

## Nouveau gouvernement

### « Tout ce qui favorise la médiation entre la presse et le public est à encourager »

#### La nouvelle ministre de la culture et de la communication interrogée par l'APCP le 10 avril 2012

Députée de Moselle en campagne pour une nouvelle investiture, Aurélie Filippetti avait été chargée, dans l'équipe de campagne de François Hollande, des secteurs culture et médias. Le nouveau président de la République et le premier ministre Jean-Marc Ayrault l'ont placée le 16 mai au poste de ministre de la culture et de la communication. Elle nous avait accordé un entretien le 10 avril, dans son bureau de l'Assemblée nationale.



Aurélie Filippetti,  
nouvelle ministre de la culture et de la communication

#### Comment jugez-vous, du point de vue de la démocratie, la situation de l'information ?

Je suis très inquiète. Les médias n'ont plus suffisamment de liberté, d'indépendance. C'est un vrai recul, comme en témoigne la place de la France dans le classement de Reporters Sans Frontières. Cette place est symptomatique d'une série de crises : concentrations dans la presse écrite ; implication de groupes industriels recevant des commandes publiques dans de grands médias, un cas unique au monde qui demande une attention particulière ; législation insuffisante sur la protection des sources...

L'indépendance des rédactions est bafouée, des journalistes espionnés, de fortes pressions sont exercées par le pouvoir politique. C'est un recul, une grande source d'inquiétude.

#### Et sur la qualité de l'information ?

Je suis pour l'indépendance des médias et des journalistes. On n'a pas à juger le fond. Le combat à mener est de garantir les conditions qui leur permettent de faire leur travail correctement. Or beaucoup d'entre eux sont précarisés et ne sont pas dans de bonnes conditions pour y parvenir.

#### Dans quels domaines et avec quelles limites le « politique » doit-il intervenir en faveur de l'information des citoyens ?

Il faut d'abord doter les rédactions d'une reconnaissance juridique, afin qu'elles retrouvent cette capacité et cette liberté qui devrait être la leur.

Il faut aussi redéfinir des seuils de concentration pour l'ensemble des médias, et que le Conseil Supérieur de l'Audiovisuel, pour ce qui le concerne, tienne compte de ces nouveaux critères dans la régulation dont il est chargé. Pour la presse écrite, il faut éviter dans les régions des situations de monopole qui s'aggravent. Dans les situations où un journal est en difficulté, les repreneurs possibles ne sont pas forcément des industriels... (lire la suite page 2)

## Présidentielle 2012

### Le spectacle au détriment des enjeux De nombreux électeurs n'ont pas trouvé leur compte dans le traitement médiatique de la campagne

Un nouveau président, un nouveau gouvernement, la France a tourné une page en mai. La presse a accompagné ce mouvement avec plus ou moins de réussite. Et beaucoup de questions sur son fonctionnement. Dans une démocratie, le rôle des journalistes est d'éclairer les électeurs dans le choix de leurs représentants. Mais durant ces mois de campagne, les médias ont surtout emmené les électeurs au spectacle. (lire la suite page 4)

## Conflits d'intérêts

### Amour et déontologie... la suite

L'arrivée à l'Élysée et au gouvernement de quatre élus socialistes ayant des compagnes ou épouses journalistes fait jaser dans les rédactions, sur le Net et jusqu'au sein de l'APCP où l'on ne manque pas de discuter de l'actualité « déontologique »... Valérie Trierweiler (*Paris-Match*, François Hollande), Nathalie Bensahel (*Le Nouvel Observateur*, Vincent Peillon), Audrey Pulvar (France Inter et France 2, Arnaud Montebourg), Valérie de Senneville (*Les Echos*, Michel Sapin) ont un point commun : elles souhaitent continuer « normalement » leur métier.

La seule question qui se pose est la suivante, déjà évoquée dans ces colonnes : des lecteurs, auditeurs, téléspectateurs peuvent-ils légitimement les soupçonner de ne pas être totalement indépendantes dans le traitement de l'information ? Posée dans ces termes, une première réponse s'impose : au minimum, ne pas traiter de sujets purement politiques, ou liés au domaine d'intervention de leur mari ou compagnon. Dans le cas de la *first girlfriend*, comme on l'a surnommée de l'autre côté de l'Atlantique, on voit mal quel domaine échappe au chef de l'État... Pour Audrey Pulvar ou Valérie de Senneville (qui a demandé à son journal de trancher) il est sûrement possible de trouver des solutions, comme cela a été fait pour Nathalie Bensahel. Il serait injuste que leur situation de couple les empêche de continuer à pratiquer le journalisme, mais aucun journaliste n'est lié par principe à un secteur de la vie sociale...

Derrière les choix personnels et collectifs se profile une interrogation qui concerne chaque journaliste : n'est-il pas en permanence soumis à la nécessaire mise à distance de ses sentiments et de ses convictions ? De pratiquer en conscience, et conformément à la ligne éditoriale de son média, une forme d'autocensure ? Bien sûr. Les choses se compliquent lorsque le public peut le soupçonner *a priori* de ne pas être indépendant. Danger !

■ Yves AGNÈS

... (suite de la page 1) « Tout ce qui favorise la médiation entre la presse et le public est à encourager »

Il faut aussi revoir la législation sur les archives et les données publiques, afin d'assurer une ouverture très large à tous les citoyens.

*Faut-il réformer le CSA ?*

Oui, et d'abord son mode de nomination. Les membres du CSA doivent être nommés par une majorité qualifiée des deux commissions des affaires culturelles de l'Assemblée nationale et du Sénat, afin d'assurer une nomination réellement démocratique et pluraliste. Mais le CSA doit aussi disposer de pouvoirs renforcés, et de sanctions renforcées, pour lutter notamment contre les concentrations. En matière de déontologie, on peut s'interroger aussi sur l'élargissement des compétences du CSA et les sanctions possibles.

*Ne faut-il pas assurer une représentation du public ?*

Le CSA doit être composé de personnalités compétentes. Avec un nouveau système de nomination des « sages » de l'audiovisuel, par des parlementaires de la majorité et de l'opposition, le CSA deviendra vraiment indépendant.

*Faut-il favoriser l'adoption d'un code déontologique reconnu par toute la profession ?*

Il ne faut pas réinventer une charte déontologique, il en existe déjà. De plus, ce n'est pas au politique de dire ce que doit être un texte déontologique, c'est à la profession. En revanche, la législation peut obliger à ce qu'un code, négocié dans l'entreprise, soit annexé au contrat de travail, afin que le journaliste soit protégé lorsqu'il le respecte.

*Etes-vous favorable à une instance nationale de déontologie de l'information, de type « conseil de presse » ?*

Oui, c'est une bonne idée, ce serait quelque chose d'utile. Tout ce qui favorise la médiation entre la presse et le public est à encourager. Il ne faut pas opposer les journalistes et le public (d'ailleurs, les jeunes journalistes sont désormais totalement dans l'interactivité, ils n'ont plus de réflexe méfiant vis-à-vis du public). Le politique peut encourager la création d'une telle instance, mais sans être trop dirigiste.

*Que proposez-vous d'autre dans le domaine de l'information ?*

Nous voulons aussi une réforme des aides à la presse. D'autre part, je suis très attachée à l'éducation aux médias et il faut la développer. C'est essentiel pour avoir des citoyens éclairés, capables de bien « traiter » les informations qu'ils reçoivent. ■ Propos recueillis par Yves AGNÈS et Guy VADEPIED

### Une réforme des aides à la presse publiée à la veille de la présidentielle

Un décret (n° 2012-484) du 13 avril 2012 réforme les aides à la presse (presse écrite, en ligne, agences) et crée un « fonds stratégique pour le développement de la presse ». Ce décret avait été annoncé par Nicolas Sarkozy dans ses réponses aux questions de l'APCP (voir *Bulletin* n° 15, avril 2012) et finalise une concertation avec les éditeurs, suite aux Etats généraux de la presse écrite de l'automne 2008. Il instaure notamment une plus grande transparence, des critères d'attribution mieux définis, un système de bonifications.

Cette réforme vise donc une meilleure « gouvernance » des aides publiques, avec une évaluation et un contrôle. La « qualité de l'information » et le respect de l'éthique professionnelle sont toutefois absents des critères retenus, contrairement à la pratique d'autres pays.

La nouvelle ministre de la culture et de la communication Aurélie Filippetti avait pour sa part indiqué au moment de la parution du décret que le PS souhaitait revoir le système des aides (lire ci-dessus).

### L'« Observatoire de la déontologie de l'information » poursuit sa gestation

Les organisations (professionnelles ou de la société civile) et personnes physiques qui participent à la création d'un « Observatoire de la déontologie de l'information » poursuivent leur concertation. Elles se sont accordées fin mars sur les objectifs et missions de cet instrument de veille, qu'elles souhaitent très largement ouvert. Une prochaine réunion avant l'été devrait permettre d'adopter des statuts et d'enclencher le processus visant à constituer une association selon la loi de 1901. Parallèlement, plusieurs personnes s'efforcent déjà de recueillir les informations pouvant intéresser le futur observatoire.

### Tweets meurtriers

Journalistes farceurs ou militants, attention à ce que vous tweetez ! Pierre Salviac, spécialiste du rugby a pu lancer sur la Toile à propos de la journaliste Valérie Trierweiler, compagne de François Hollande : « A toutes mes consœurs, baissez utile, vous avez une chance de vous retrouver Première Dame de France ». Il s'est ensuite excusé, mais a été remercié par la station. Journaliste à la rédaction nationale de France 3 et délégué syndical SNJ-CGT, Joseph Tual a diffusé plusieurs tweets le soir du 6 mai mettant en cause sur un mode ironique mais virulent (par exemple « Bon les garçonsvafalloirdégagé !!!!! ») le PDG de France Télévisions Rémy Pflimlin et le directeur de l'information Thierry Thuillier. Il a été mis à pied et convoqué pour un entretien préalable.

### Un travail de synthèse sur cinq textes déontologiques

L'APCP termine ce mois de juin un travail de groupe entrepris en 2011 pour faire se rejoindre cinq textes déontologiques de référence : *Charte d'éthique professionnelle des journalistes* (SNJ, 1918-2011) ; *Déclaration de principe sur la conduite des journalistes* (FIJ 1954-1986) ; *Déclaration des devoirs et des droits des journalistes* (syndicats européens, 1971) ; *Charte qualité de l'information* (Assises du journalisme, 2008) ; *Projet de code de déontologie pour les journalistes* (« Comité des sages » autour de Bruno Frappat, 2009). Ces textes ne se contredisent pas sur les principes, mais se complètent. L'essentiel des règles déontologiques leur sont communes.

## Mutation du journalisme politique

# Scénarisation, info en continu, prévisions... le risque est de divertir le citoyen plutôt que de l'éclairer



La révolution de 1830 est déclenchée par la protestation, signée par quarante-quatre gérants et rédacteurs de journaux, contre les Ordonnances de Charles X qui suspendent la liberté de la presse. Quelques jours plus tard, une médaille est frappée en l'honneur des signataires, portant au revers la liste des journalistes et sur l'avant, la statue de la presse avec sa trompe et son flambeau avec comme légende « en publiant, elle éclaire ». La médaille est sculptée par Armand-Auguste Caqué,

L'élection présidentielle de 2012 confirme et amplifie les tendances observées en 2007 dans les pratiques du journalisme politique. Rappelons que ce dernier justifie son existence à travers la mission démocratique qui lui est assignée par la demande du public : éclairer les citoyens pour qu'ils exercent en pleine connaissance leurs devoirs, en l'occurrence pour qu'ils élisent une femme ou un homme qu'ils auront choisi en conscience.

**La loi du 29 juillet 1881** sur la liberté de la presse ne se justifie pas autrement que par cette mission médiatique dans une société démocratique. Eugène Pelletan, le rapporteur de la loi au Sénat, exprimait clairement la fonction d'agora moderne des médias et des journalistes : « *La presse à bon marché est une promesse tacite de la République au suffrage universel. Ce n'est pas assez que tout citoyen ait le droit de voter. Il importe qu'il ait la conscience de son vote, et comment l'aurait-il si une presse à la portée de tous, du riche comme du pauvre, ne va chercher l'électeur jusque dans le dernier village ? [...] Or, la presse, et surtout la presse à bon marché, cette parole présente à la fois partout et à la même heure, grâce à la vapeur et à l'électricité, peut seule tenir la France tout entière assemblée comme sur une place publique et la mettre, homme par homme et jour par jour, dans la confiance de tous les événements et au courant de toutes les questions ; et ainsi, de près comme de loin, le suffrage universel forme un vaste auditoire invisible qui assiste à nos débats, entend nos discours, suit de l'œil les actes du gouvernement et les pèse dans sa conscience.* »

**Depuis plus d'un siècle**, le journalisme politique cherche à remplir cette mission, certes de manière inégale selon les époques et les médias. Aux grandes périodes de combats pour l'installation ou la préservation de la démocratie, a succédé en France depuis trente ans une période plus calme d'alternance et de gestion démocratiques. Dans le même temps, le nombre des médias d'information s'est considérablement accru avec la libéralisation de l'audiovisuel, la multiplication des chaînes et l'expansion d'Internet et du numérique. Le journalisme politique en est inévitablement changé, comme toutes les formes de journalisme. On peut relever quelques aspects de cette évolution récente.

Il semble que depuis une dizaine d'années, la télé-réalité envahisse le concept même des émissions politiques de télévision, avec son cortège de stars et de people, de glamour et de trash, en bref avec du vécu plutôt que du pensé. La prolifération des chaînes d'information en continu entraîne par ailleurs l'impératif du direct et du duplex, ce qui rejoint la remarque précédente, puisqu'il s'agit de faire du « live » en permanence, motos à la poursuite d'une voiture et séquences destinées à meubler le vide... En outre, Twitter pèse sur les pratiques journalistiques : il faut faire vite, bref, mais en continu. Les médias audiovisuels faisaient des flashs spéciaux, le bouclage des journaux imposait ses rythmes, mais les chaînes d'info et Twitter nécessitent du permanent.

**Dans cette évolution, ce qui pénalise** le plus le journalisme politique, c'est la faiblesse de l'analyse que ces nouvelles manières de produire de l'information imposent : on assiste à un primat des prévisions (« que va-t-il se passer ? », « qui va appeler à voter pour qui ? », « quel premier ministre, quels ministres ? », etc.), une des plaies récurrentes du journalisme, mais qui prend une acuité particulière en période d'élection présidentielle. Il semble qu'il n'y ait plus de place pour l'analyse : René Rémond est bien mort.

Dans ce domaine, la tyrannie des pourcentages s'impose contre l'analyse des chiffres absolus. Ainsi, le score de Nicolas Sarkozy au second tour, 48,37%, est considéré comme honorable. Certes, Nicolas Sarkozy fait 1,4% de plus que Ségolène Royal en 2007 mais personne apparemment n'a relevé qu'il avait obtenu 16 865 340 voix en 2012, sensiblement le même nombre que Ségolène Royal (16 790 440 voix) en 2007. Pris entre le bref, le continu, la scénarisation et la prévision, le journalisme politique a tendance à laisser de côté l'analyse ; le risque est de divertir le citoyen plutôt que de l'éclairer. ■ Patrick EVENO

## Public citoyen

### Médias en campagne

De la présidentielle aux législatives, en passant par les primaires socialistes, le débat politique a rarement été aussi présent dans la vie des Français. Sortons-nous plus, mieux ou moins bien informés ? Les nouvelles formes de diffusion (comme les directs permanents, accessibles sur les mobiles) y ont-elles contribué ? Sommes-nous plus ou moins satisfaits de l'information qui nous est délivrée et de sa qualité ?

Plus personne ne croit, depuis longtemps et à juste titre, que les médias font une élection. Il n'en reste pas moins qu'ils campent le paysage et donnent le rythme de l'agenda en mettant en lumière ce qui doit, ou non, l'être. Comme l'avait noté Joël Roman<sup>1</sup>, l'élection présidentielle focalise sur les rapports entre médias et politique. Toute réaction des candidats est traquée, décortiquée à l'envie. De leur côté ceux-ci font montre d'un appétit médiatique inhabituel.

Pour autant, nous étions quelques-uns à estimer que, globalement, les médias se sortaient plutôt pas mal de cette longue période : d'analyses en interviews, le débat s'est installé, les paroles ont circulé, les projets ont été exposés. Certes, il y a eu quelques exceptions... celles qui confirment la règle.

Las, cela n'est pas – et de loin – ce qui ressort des discussions avec le public lorsqu'il est question du travail des médias sur la période récente. Le même *lamento* revient à l'envi. ILS « *couper toujours la parole* », « *n'écouter pas les réponses* », « *ne travaillent pas leurs dossiers* », « *ne font pas leur boulot !* »... Et d'étayer le propos par la petite phrase débusquée sur Internet, saisie à la volée par un smartphone, qui est censée révéler ce que les journalistes nous cachent !

Nous ne sommes pas sortis, loin de là, du « je t'aime, moi non plus »... Un beau chantier à reprendre ensemble, professionnels de l'information, associations et citoyens de bonne volonté. Pour tordre définitivement le cou à ces vieilles chimères !

■ Christine MENZAGHI

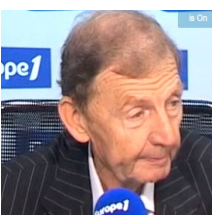
1. « Médias en campagne présidentielle : changement ou continuité ? », *Les idées en mouvement*, décembre 2011.

## Présidentielle 2012

## ... (suite de la page 1) Le spectacle au détriment des enjeux

**Tout est résumé par un mot du présentateur** de France 2, David Pujadas, le 6 mai à 19h50 : « Vous allez assister au spectacle avec nous ». Du direct ridicule devant la porte du bureau où se trouvait le probable futur vainqueur (« la porte va s'ouvrir dans un instant ») au gros plan sur le portable de Thomas Hollande affichant « papa », en passant par les choix de réalisation (pendant que Lionel Jospin livre son analyse du scrutin, son image est réduite et l'essentiel de l'écran montre une voiture fonçant vers un aéroport) on était plus près de la télé-réalité que de la politique.

Pas d'analyse des rapports de force, des évolutions de la carte électorale, peu de recul entre deux séquences « émotion ». Comme si le fond ne pouvait pas faire la différence dans la bataille que les télé-généralistes livrent aux chaînes tout info, présentes pour la première fois dans une campagne présidentielle. Lesquelles n'ont pas hésité pour remplir leurs longues heures d'antenne à reprendre les images de meetings filmées et choisies par les équipes des candidats, renonçant ainsi à leur rôle éditorial.



Etienne Mougéotte au micro d'Europe 1.



Nicolas Demorand au « Forum Libération ». (Photo Matthieu Riegler)

**La presse écrite aussi a parfois succombé** à la tentation du spectacle. Le positionnement légitime des journaux d'opinion a dérapé parfois en approximations et exagérations. Au point qu'en février les journalistes du *Figaro* ont rappelé à leur direction que leur journal n'était pas « le bulletin d'un parti » et ont invité leur directeur « à veiller à ce que l'actualité soit rapportée de manière complète et pluraliste ». Quelques semaines plus tard, la Société civile des personnels de Libération votait à son tour une motion s'inquiétant d'un traitement de l'actualité politique « qui semble inféoder le journal au PS » et dénonçant des « unes » racoleuses. *Le Monde* s'est fait tirer l'oreille par la commission des sondages pour avoir titré en une sur « Le poids du vote d'extrême droite chez les 18 / 24 ans », à partir de la réponse à une question posée à un sous-échantillon d'un sondage de... 200 personnes ! La publication de ces remontrances n'a pas compensé l'effet produit par le titre mis en cause, dont l'affirmation a été reprise telle quelle par de nombreux autres médias.

**De la viande halal au permis de conduire**, les médias se sont enflammés ensemble pour des sujets qu'ils ont oublié ensemble quelques jours plus tard. Soumis à l'agenda – ou aux improvisations – des candidats, bousculés par le rythme des nouvelles technologies, ils ont peu réussi à proposer ou à imposer eux-mêmes des sujets pouvant éclairer les citoyens. Il y a eu pourtant une volonté des journalistes de ne pas laisser totalement le champ libre aux candidats. Ainsi la vérification des affirmations péremptoires des politiques. Document à l'appui, tel mensonge a été dénoncé, tel oubli remis en mémoire. Car les outils nouveaux permettent un accès rapide aux sources originales. Mais ce petit jeu de la vérification s'est pris au piège des statistiques : il est beaucoup plus facile de dire « vrai » ou « faux » à propos de chiffre que de vérifier la pertinence ou non d'idées, de projet, de concepts... Les candidats, et notamment les deux principaux, ont pour l'essentiel limité leur débat économique à ce genre de querelle et les journalistes n'ont pas poussé à un débat sur les enjeux et les réalités qui sont derrière ces chiffres, que les candidats évitaient soigneusement. Les questions posées ont souvent été indigentes, répétées et rabâchées d'interview en interview, par suivisme, par conformisme ou par un manque flagrant de curiosité et de recherche.

**Cela n'a pas échappé aux citoyens** qui ne se sont pas privés de faire savoir ce qu'ils pensaient de cette manière de les informer. Cela n'a pas échappé non plus aux candidats qui ont multiplié les attaques contre une profession fragilisée, et d'abord par ses propres insuffisances. Fragilisée par les évolutions récentes – info en continu, Internet, réseaux sociaux – qui imposent de renouveler l'exigence éthique. Fragilisée par un contexte de crise, où il est difficile d'aborder des problèmes complexes et où la dénonciation facile des « élites parisiennes » sert d'ultime argument. Au final, les citoyens ont-ils choisi avec toutes les cartes en mains ? Il y a là un défi que journalistes et médias ont le devoir de relever dans les cinq années à venir. ■ Pierre GANZ

## Profession

## Le SNJ domine le premier tour des élections à la CCIJP

12 932 votants pour 36 127 inscrits aux élections pour la Commission de la Carte d'Identité des Journalistes Professionnels le 15 mai 2012 : le quorum n'a pas été atteint. Il y aura donc un second tour, qui se terminera le 14 juin.

Au premier tour, le Syndicat National des Journalistes a obtenu 51,31 % des voix, le SNJ-CGT 20,95 %, l'Union Syndicale des Journalistes CFDT 12,71 %, le Syndicat des Journalistes CFTC 5,69 %, la CGC Journalistes 4,92 %, FO Journalistes 4,43 %.

## Le SEPM nouveau syndicat unique de la presse magazine

Après une longue séparation, les deux syndicats de la presse magazine ont fusionné le 2 mai 2012. Le Syndicat de la Presse Magazine (SPM) et le Syndicat Professionnel de la Presse Magazine et d'Opinion (SPPMO) deviennent ensemble le Syndicat des Editeurs de la Presse Magazine (SEPM).



Bruno Lesouëf

La nouvelle organisation professionnelle représente 113 éditeurs, 580 titres, un chiffre d'affaires évalué à 3,5 milliards d'euros.

Le conseil d'administration, réuni le 10 mai, a élu président à l'unanimité **Bruno Lesouëf** (Lagardère Active, ex président du SPM) ; **François d'Orcival** (Valeurs actuelles, ex président du SPPMO) est président d'honneur et animera le « comité d'éthique » du syndicat. Les deux vice-présidents sont **Nathalie Collin** (groupe Nouvel Observateur) et **Xavier Romatet** (Publications Condé Nast) ; **Philippe Frémeaux** (Alternatives économiques) est trésorier.

## Royaume-Uni

# La presse magazine soutient les propositions de réforme de la PCC

## Une contractualisation des règles d'éthique professionnelle est envisagée



Lord Hunt, président de la PCC

*A priori*, c'est son impuissance dans l'affaire des écoutes téléphoniques du *News of the world* qui a discrédité la Press Complaints Commission, le conseil de presse de Grande-Bretagne. Mais un autre événement a eu des conséquences aussi néfastes : le départ en 2011 du groupe de presse Northern and Shell, dit aussi « Groupe Express »<sup>1</sup>. Ses dirigeants affirmaient ne plus vouloir participer à un « gentlemen's club » qui manquait singulièrement d'indépendance<sup>2</sup>. La PCC avait aussi le défaut de placer souvent ce groupe en première ligne de ses critiques<sup>3</sup>. Il ne rejetait pas pour autant le principe de l'autorégulation, « *probablement le meilleur que nous puissions avoir* », mais son organisation<sup>4</sup>.

**Le vent a tourné.** Les responsables de la PCC confirment maintenant que tous les « géants » de la presse magazine soutiennent les propositions de réforme et que Northern and Shell participe à la concertation<sup>5</sup>. Le

président de la PCC, Lord Hunt, formule de nouvelles propositions destinées à pallier les faiblesses du système et le manque de confiance dans l'institution. Il faut pouvoir imposer les règles, sanctionner (« *on a reproché à l'ancienne PCC, explique-t-il, de n'avoir pas usé de pouvoirs qu'elle n'avait pas !* »), empêcher les membres mécontents de claquer la porte au gré des critiques qui leur sont adressées.

**Le nouvel organisme de régulation** devra avoir deux fonctions : traitement des plaintes et médiation d'une part (comme l'actuelle commission), « audit » et imposition des règles par un groupe d'experts d'autre part. Lord Hunt fait deux propositions originales : chaque média devrait avoir son propre contrôleur qui publierait un rapport annuel ; le système pourrait être soutenu par des « contrats commerciaux » entre le régulateur et chaque média, qui pourraient être inscrits dans le système légal et déboucher sur des amendes en cas d'infraction.

Lord Hunt souhaite une nouvelle approche globale de l'autorégulation, « *pas seulement dirigée contre le fléau du mauvais journalisme irresponsable, mais aussi en soutien au journalisme de qualité au service de l'intérêt public.* »

### ■ Didier EPELBAUM

1. De Richard Desmond, propriétaire du Daily Express, du Daily Star, du Star on Sunday, de OK! Magazine, de New ! et de la chaîne de télévision Channel 5.
2. Selon le directeur Paul Ashford.
3. Parfois à juste titre, comme pour la couverture de la disparition de la petite Madeleine McCann au Portugal, sanctionnée par une somme record de dommages et intérêts accordée à la famille en 2008.
4. [http://www.gerrymccannsblogs.co.uk/press/55nov11/PRESSGAZETTE\\_02\\_11\\_2011.htm](http://www.gerrymccannsblogs.co.uk/press/55nov11/PRESSGAZETTE_02_11_2011.htm)
5. Le président de la PCC Lord Hunt et le directeur de son organisme de financement (PressBof) Guy Black, lors de la conférence annuelle de l'Association des éditeurs professionnels, le 9 mai 2012 (The Professional Publishers Association <http://www.themediabriefing.com/article/2012-05-09/pcc-chairman-many-mps-would-love-to-set-the-standards-for-newspapers-and-magazines>)

## Irlande

### Ne pas stigmatiser une communauté

Le Conseil de presse irlandais a blâmé l'*Evening Herald* pour avoir présenté les gens du voyage comme des délinquants. Une association de défense, l'Irish Traveller Movement, s'était plainte d'un article affirmant qu'il y a un lien fort « *entre les membres de [cette] communauté et l'activité illégale* ». Le conseil a pris connaissance des matériaux fournis par le journal comme preuve de délits commis par quelques groupes de gens du voyage. Il les a estimés « *insuffisants pour soutenir les généralisations* » qui avaient motivé la plainte de l'Irish Traveller Movement.

<http://www.presscouncil.ie/decided-by-the-press-council-on-appeal/irish-traveller-movement-and-the-evening-herald-2271.html>

### Contacts

Yves Agnès, président, [yves.agnes@noos.fr](mailto:yves.agnes@noos.fr), 06 98 81 84 35

Manola Gardez, secrétaire, [manolag@gmail.com](mailto:manolag@gmail.com), 06 82 35 14 03

Georges Potriquet, trésorier, [georgespotriquet@gmail.com](mailto:georgespotriquet@gmail.com), 06 82 11 30 26

## Ici et là

Informations rassemblées par Pierre Ganz, [pierre.ganz@wanadoo.fr](mailto:pierre.ganz@wanadoo.fr)

### Caméra cachée dévoilée par les plans d'ensemble

Le Conseil de déontologie journalistique belge francophone a donné raison à une femme qui estimait qu'il y avait atteinte à son image et à son honneur dans un reportage de la chaîne RTL/TVI. L'enquête portait sur une querelle de voisinage à propos de l'extension d'une exploitation agricole. La plaignante avait été filmée en caméra cachée. A la diffusion, son visage avait été flouté. Mais « *l'approche filmée de sa maison permettait de l'identifier facilement* » dans un petit hameau où tout le monde se connaît.

<http://www.deontologiejournalistique.be/index.php?en-mars-2012-trois-plaintes-jugees-fondees-par-le-cdj>

### De l'obligation de rectifier

Sur la base des mêmes informations, le site québécois 24 heures et les versions électronique et papier du *Journal de Québec* écrivaient il y a quelques mois que deux policiers étaient blâmés par leur hiérarchie pour « avoir battu un chauffeur de taxi ». Mais 24 heures a rectifié en quelques minutes quand un des policiers l'a alerté des conclusions au contraire en sa faveur de la commission de déontologie policière. Le *Journal de Québec* n'a pas réagi. Le Conseil de presse du Québec n'a pas retenu le grief d'information inexacte contre le site 24 heures. Il l'a retenu contre le *Journal de Québec*, ainsi que celui d'absence de rectification.

<http://conseildepresse.qc.ca/decisions/d2011-06-099/>

### Le titre doit refléter le contenu

Le journal sud-africain *Volksblad* a été blâmé par le Conseil de presse pour un titre affirmant que le manager d'une municipalité gagnait plus que le premier ministre de la province. Or l'article reposait sur des prévisions budgétaires et des estimations de dépenses, et surtout sur le propos d'une source, lequel était « *plus une opinion qu'un fait* ». Utiliser une affirmation dans le titre était donc excessif pour le conseil de presse sud-africain.

<http://www.presscouncil.org.za/pages/posts/mangaung-metropolitan-municipality-vs.-volksblad273.php>