres. Par exemple : est-il légitime que des élus du suffrage universel siègent dans cette instance ou bien faut-il réserver la représentation du public à la « société civile » ? Faut-il que la profession, seule, accouche d'un tel « conseil de presse » ou bien la représentation nationale et/ou son mandataire exécutif peuvent-ils intervenir en la matière ?

Ce type de débat n'est jamais clos car la situation sociale évolue sans cesse. Où en sommes-nous de nos propres réflexions ?

Sur la représentation du public.

S'agissant d'une instance de co-régulation (profession/public), il nous paraît plus judicieux de limiter la représentation du public à des non-politiques, une participation « citoyenne » en quelque sorte.

Sur l'intervention du politique.

Nous avons toujours estimé qu'une instance indépendante devait obtenir une légitimation des pouvoirs publics pour être la plus efficace possible. Nous avons suivi aussi avec intérêt la création en 2009 du « Conseil de déontologie journalistique » en Belgique francophone (voir *Bulletin* n° 13). La médiation de l'exécutif a permis d'accorder les diverses parties de la profession ; celle du législateur se saisissant de cet accord a fortement encouragé les professionnels à créer le CDJ. On pourrait s'inspirer en France de cet exemple proche.

■ Y. A.



Glanes

Pendant la campagne, le combat pour la déontologie continue...

La campagne électorale pour la présidentielle 2012 a donné à lire, à voir ou à entendre multitude de petits faits qui montrent que des progrès sont possibles pour assurer aux citoyens une vraie qualité de l'information. On en évoque ci-dessous quelques uns, glanés dans le champ médiatique. Du grain à moudre pour le futur Observatoire de la Déontologie de l'Information.

Julien Joly et Jean-Michel Apathie. Selon le fils d'Eva Joly, l'équipe de campagne de la candidate d'EELV informe Jean-Michel Apathie, dans la soirée du 1^{er} avril, qu'elle est hospitalisée et qu'elle ne pourra être présente le lendemain matin à son micro. L'éditorialiste de RTL lance dans la nuit un tweet, repris sur la station, selon lequel « *sa campagne est momentanément arrêtée* ». Interrogé par Rue89, Julien Joly s'étonne de cette information « *tronquée, non vérifiée, non recoupée* ». « *Pourquoi Jean-Michel Apathie ne s'offrirait-il pas un stage avec de vrais journalistes de terrain ?* », propose-t-il. (rue89.com, slate.fr)

Franz-Olivier Giesbert dénigre les « petits candidats » sur France 2.

Etonnement, colère, indignation sur le Net (et ailleurs)... après les « commentaires » de Franz-Olivier Giesbert, alias FOG, dans l'émission « Des paroles et des actes » sur la chaîne publique France 2 jeudi 12 avril. « *Erreur de casting absolue* » pour Eva Joly, « *Les bronzés font de l'économie* » pour Nathatie Artaud, etc. Le très médiatique PDG du *Point* voulait-il faire de l'humour ? Le sourire figé, un peu naïseux et gêné tout de même, de l'animateur de la soirée David Pujadas pourrait le faire penser. Vous avez dit spectacle ? (**France 2**)

« **Le Monde** » pris en défaut par la Commission des sondages. La manchette de l'édition du *Monde* du 9 avril est consacrée à la première place de Marine Le Pen parmi les 18-24 ans, selon un sondage de l'institut CSA. Mais le quotidien du soir « oublie » de préciser que l'échantillon est de moins de 200 personnes, ce qui obère la fiabilité des résultats en raison des marges d'incertitude. La Commission des sondages l'a obligé à publier un « droit de réponse », que le journal s'est bien gardé, comme à son habitude, de mettre en valeur. (« **Le Monde** »)



Dessin de Luis Granena, illustrant l'article « Nicolas Sarkozy, accro aux craques » dans *Libération* du 19 avril

Sarkozy Pinocchio. Deux quotidiens consacrent chacun plusieurs colonnes, peu avant le premier tour de la présidentielle, à des mensonges flagrants du président-candidat. *Libération* du 19 avril publie deux pages sur un « Nicolas Sarkozy, accro aux craques » et caricaturé avec un nez se prolongeant sur la seconde page... De son côté lemonde.fr fait un « factchecking » d'une série de déclarations jalonnant la campagne électorale, où le souci de la vérité n'apparaît pas dominant... Le président de la République en exercice ne devrait-il pas au contraire donner le bon exemple ? (« **Libération** », « **Le Monde** »)

France 2 : Mélenchon au resto, le CSA met un zéro. Le jour du premier tour, France 2 diffuse dans son « 13 heures » un échange de quelques secondes, non politique, entre un reporter de la chaîne et le candidat du Front de Gauche, attablé avec des amis dans un restaurant parisien. Le CSA n'a pas apprécié, selon le quotidien *Les Echos*, et envisage de sévir. Le directeur de l'information de France Télévisions a reconnu l'erreur, selon la lettre du code électoral. (lesechos.fr)

Les internautes de « Marianne » sévères pour les journalistes. Marianne2.fr publie le 15 avril un pot-pourri de commentaires d'internautes sur le comportement des journalistes politiques des grands médias pendant la campagne électorale. Professionnels allergiques aux critiques s'abstenir ! « *Fiasco journalistique* », « *questions posées mille fois* », « *abus de clichés* », « *dédain, arrogance* », « *manipulation d'électorat* », « *formidable outil de conditionnement* »... « *Le grand perdant de cette élection, c'est le journalisme français !* » Quand la manière de faire de quelques uns rejaillit sur toute une profession. (marianne2.fr) ■

Public citoyen

Questions aux journalistes sur Toulouse et Montauban

Du 20 au 22 mars, les stations de radio et les chaînes, généralistes ou d'information continue, privées et publiques, nous ont fait vivre un « cauchemar médiatique » (pour reprendre l'expression de Daniel Schneiderman), diffusant les appels au secours des voisins du tueur pendant l'assaut, faisant intervenir, avant même de connaître l'identité du tueur, des experts en criminologie qui n'avaient rien à dire de sérieux...

Qu'est-ce que l'information en temps de crise, quelle est la responsabilité sociale des journalistes dans ces moments ?

Le rôle des journalistes est-il d'ordre thérapeutique ? Pensent-ils leur mission d'information sur le modèle des cellules d'urgence psychiatrique ? Mais en considérant leur public tout entier comme traumatisé, ne contribuent-ils pas à étendre le trauma ? Se voient-ils comme les diffuseurs d'une liturgie laïque visant à réaffirmer l'existence d'une communauté nationale, objectif qui justifierait les heures et les heures d'occupation d'antenne ? Le rôle des journalistes n'est-il pas plutôt de nous donner des éléments de connaissance et de compréhension fiables sur des faits avérés ?

Le rôle des journalistes est-il de se saisir des événements tragiques pour capter un maximum d'audience sur un temps record ? Dans cette compétition, la recherche du « scoop » a-t-elle des limites (on pense notamment au respect des procédures judiciaires en cours) ? Est-il acceptable que plusieurs chaînes et radios aient téléphoné à l'avocat du tueur pour obtenir son numéro de portable et lui parler en direct, pendant l'assaut ?

Quelles limites se fixent-ils dans la production de la peur ? Quand ils traitent d'un acte terroriste ou criminel particulièrement spectaculaire, pensent-ils au risque de construire à force de fascination un héros négatif (celui qui a défié la France entière) qui transformera pour plusieurs mois les jeux des enfants à la récréation ? Quelles limites se fixent-ils dans l'exploitation de l'émotion ?

Quand aurons-nous enfin une déontologie efficace qui nous protège de ces excès ? ■ **Sophie JEHEL**

Conflits d'intérêts

Un déontologue à l'Assemblée nationale

Les députés élus en juin vont devoir faire une « déclaration d'intérêts »



Jean Gicquel, récemment nommé déontologue à l'Assemblée Nationale

Plus de déontologie à l'Assemblée nationale ? « *L'esprit du temps* », note le professeur émérite Jean Gicquel, nommé déontologue de l'Assemblée nationale par son bureau, unanime, le 15 juin 2011¹. Mais l'affaire Woerth-Bettancourt, déclenchée un an auparavant, a aussi réveillé les esprits dormants, à commencer par celui du président de la République, qui a confié au conseiller d'Etat Jean-Marc Sauvé la rédaction d'un rapport (voir *Bulletin de l'APCP* n°6, avril 2011).

En cause, notamment, les conflits d'intérêts auxquels peuvent être soumis les parlementaires. Le conflit d'intérêts est en effet au cœur de la fonction parlementaire. L'élu du peuple ne doit pas voter en fonction d'intérêts particuliers (« *tout mandat impératif est nul* », dit la constitution), seul l'intérêt général, celui de tous les citoyens, doit le guider...

Le Sénat, pour sa part, avait agi plus vite. Le 25 novembre 2009, son bureau avait créé un « Comité de déontologie parlementaire », composé de cinq membres, actuellement présidé par Catherine Tasca. L'Assemblée a été moins rapide, mais son bureau a pris le 6 avril 2011 plusieurs décisions : adoption d'un code de déontologie, nomination d'un déontologue, déclaration obligatoire d'intérêts à chaque début de législature (la quatorzième commence en juin) auprès de lui.

Différence importante avec le Sénat : ce dernier a décidé le 14 décembre 2011 de rendre de telles déclarations publiques par Internet, l'Assemblée a au contraire choisi de les celer, le déontologue ayant la clé du coffre-fort où elles vont être déposées. En cas de manquement au code signalé par lui au bureau, ce dernier pour alors décider (ou non) de lever le secret, la publicité étant la « sanction morale » du contrevenant. Pourquoi cette demi-mesure ? Jean Gicquel se veut confiant : « *On est au début d'un processus, il faut aller vers une culture de la déontologie et de la transparence vis-à-vis des électeurs* ». Le Sénat et le Parlement européen (qui a adopté des mesures analogues le 1^{er} décembre 2011) constituent « *une émulation* » pour les députés français.

Le déontologue est nommé pour une législature. Mais, muni d'une lettre de mission du bureau depuis sa nomination, le professeur Gicquel n'a pas chômé. Il a d'abord rencontré une dizaine de députés – sur les 577 auxquels il avait manifesté sa disponibilité... Il a surtout commencé d'étudier les questions que lui avait soumis le bureau, en particulier le parrainage de colloques parlementaires organisés par des sociétés de relations publiques et les « clubs parlementaires » financés par de telles sociétés et de grosses entreprises, auxquels participent des élus

Le premier rapport du déontologue (22 février 2012)², qui comporte de nombreuses propositions, a déjà eu des effets : le bureau de l'Assemblée a demandé à Jean Gicquel la rédaction d'une charte de déontologie pour les rapports avec les sociétés de relations publiques.

La question générale qui est soulevée est vaste. Car les députés peuvent aussi participer à des groupes de pression ayant pignon sur rue. Un exemple : la puissante « Association nationale des élus de la vigne et du vin » (600 adhérents environ), présidée par le député et producteur de champagne Philippe Martin, a déjà fait beaucoup parler d'elle. Ne constitue-t-elle pas un exemple contraire au principe constitutionnel de non « mandat impératif » ? « *Il y a objectivement un conflits d'intérêts*, observe le déontologue. *La déclaration d'intérêts qui est maintenant demandée répond à ce type de questionnement* ». ■ Yves AGNÈS

¹ Ancien professeur de droit public (Université Paris I), il est spécialiste de droit constitutionnel et ancien membre du Conseil supérieur de la magistrature.

² Voir www.assemblee-nationale.fr/qui/rapport_deontologue_2012.pdf

Le Code de déontologie des députés

« (...) Considérant qu'en toutes circonstances, les députés doivent faire prévaloir les intérêts publics dont ils ont la charge et que le respect de ce principe est l'une des conditions essentielles de la confiance des citoyens dans l'action de leurs représentants à l'Assemblée nationale ; qu'en conséquence, les députés ont le devoir de respecter l'intérêt général, les principes d'indépendance, d'objectivité, de responsabilité, de probité et d'exemplarité et s'engagent à respecter ces principes énoncés dans le présent code.

Article premier – L'intérêt général

Les députés doivent agir dans le seul intérêt de la nation et des citoyens qu'ils représentent, à l'exclusion de toute satisfaction d'un intérêt privé ou de l'obtention d'un bénéfice financier ou matériel pour eux-mêmes ou leurs proches.

Article 2 – L'indépendance

En aucun cas, les députés ne doivent se trouver dans une situation de dépendance à l'égard d'une personne morale ou physique qui pourrait les détourner du respect de leurs devoirs tels qu'énoncés dans le présent code.

Article 3 – L'objectivité

Les députés ne peuvent intervenir dans une situation personnelle qu'en considération des seuls droits et mérites de la personne.

Article 4 – La responsabilité

Les députés doivent rendre compte de leurs décisions et de leurs actions aux citoyens qu'ils représentent. A cette fin, les députés doivent agir de manière transparente dans l'exercice de leur mandat.

Article 5 – La probité

Les députés ont le devoir de faire connaître tout intérêt personnel qui pourrait interférer dans leur action publique et prendre toute disposition pour résoudre un tel conflit d'intérêts au profit du seul intérêt général.

Article 6 – L'exemplarité

Chaque député doit promouvoir, dans l'exercice de son mandat, les principes énoncés dans le présent code. » ■

Journalisme sur Internet : le prix de la crédibilité par Daniel Cornu

Journaliste suisse, médiateur des publications du groupe Edipresse, Daniel Cornu est aussi une référence en Europe pour la déontologie journalistique¹. Le texte ci-dessous (légèrement raccourci) a été prononcé le 2 février 2012 à Louvain-la-Neuve, à l'occasion de la remise à Daniel Cornu du diplôme de docteur honoris causa de l'Université catholique de Louvain.



« (...) Il arrive que le journaliste soit craint. Il est souvent flatté. Il reste ordinairement peu estimé. J'ai découvert cependant dans mes lectures, et depuis longtemps, des motifs de réconfort. (...) J'en trouve aussi dans le combat de journalistes pour la liberté de l'information, au péril de leur propre liberté et

parfois de leur vie. J'en perçois tout autant dans le travail de nombreux professionnels qu'aucune gloire ne viendra jamais illuminer. Qui (...) s'efforcent d'établir des faits et de les éclairer dans le seul souci de l'intérêt public.

(...) Aujourd'hui le statut du journaliste se fragilise. Les contours de la profession étaient déjà flous. Avec l'entrée dans nos mœurs de l'Internet et de tous les nouveaux moyens de communication, ils se brouillent.

Le réseau Internet offre un formidable espace à l'expression de chacun. Il ne fait plus des médias un passage obligé du débat public. Il ouvre à tous de nouveaux canaux d'information et de discussion. Il offre surtout une voie nouvelle aux demandes de légitimation adressées aux divers pouvoirs politiques ou sociaux, pour suivre l'une des thèses de Jürgen Habermas. La légitimation – au nom de quoi ? à quelles fins ? – se situe au centre même du questionnement éthique. Que devient alors le journalisme ?

Les tâches essentielles du journaliste

Les journalistes perdent de leur autorité. Ils ne sont plus seuls à « raconter le monde ». Ils ne sont plus seuls à disputer aux pouvoirs le privilège de définir l'ordre du jour de l'actualité. La hiérarchisation des nouvelles leur échappe de plus en plus. En tant qu'analystes, ils tendent à s'effacer, laissant la place aux experts, qui s'expriment sur des blogs. Les journalistes sont de moins en moins présents, enfin, comme témoins privilégiés des événements. Le réseau est désormais inondé de témoignages et d'images en provenance directe du terrain.

(...) Quelques tâches essentielles continuent de leur appartenir. La plus ambitieuse est l'enquête, la recherche de faits cachés. Mais d'autres tâches ne sont pas moins nécessaires : le tri et la mise en forme des innombrables contenus offerts sur le réseau ; leur validation ; la mise en évidence des plus originaux. (...) Tout cela laisse un espace appréciable au journalisme. Sous deux conditions, que ne partage pas nécessairement chaque internaute : la recherche d'un intérêt général, justification ultime de l'information en démocratie ; le respect de valeurs éthiques au fondement de l'activité d'informer.

Les zones critiques de la presse en ligne

En référence à ces valeurs fondamentales, les journalistes ont établi au fil du temps des chartes de déontologie. Or des pratiques nouvelles bousculent certaines de leurs normes. Il convient donc de les repenser sans cesse. Mon activité de médiateur de presse, étendue depuis cinq ans à la presse en ligne, m'a conduit à cerner quelques zones critiques. Elles ne sont pas exclusives, il en existe d'autres.

Au regard de la valeur de *liberté*, la présence sur les forums d'insultes, de grossièretés, de propos racistes et antisémites, la plupart du temps encouragés par le recours à des pseudonymes, voire par l'usurpation d'identité. Les forums de discussion favorisent l'éclosion de la libre parole. Par l'abus de l'anonymat, ils se transforment trop souvent en poubelles de la démocratie. La plupart des observateurs considèrent, à la façon de Tocqueville, que ces dérives sont le prix à payer pour l'accès de tous à la liberté d'expression. J'en conviens. Mais que les sites journalistiques, que les versions en ligne des médias, au moins, s'en préservent ! Eux qui ne se réclament pas seulement de la liberté, mais aussi d'autres valeurs.

Et précisément au regard de l'une d'elles, la *vérité*, plusieurs attentes nouvelles se font jour, à commencer par une exigence de transparence. Comment assurer sur le réseau la « traçabilité » de l'information sans déroger à la protection des sources ? Comment intégrer dans les journaux télévisés les images fournies par des amateurs éclairés, mais souvent incontrôlables, sans risquer de compromettre la stabilité du discours informatif ? Comment tirer parti des contenus originaux évoqués plus haut, sans tomber dans le piège de la rumeur ?

Tous connectés, un levier pour la démocratie ?

Au regard du *respect de la personne*, enfin, le changement le plus important tient à la nouvelle délimitation de la vie privée. Avant l'Internet et les réseaux sociaux, ce qu'une personne rendait *visible* pouvait être automatiquement considéré comme *public* par les médias traditionnels, dès lors que cela répondait à un intérêt général. Sur le réseau, certains contenus mis en ligne, et donc visibles, ne sont pas pour autant publics.

Côté face, c'est étendre le territoire de la visibilité en dehors du champ médiatique – et donc accroître la prise de parole démocratique. Côté pile, c'est admettre que des contenus mis en ligne ne sont pas tous destinés, et sans conditions, à une reprise par les médias traditionnels et par leurs sites Internet, qui les cristallisent et leur confèrent une audience non prévue et une pérennité non désirée.

(...) Tous connectés, en effet. Un levier pour la démocratie ? Sous les régimes qui l'ignorent, dans les pays où elle reste fragile, sans aucun doute. Dans nos pays qui s'en réclament, je m'en voudrais de ne pas l'espérer. Cela nécessitera encore des adaptations et des réglages, qui engageront au premier rang la responsabilité des journalistes et des médias. » ■

¹ Son ouvrage de référence, *Journalisme et vérité. L'éthique de l'information au défi du changement médiatique*, est publié chez Labor et Fides (2009, première édition en 1994).

Inde

Enthousiasme et déontologie

Le rapport 2010-2011 du Conseil de Presse de l'Inde



Le juge Markandey Katju, président du Conseil de Presse de l'Inde (PCI)

L'Inde est-elle vraiment « la plus grande démocratie du monde » ? En matière de presse écrite, elle a choisi un système de co-régulation, un « conseil de presse » créé par le parlement en 1966, sur proposition de représentants des journaux. Le président est un juge, retraité de la cour suprême, Markandey Katju. Sur les 28 autres membres nommés par le gouvernement pour un mandat de 3 ans, 20 représentent la presse (éditeurs, journalistes, actionnaires), 5 sont nommés par le parlement, 3 représentent la Culture, la Justice et l'Université. Le conseil est financé par une cotisation des journaux, proportionnelle à leur tirage. Il veille au respect de sa charte (« *Normes de conduite journalistique* »), un document de 110 pages qui va de l'exactitude de l'information au traitement journalistique du Sida en passant par la vie privée, l'astrologie ou le photojournalisme. Sa mission est d'examiner les plaintes émises pour violation des règles éthiques mais aussi les atteintes à la liberté de la presse. Il émet des blâmes et peut imposer la publication d'excuses ou de rectifications. Son président réclame en vain le pouvoir d'infliger des amendes.

Une maladie endémique de la presse indienne domine les travaux du conseil depuis quelques années : la publicité politique clandestine, les « informations payées ». Dans son rapport 2010-2011, le conseil publie un ensemble de règles qui doivent assurer l'équité et la neutralité des journaux en période électorale. Le conseil rend compte de 434 plaintes au chapitre des « *menaces contre la liberté de la presse* ». Les plaintes sont écartées quand les manquements ont été corrigés entretemps, ou quand le conseil ne les a pas estimées suffisamment étayées. Parmi les 227 plaintes retenues, 27 ont trait au « harcèlement » des journalistes. Les autorités mises en cause sont essentiellement le gouvernement, le Département de l'Information et la police (95%). 5% des plaintes concernent des personnes privées, des organisations « militantes » ou des « éléments anti-sociaux ». Le conseil est aussi attentif aux pressions exercées par les annonceurs.

Quelques 1639 plaintes contre des journaux ont été traitées, dont la moitié émane de personnes privées, 15% du gouvernement, 33% d'institutions ou d'entreprises privées. On trouve dans le rapport une cause des manquements déontologiques rarement évoquée par les conseils de presse dans le monde : l'enthousiasme des journalistes ! Eh oui, c'est leur passion qui leur fait parfois oublier leur fonction ou leurs devoirs¹. Mais le conseil entend bien juger toute la chaîne de production de l'information : éditeurs et journalistes mais aussi propriétaires et directeurs².

Le conseil de presse a une autre particularité : il défend « *l'héritage culturel et les valeurs sociales* » de l'Inde, il veut notamment protéger les adolescents contre les influences de la « *culture occidentale* » et les publications « *néfastes* » qui ne servent pas « *l'intérêt public* ». Onze plaintes pour « obscénité » ont été examinées, dont 8 ont été réglées à l'amiable. C'est la principale contradiction interne de cette respectable institution : défendre la liberté d'expression tout en pratiquant une censure « culturelle ».

On a récemment reproché au conseil une certaine « *inefficacité* », mais la critique émane du juge JS Verma, président du CSA indien, un organisme d'autorégulation de l'audiovisuel qui réclame la fermeture du conseil de presse et un système global. « *L'autorégulation n'est pas la régulation* » a rétorqué le juge Katju, qui propose de placer l'audiovisuel sous l'autorité du Conseil de Presse de l'Inde, « *afin qu'il rende enfin des comptes au public et non plus seulement à lui-même* ». Comme souvent dans l'immense démocratie indienne, on se dirige vers un compromis. ■ **Didier EPELBAUM**

1 PRESS COUNCIL OF INDIA, Annual Report, (April 1, 2010 - March 31, 2011), p. 66.

2 Les infractions aux « principes du reportage » ont totalisé 45 plaintes dont 13 seulement ont été retenues. Dans 17 cas, un accord a été conclu entre les plaignants et les journaux mis en cause. Le Conseil a traité 122 cas de diffamation. Certains plaignants sont allés en justice, ce qui suspend l'examen par le conseil ; dans 33 cas, on a trouvé un compromis.

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

Enseigner l'éthique ne suffit pas

Le journaliste britannique Roy Greenslade, dont le blog est très suivi outre-Manche, constate dans son dernier billet que les jeunes journalistes ont de plus en plus souvent suivi une formation à l'éthique. Mais pas leurs chefs, qui inculquent une toute autre éthique à leurs jeunes recrues. Et Roy Greenslade appelle à refonder l'éthique du journalisme britannique pour contrebalancer les pressions qui s'exercent dans les rédactions.

<http://www.guardian.co.uk/media/greenslade/2012/feb/20/journalism-education-leveson-inquiry>

Sensationnalisme

Une série d'articles du *Journal de Montréal* affirmait que de nombreux décès étaient dus aux délais trop longs d'arrivée des ambulances. Saisi par un lecteur, le Conseil de presse du Québec a relu les rapports des médecins légistes sur les cas cités. Aucun ne concluait à un décès causé par un retard des ambulanciers. Le CP du Québec a blâmé *Le Journal de Montréal* pour sensationnalisme et publications d'informations inexactes.

<http://conseildepresse.qc.ca/decisions/d2011-11-022/>

Kadhafi

L'exécution de Mouammar Kadhafi a été l'occasion pour le Conseil suisse de la presse d'affirmer que la couverture d'un événement historique n'exonère pas des règles déontologiques. Il a blâmé le portail « 20 Minuten » pour avoir publié des photos dont des gros plans des mauvais traitements infligés au dictateur déchu. Le Conseil de la presse écrit que « *même si lui-même n'a jamais respecté la dignité humaine d'autrui, [le] cadavre [de Kadhafi] ne peut être représenté d'une manière qui viole sa propre dignité.* »

http://presserat.ch/_02_2012_f.htm

Budget doublé

Les ressources du conseil de presse australien vont passer de 800 000 dollars australiens (635 000 €) à 1,6 million pour 2012-13 (1 270 000 €) et 1,8 million l'année suivante (1 430 000 €). Ces sommes seront versées par les organisations d'éditeurs et permettront notamment au conseil de presse de mieux assurer son rôle vers la presse écrite et les médias en ligne.

<http://www.presscouncil.org.au/document-search/strengthening-press-council-mr-5-april-2012/?LocatorGroupID=662&LocatorFormID=677&FromSearch=1>