

Réflexions

Les ambitions régulatrices du CSA

La pression déontologique sur les chaînes de radiotélévision est récente



Les membres du CSA (jusqu'à fin janvier 2013)

« *La nature a horreur du vide* ». L'aphorisme d'Aristote a trouvé ces dernières années une illustration inattendue... en matière de déontologie journalistique. En l'absence d'une instance voulue par la profession et concernant tous les médias, le Conseil supérieur de l'audiovisuel a progressivement établi son influence.

Le CSA, créé en 1989, a commencé dès 1991 à s'occuper des contenus informatifs dans l'audiovisuel, lorsque le débat déontologique est remonté à la surface avec notamment la Guerre du

Golf. Il avait à cette époque réuni les directions des chaînes pour en débattre. Les journalistes, interrogés par sondage, s'étaient unanimement déclarés « contre », par principe, les recommandations que pourraient faire le CSA. Les journalistes et leurs organisations représentatives n'ont en effet pas admis qu'une autorité désignée politiquement, fût-elle indépendante, pouvait avoir une légitimité à intervenir sur ces contenus.

Nouvelle tentative en 1995 après les attentats terroristes du RER, dont le traitement médiatique avait provoqué une déclaration vigoureuse du président de la République Jacques Chirac. TF1 et France 2 sont appelées à des efforts de rigueur. *(lire la suite page 2)*

Actualité

Usurpation de confiance



Une employée de la société Followes, mise en scène au JT de France 2

Le JT de 20 h de France 2, vendredi 4 janvier, a fait démarrer « l'année déontologique » sur les chapeaux de roue. Un long sujet (cinq minutes) y est en effet consacré à « l'usurpation d'identité », « *ce cauchemar vécu par des milliers de personnes chaque année en France* », nous dit la présentatrice ; 14 193 plaintes, est-il indiqué, ont été déposées pour ce motif en 2012, selon une enquête sourcée Observatoire national de la délinquance et des réponses pénales. En tout, « *près de 400 000 Français en seraient victimes* », selon un sondage CSA.

La première partie, bien ficelée, est consacrée notamment à un reportage sur une personne à qui l'on a volé son identité, assorti des explications d'un criminologue qui explique qu'il s'agit d'un « *vrai business* », car on peut se procurer au marché noir des copies de documents officiels, puis « *consolider l'identité* » en volant le courrier au domicile de la personne-cible.

Les choses se gâtent ensuite. Pour trouver de tels papiers officiels, est-il dit, « *pas besoin d'aller bien loin* ». « *La responsable d'une récente étude sur l'usurpation d'identité, Alexandra Lèbre-Dobosz, de la société Followes (nom accessible sur l'écran) tient à nous le prouver* ». Laquelle s'approche d'un conteneur-poubelle et en extrait instantanément comme par miracle « *une facture de téléphoniste* »...

Pourquoi est-ce si facile ? En cause : « *les mauvaises habitudes des Français, dont un quart ne détruisent pas les copies de leurs documents* ». Pour y remédier : « *limiter le plus possible* » ces copies... Ce que le reportage ne dit pas, c'est que la société Followes est spécialisée dans le matériel de bureau et notamment... les broyeurs de documents. Bon sang, mais c'est bien sûr, la voilà la solution ! *(lire la suite page 5)*

Bibliothèque

Le « Manifeste » de XXI : vivifiant

A contre-courant des débats professionnels sur « l'information en temps réel », le « bimédia » et le multimédia, le « live », la mort de la presse papier et le tout-numérique, le trimestriel XXI a publié début janvier son « manifeste ».

Il est signé de Laurent Beccaria (patron des éditions Les Arènes) et de son rédacteur en chef Patrick de Saint-Exupéry.

A travers l'analyse de la situation actuelle des journaux, le rappel du passé et l'expérience d'une information « au long cours » conduite par XXI depuis cinq ans, les auteurs veulent démontrer qu'« *un autre journalisme est possible* », plus en phase avec la demande exigeante du public.

Un autre journalisme ? Plutôt un retour aux « fondamentaux » de ce métier, dont l'objet est de rendre accessible et compréhensible le flux de faits d'actualité qui nous submerge. A travers notamment un travail de terrain (ce n'est pas derrière un ordinateur qu'on saisit la réalité), une maîtrise du temps au lieu de lui courir après, une valeur ajoutée donnée aux faits par leur analyse et leur mise en contexte. Se référant à Jacques Ellul (ce qui nous menace ce n'est pas l'excès d'information, mais l'excès d'insignifiance), le Manifeste assure : « *Le journalisme qui enrichit, donne à réfléchir, relie le lecteur aux autres et au monde est utile* ».

Propos de bon sens, mais pas seulement : c'est exactement la demande du public. « *Les gens ont besoin de pauses pour approfondir et comprendre, ils sont prêts à payer pour une valeur explicative, pour une qualité d'écriture et de langue, un approfondissement* », nous disait récemment le spécialiste de la prospective d'un grand institut d'études et de sondages, à propos des nouvelles attitudes des « consommateurs d'information ».

Le texte de Beccaria et Saint-Exupéry est, lui, plus qu'utile. Vivifiant.

■ Y. A.

Réflexions

... (suite de la page 1) Les ambitions régulatrices du CSA



Hervé Bourges,
ancien président du CSA.

Dans une interview à l'éphémère quotidien *Infomatin*, le président du CSA, Hervé Bourges, précise curieusement : « *Nous ne sommes pas responsables de la déontologie, qui relève de la responsabilité éditoriale de chaque chaîne et de la conscience de chaque journaliste. Nous sommes là pour veiller à l'honnêteté de l'information et à ce que liberté et responsabilité soient correctement conjugués* ». Qu'est-ce que la déontologie, sinon l'exercice de la responsabilité professionnelle à l'égard du public ?

Un corps de doctrine

Cette « honnête de l'information » que le CSA doit faire respecter est une notion juridique aux contours flous, et rien n'en définit officiellement, encore aujourd'hui, l'application. Mais elle est essentielle : le Conseil constitutionnel l'a en effet validée comme « *un impératif à valeur constitutionnelle* »¹. A partir de 1997, par le truchement des cahiers des charges et des conventions qu'il fait signer aux chaînes publiques et privées, le CSA va définir des règles et installer la déontologie dans la durée. Les cas qui se présentent à lui, qu'il soit saisi d'une plainte ou s'autosaisisse, sont traités en assemblée générale et constituent peu à peu une jurisprudence. Mais tout cela reste dans l'ombre pendant plusieurs années. D'autant que le successeur d'Hervé Bourges, Dominique Baudis, n'en fait pas une priorité, déclarant par exemple en février 2004, dans une sorte d'aveu d'impuissance, que « *le CSA n'est pas une académie de l'audiovisuel. Il n'a pas vocation à donner des cours de déontologie* ». C'est que l'autorité de régulation a en pratique peu de pouvoir. Aujourd'hui encore, les interventions auprès des chaînes (« mises en garde », « mises en demeure », et même sanctions financières) n'ont que peu d'effet et n'empêchent pas les récidives. Les choses vont toutefois prendre davantage d'ampleur, toujours dans la discrétion, à partir de janvier 2007. Michel Boyon remplace Dominique Baudis à la tête de l'instance, le journaliste Rachid Arhab devient l'un des neuf « sages ». Il se voit bientôt confier le dossier « déontologie » ; pour la première fois, un membre du CSA en devient le porte-drapeau.

Les interventions du conseil ont dès lors davantage d'écho (au sein des chaînes, et déjà sur la Toile...) et le CSA va préciser et étendre son rôle en la matière, qu'il a exposé depuis sur son site public². Sous couvert de ces définitions, c'est une sorte de doctrine que possède aujourd'hui l'instance de régulation, autour de six têtes de chapitre : respect de la dignité de la personne humaine ; sauvegarde de l'ordre public ; lutte contre les discriminations ; honnêteté et indépendance de l'information ; traitement des affaires judiciaires ; respect du droit à la vie privée. Des têtes de chapitre et des règles qui renvoient essentiellement au respect par les chaînes de la législation, mais aussi à des comportements de nature purement déontologique, dérivés des principes généraux d'honnêteté et de pluralisme.

Réguler les contenus sur Internet ?

Le candidat François Hollande et son parti n'ont pas caché, avant les élections présidentielle et législatives, leur ambition de réformer le CSA. Sur deux points en particulier : le mode de nomination des PDG de l'audiovisuel public et le mode de désignation des « neuf sages ».

Sur le premier point, il s'agit de restituer ce rôle à « l'autorité indépendante », qui en avait été privée, sous l'ère Sarkozy, après près de vingt ans de mise à distance (relative) de l'exécutif. Sur le second, il s'agit de faire en sorte que le mode de désignation des membres du CSA ne soit plus considéré comme un acte politique de la majorité au pouvoir, donc de renforcer l'indépendance du conseil ; l'idée a été avancée de les faire désigner par consensus au sein des commissions des affaires culturelles de l'Assemblée nationale et du Sénat.

A été envisagée aussi la possible fusion du CSA et de l'Autorité de régulation des communications électroniques et des postes (ARCEP) ; les présidents des deux instances, pas du tout convaincus par cette perspective, ont rendu chacun un rapport sur ce sujet en octobre 2012. Il semble aujourd'hui que la prudence soit de mise sur ce sujet complexe au sein du gouvernement. (*lire la suite page 3*)

¹ Voir *Le Bulletin de l'APCP* n°8, juin 2011.

² <http://www.csa.fr/Television/Le-suivi-des-programmes/La-deontologie-de-l-information-et-des-programmes/Les-domaines-couverts-par-la-deontologie-et-les-missions-du-Conseil>

Publics

Internet en voie de banalisation

Le baromètre 2013 sur la « crédibilité des médias »

Cela ne se dément pas d'une année sur l'autre : les Français s'intéressent à l'actualité : en 2013, 70 % y portent un grand intérêt, 71% en 2012. Leurs habitudes évoluent lentement : pour avoir des nouvelles, 69% privilégient la télévision, contre 33% la radio, 27% Internet et 24% la presse quotidienne.

Au cœur de ce sondage¹, les réponses à la question « *les choses se sont-elles passées vraiment comme le rapportent les médias ?* ». La hiérarchie de la crédibilité ne change pas : la radio reste en tête, suivie par la presse écrite et la télévision. La note de confiance de chaque média varie à la marge. La radio enregistre toutefois un recul de 4 points en 1 an (54 % contre 58 % ; la presse écrite repasse sous la barre des 50 % de confiance à 49 % dans l'ensemble de la population, mais elle convainc davantage (54 %) ses lecteurs réguliers ; la télévision reste stable à 48 % de confiance.

Internet recule pour la première fois en matière de crédibilité, à 35 % (-2), y compris chez les internautes réguliers, dont la confiance dans ce média passe à 43 % (-4). Internet trouve cependant de plus en plus sa place : troisième média préféré, devant la presse écrite, « pour connaître les nouvelles », second, après la télévision, pour « avoir des explications détaillées sur un événement », « comprendre un sujet de fond » et « connaître les points de vue différents qui existent sur un même sujet ». Le recours à Internet pour ces usages a crû d'environ 25 points depuis 2004.

Le sondage ne concerne pas cette année - contrairement aux précédentes - l'opinion des Français sur l'indépendance des journalistes vis-à-vis des pouvoirs politiques et économiques². En revanche, TNS Sofres et *La Croix* ont sondé leur sentiment sur la crise de la presse : 53 % jugent que celle-ci est « *dans une mauvaise situation économique et financière* ». Pour les deux tiers d'eux, cela représente un danger pour la démocratie. ■ P. G.

<http://www.la-croix.com/Culture/Medias/Rapport-du-barometre-annuel-des-medias-La-Croix-TNS-Sofres-NG-2013-01-21-901907>

¹ Sondage TNS Sofres pour *La Croix* du 4 au 7 janvier 2013, auprès de 1000 personnes sélectionnées selon la méthode des quotas et interrogées à leur domicile.

² Sondage 2012 : ne sont pas indépendants des pressions des partis politiques et du pouvoir 59%, des pressions de l'argent 56 %. Voir *Le Bulletin de l'APCP* n° 13.

Réflexions ... (suite de la page 2) Les ambitions régulatrices du CSA

Quoi qu'il en soit, le rapport du président Michel Boyon avance vers une voie évoquée depuis plus d'un an en interne : « *la nécessaire régulation des contenus audiovisuels sur Internet* », pouvant aller dans l'esprit de certains jusqu'au contrôle de la déontologie sur l'ensemble de la Toile...

Ainsi, d'une institution chargée de distribuer des fréquences et de veiller au respect des lois, est-on peut-être en train de passer, si l'on n'y prend garde, à une instance de régulation déontologique de tous les contenus de l'information en France. Car, si le « principe à valeur constitutionnelle » d'honnêteté de l'information a été édicté par le Conseil constitutionnel en référence à l'audiovisuel, on voit mal comment il ne pourrait pas, s'il était sollicité, l'étendre aux autres supports médiatiques, presse écrite et Internet. D'autant que le système médiatique ne fait plus qu'un et ne dissocie plus les vecteurs : de très nombreuses entreprises d'information diffusent à la fois textes, sons et images et les comportements du public sont ceux de « consommateurs multimédias ».

Régulation, liberté de la presse, démocratie

Aussi faut-il clairement poser la question : les Français ont-ils besoin d'une « régulation » de l'information, organisée administrativement ? Ou ne vaut-il pas mieux, pour garantir tout à la fois la liberté de la presse et la qualité de cette information, miser sur une « autorégulation » ? Ou, mieux et comme le propose l'APCP et d'autres, une « co-régulation » entre des représentants de la profession et des représentants du public, avec une instance unique pour tous les médias et tous les journalistes professionnels ? Si les entreprises médiatiques ont dû se plier, bon gré mal gré, à la législation leur imposant un contrôle, les journalistes ont toujours contesté sa légitimité en matière d'éthique professionnelle.

La question du temps de parole dans l'audiovisuel a fait couler de l'encre lors de la dernière campagne présidentielle. A juste titre, car le système mis en place n'a pas abouti à une meilleure qualité du débat et à un réel respect du pluralisme. Les médiateurs de presse³ ont eux aussi réagi, forts des critiques reçues, par une « tribune libre » publiée dans *Le Monde* du 13 mars 2012, dans laquelle ils jugeaient les règles que le CSA a la charge de faire respecter « *inapplicables et discutables* ». Discutables, écrivaient-ils notamment, « *parce que ce dispositif ne s'applique qu'à quelques uns. La totalité de la presse écrite, l'ensemble des sites Internet et les réseaux sociaux, et même certaines télévisions les plus en lien avec la chose politique comme Public Sénat ou LCP AN ne sont pas astreints à ces règles d'égalité* ». Discutable donc, car on crée une inégalité en voulant rendre effective une autre égalité... Cet exemple montre qu'en matière de déontologie journalistique (l'équité en fait partie) la situation actuelle pêche par son incohérence. D'un côté un CSA, organe de régulation, qui édicte ses propres règles et tente d'élargir son pouvoir. De l'autre, le vide. Créer une instance réellement indépendante (mais qui pourrait être reconnue par le législateur) et chargée, seule, de la déontologie du journalisme pourrait permettre de combler ce vide, de mettre un terme à l'incohérence, d'aller vers plus de démocratie.

Des questions à poser notamment au CSA « relooké » récemment, puisque Olivier Schrameck, un proche de Lionel Jospin et du président de la République, en est le nouveau président, tandis que Alain Méar et Rachid Arhab ont été remplacés par les deux journalistes Memona Hintermann-Affejee (France 3) et Sylvie Pierre-Brossolette (*Le Point*). ■ Yves AGNÈS

³ Il existe en France une dizaine de médiateurs dans des gros médias, écrits et audiovisuels. Ils se réunissent au sein d'un club créé en juin 2006.

Les journalistes ne sont qu'indirectement concernés par le CSA

Le CSA est une « autorité administrative indépendante ». Ses neuf membres sont nommés pour six ans (non renouvelables) par tiers, par le président de la République, celui du Sénat et celui de l'Assemblée nationale ; ils sont renouvelables par tiers tous les deux ans. Le rôle du CSA est d'abord de distribuer les autorisations de diffuser, et de contrôler que leur utilisation est conforme à la législation. Il lui appartient aussi, notamment, de veiller au respect du « pluralisme » et à « l'honnêteté de l'information » par les chaînes de radiotélévision. Le CSA ne peut adresser ses observations ou notifier des sanctions qu'aux éditeurs de média, il n'a aucun pouvoir sur les journalistes et les rédactions.

Public citoyen

Besoin de confiance et médiation

Le Club des médiateurs des services au public a organisé le 17 janvier 2013, pour son dixième anniversaire, un colloque sur le thème « médiation, la confiance d'abord ». *Leitmotiv* commun à bien des intervenants : médiation et médiateurs sont essentiels dans une société française où « *le niveau de confiance est très faible* », a noté Jean-Paul Bailly, président de La Poste, en particulier à l'égard de toute institution. Selon lui la médiation, pour être efficace, doit être « *gratuite, confidentielle, indépendante et transparente* ». Laurent Garnier (cabinet KPMA) constate, à travers l'analyse de très nombreuses réclamations d'usagers et de consommateurs, « *une radicalisation des comportements* » : recours de plus en plus fréquent à la justice, à un « *langage ordurier* », « *à l'ultimatum et aux menaces* », à des « *explosions de colère* » au téléphone, à une « *surdéclaration* » (mensonges, exagérations)... Tout cela révèle une forte défiance, note le consultant, pour qui « *le relationnel est ce qu'il y a de plus efficace pour injecter de la confiance* ». Témoignage corroboré par exemple par celui de Jean-Louis Walter, médiateur à Pôle Emploi, qui reçoit lui aussi « *des courriers de plus en plus agressifs* » et en même temps « *étayés et techniques* ».



Jean-Paul Delevoye, président du CESE.

La conclusion des échanges de cette matinée est revenue au président du Conseil économique, social et environnemental (qui accueillait le colloque), et qui a été auparavant

le Médiateur de la République. « *La confiance, a-t-il notamment déclaré, est au cœur du dysfonctionnement de notre société, où les appareils politiques et syndicaux se sont arrogés la représentation citoyenne et où il n'y a plus d'espérance collective* ». « *Il faut des gens pour interpellier le système, avec recul et impertinence* » et aussi « *des médiateurs qui donnent une dimension humaine à une société déshumanisée* ».

Pour Jean-Paul Delevoye, « *le changement ne peut se construire que dans le dialogue et non dans le conflit* ».

www.clubdesmediateurs.fr

Statistiques

Les journalistes professionnels au 3 janvier 2013

Après deux années d'érosion, le nombre de journalistes ayant obtenu leur carte auprès de la Commission de la Carte d'Identité des Journalistes Professionnels (CCIJP) repasse à la fin de 2012 au-dessus de 37 000, un niveau dépassé seulement entre 2006 et 2010 : 37 012 cartes délivrées, pour 36 815 en 2011. La crise qui touche un certain nombre de médias, et pas seulement dans la presse écrite, n'a pas eu de répercussion majeure sur l'emploi.

Lors des Assises du journalisme en octobre 2012 à Poitiers, le sociologue Jean-Marie Charon avait fait un décompte des plans sociaux, cessations d'activité, départs volontaires, clauses de cession, etc., établissant de façon non exhaustive à 600 pour une année le nombre de journalistes concernés. Cependant, les conséquences de ces mesures sur les statistiques de la CCIJP ne peuvent être observées qu'après le renouvellement des cartes en 2013, et ne seront donc globalement perçues que dans un an.

Deux phénomènes sont à prendre en compte pour expliquer la relative bonne tenue (quantitative) de la profession. D'une part, un certain nombre d'entreprises se sont créées ou ont accédé au statut d'éditeur de média, notamment dans l'information en ligne : beaucoup de « premières demandes » concernent le web. D'autre part, depuis plusieurs années, la CCIJP a décidé de ne pas revaloriser la barre des 500 € (un demi Smic au départ) nécessaires pour retenir l'exercice du journalisme comme « activité principale », ouvrant droit à la carte professionnelle. Compte tenu des difficultés de l'emploi, notamment en province, cet assouplissement permet à des professionnels au statut très précaire d'obtenir leur carte.

La précarité augmente depuis cinq ans. Si l'on prend comme référence 2008, année du plus grand nombre de journalistes mensualisés, on observe une augmentation de la précarité. En cinq ans, le nombre de salariés mensualisés a baissé de 1612 (- 5,5 %), tandis que le nombre de pigistes a augmenté de 1155 (+ 17 %). Le taux de pigistes sur l'ensemble des journalistes est en 2012 de 21,4 %, contre 18,2 % en 2008. Il faut noter aussi que, parmi les nouveaux professionnels de 2012, 1227 (62 %) sont des pigistes, pour 766 mensualisés (38 %). Quant aux demandeurs d'emploi, ils ont augmenté dans la période de 162 (+12 %), le taux de chômage évoluant de 3,4 % à 4 %.

Près de 2500 femmes de plus en dix ans. L'augmentation du nombre des femmes est régulière de 2002 à 2012 : 2448 femmes supplémentaires (+17 %) pour 706 hommes en moins (- 3 %). La parité n'est plus très loin : au 3 janvier 2013, les femmes journalistes représentent 46 % des effectifs de la profession, contre 41 % dix ans plus tôt. ■ Y.A.

* Les statistiques 2012 sur www.ccijp.net

CARTES DÉLIVRÉES	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Renouvellements	32963	33662	34197	34524	34847	35192	35303	35366	35185	34961	35019
Nouvelles cartes dont diplômés écoles reconnues	2307 -	1877 -	1951 -	1979 -	2162 -	2109 307	2004 295	2024 265	1822 225	1854 258	1993 293
Salariés mensualisés dont directeurs anciens journalistes	27878 486	27461 481	27635 492	28032 479	28581 506	29129 521	29187 545	28707 553	28038 537	27636 547	27575 567
Pigistes	6230	6374	6759	6889	6925	6860	6778	7267	7449	7603	7933
Chômeurs	1162	1704	1754	1582	1503	1312	1342	1416	1520	1576	1504
Hommes	20785	20817	20984	21028	21105	21131	20945	20773	20369	20107	20079
Femmes	14485	14722	15164	15475	15904	16170	16362	16617	16638	16708	16933
Total cartes	35270	35539	36148	36503	37009	37301	37307	37390	37007	36815	37012
Solde création de postes	1043	269	610	355	506	292	6	83	- 383	- 192	197
Sorties du métier	1264	1608	1341	1624	1656	1817	1998	1941	2205	2046	1796

Agenda

19 février : le « temps réel » aux Entretiens de l'Information

Les Entretiens de l'Information tiendront leur prochaine session mardi 19 février 2013 à l'Institut National de l'Audiovisuel (INA, 83, rue Patay, 75013 Paris). Elle portera sur « l'information en temps réel », et plus précisément les répercussions – sur le travail des journalistes et les contenus dans les médias – de la recherche de l'immédiateté dans la diffusion des nouvelles, grâce aux nouvelles technologies. Cette accélération du temps, avec les chaînes en continu, Internet, les réseaux sociaux, le traitement « multimédia » de l'actualité, jusqu'au « live », paraît avoir modifié sensiblement méthodes de travail et formes de traitement. Pour plus de qualité ou un appauvrissement des contenus ? La session organisera la réflexion en partant de deux domaines : faits divers/justice et politique.

* Ouvert à tous. Inscriptions auprès de jean-marie.charon@orange.fr et cmenzaghi@laligue.org

25 mai : Colloque du séminaire « médias et bien commun »

Henri Pigeat, ancien président de l'AFP et actuel président au Centre de Formation des Journalistes, anime dans le cadre catholique du Collège des Bernardins un séminaire mensuel sur « médias et bien commun ». Il réunit à parité des dirigeants de médias et des philosophes, sociologues, anthropologues. Son approche se veut sociétale : savoir si l'information diffusée par le système médiatique répond aux besoins des individus et de la société. Le programme aborde des sujets qui sont aussi l'objet de réflexion des membres de l'APCP. Un premier colloque public aura lieu le 25 mai 2013.

* Plus d'informations <http://www.collegedesbernardins.fr/index.php/pole-de-recherche/societe-humaine-et-responsabilites-educatives.html?Menuid2=37&Menuid1=5>

5, 6 et 7 novembre : 7es Assises du journalisme à Metz

A noter dès maintenant : la septième édition des Assises internationales du journalisme et de l'information aura lieu du 5 au 7 novembre 2013 à Metz. Après Lille, Strasbourg et Poitiers, c'est le superbe cadre de L'Arsenal de Metz qui accueillera cette année les ateliers et débats publics de la grande rencontre annuelle des professionnels de l'information et de leurs publics.

* www.journalisme.com

Qualité, crédibilité**L'ODI a commencé sa « veille déontologique »**

Quatre des membres du bureau de l'ODI lors de sa présentation aux Assises de Poitiers le 2 octobre 2012 : de droite à gauche, au premier plan le trésorier Patrick Eveno et le président Didier Epelbaum ; au second plan Kathleen Grosset (vice-présidente) et Pierre Montel (secrétaire général)

Créé le 12 septembre 2012, l'Observatoire de la Déontologie de l'Information (ODI, voir *Le Bulletin de l'APCP*, n°s 20 et 21) a créé en son sein six groupes de travail pour le recueil et l'analyse des « faits déontologiques » : manquements aux principes de l'éthique professionnelle et initiatives positives. Le bureau de l'ODI vient de lancer un « appel » pour recueillir le maximum d'informations. L'objectif : présenter aux prochaines Assises du Journalisme (5 au 7 novembre à Metz) un rapport étayé sur les pratiques déontologiques des médias en France. Voici ce texte.

Appel de l'Observatoire de la Déontologie de l'Information

« Comme nous, vous souhaitez une information de qualité. Comme nous, vous êtes conscient de l'importance de

l'éthique pour la crédibilité des médias.

L'Observatoire de la Déontologie de l'Information (ODI), créé en septembre 2012, effectue une « veille » en matière de déontologie journalistique et interroge les pratiques professionnelles pour dégager des tendances sur la durée dans un rapport annuel. Dans ce but, l'ODI recueille les faits concernant les pratiques déontologiques dans l'information diffusée par les médias français (presse écrite, radio, télévision, médias en ligne).

Nous vous proposons de mettre votre perspicacité au service de ce travail. Si vous avez connaissance d'un manquement à la déontologie ou d'un exemple de bonne pratique (à compter de juillet 2012), faites-le nous connaître. Nous ne recensons que les faits et en aucun cas ce qui relève des opinions. Nous sommes organisés en groupes de travail dédiés à des thèmes particuliers. Vous pouvez transmettre vos informations au groupe qui vous semble le plus pertinent :

- **Exactitude, véracité et équité de l'information** : Didier Epelbaum d.epelbaum@free.fr ;
- **Conflits d'intérêts collectifs et individuels** : Kathleen Grosset kgrosset@gmail.com ;
- **Justice et faits divers (respect du droit et de la déontologie)** : Thierry Magnol th.magnol@sudouest.fr ;
- **Sources (protection des, accès à, relations avec)** : Jacques Morandat j.morandat@free.fr ;
- **Conditions de production de l'information** : Patrick Eveno peveno@wanadoo.fr ;
- **Initiatives en faveur des « bonnes pratiques » de l'information** : Yves Agnès yves.agnes@noos.fr.

Lorsque vous nous informez d'un événement, merci de mentionner :

1. L'identité du donneur d'alerte ;
2. La date de diffusion ;
3. Le ou les médias concernés ;
4. Des éléments descriptifs du fait invoqué ;
5. La nature du problème posé ;
6. Les démarches de plaignants éventuels : publication, plainte au CSA...» ■

Actualité ... (suite de la page 1) Usurpation de confiance

Les journalistes et responsables de France 2 avaient-ils été malencontreusement manipulés ? Comme nous, ils avaient pourtant les moyens de savoir : le site « Arrêt sur images » a publié le 28 juin 2012 un beau travail sur « les 200 000 Français victimes chaque année d'une usurpation d'identité ». A l'origine, des enquêtes du CREDOC commanditées et médiatisées dès 2009 par la même société Followes. De nombreux articles et sujets ont été depuis publiés dans les médias et une proposition de loi déposée en 2010... Comment la rédaction de France 2 a-t-elle pu passer des premières 200 000 victimes (chiffres non vérifiés) à 400 000 aujourd'hui (chiffres toujours non vérifiés) ? Pourquoi n'a-t-elle pas signifié aux téléspectateurs que la société qu'elle mettait en scène a un intérêt financier à ce que l'affaire soit évoquée ? Pourquoi a-t-elle choisi de traiter largement un sujet déjà abondamment couvert par les médias ? Des questions simples, dont le téléspectateur aimerait bien avoir les réponses. Faute de quoi il pourrait penser que les journalistes ont pratiqué une usurpation de confiance. ■ Y. A.

Vie de l'association**Le nouveau Conseil d'administration de l'APCP**

Le conseil d'administration de l'APCP pour 2013 comptera treize membres, élus ou réélus lors de l'assemblée générale annuelle du 10 décembre 2012. Par ordre alphabétique :

Yves Agnès (président de l'APCP, journaliste ex *Le Monde*)

Bruno Chavialle (administrateur de la Confédération Nationale des Associations Familiales Catholiques)

Rémy Degoul (président d'Europe Créative)

Didier Epelbaum (ancien médiateur de France 2, président de l'Observatoire de la Déontologie de l'Information)

Patrick Eveno (professeur à Paris 1, historien des médias)

Pierre Ganz (journaliste ex Radio France Internationale)

Manola Gardez (secrétaire de l'APCP, directrice de l'Alliance Internationale de Journalistes)

Kathleen Grosset (journaliste, présidente de la Fédération Française des Agences de Presse)

Marie-Christine Lipani (maître de conférences à l'Institut de Journalisme Bordeaux-Aquitaine)

Jean-Luc Martin-Lagardette (journaliste Ouvertures.net)

Christine Menzaghi (Ligue de l'Enseignement, Enjeux e-médias)

Jacques Morandat (journaliste, ancien directeur de la FFAP)

Georges Potriquet (trésorier de l'APCP, journaliste ex *Le Figaro*, président de l'Ecole Supérieure de Journalisme de Lille)

Conflits d'intérêts**La déontologie de la fonction publique à la rescousse**

Nommé en décembre 2012 PDG de TLT, chaîne locale toulousaine de droit privé financée majoritairement par des fonds publics (ville, conseil régional...), Philippe Joachim, directeur de cabinet du président de la région Midi-Pyrénées Martin Malvy, a renoncé le 22 janvier 2013 à cette fonction. Cette nomination avait été critiquée, notamment par l'opposition de droite du conseil régional, qui avait posé la question du conflit d'intérêts. Selon l'AFP, la commission de déontologie de la fonction publique territoriale ayant émis un avis défavorable, M. Joachim s'est conformé à cette décision. ■

Etranger

Canada : des chercheurs et des professionnels proposent une instance nationale

En apparence, c'est Byzance. Le Canada possède cinq conseils de presse (CdP) régionaux¹. Mais la profusion n'est qu'un leurre. En 2011, ils étaient encore six. Après vingt-sept ans d'existence, le CdP provincial du Manitoba a cessé ses activités faute de participants et de moyens : les cinquante publications qui le finançaient ont retiré leurs subventions. Malgré une représentation paritaire de représentants de la presse et de la société civile, sous la présidence d'une personnalité indépendante², il était entré en hibernation prolongée, deux plaintes seulement en 2011.



Le président du Conseil de presse de l'Ontario, Robert G. Elgie

Le CdP de l'Ontario vit encore, mais après avoir subi le retrait du groupe Sun Media³ en juillet 2011, en raison d'un fonctionnement jugé trop « politiquement correct ». Le conseil a toutefois reçu plus de 100 plaintes en 2012 ; la majorité concernait des erreurs factuelles, des critiques déloyales, un manque d'équilibre dans les reportages ; la plupart des plaintes se sont soldées par une médiation et la négociation d'un rectificatif ou d'excuses⁴.

Sur le blog du CdP des provinces de l'Atlantique, le menu est appétissant : un code, une procédure de dépôt de plainte, des personnalités respectables, mais rien à déguster⁵, pas de rapport annuel, pas de comptes rendus. Il y a quelques années déjà, on avait constaté sa mort clinique⁶. En Alberta, à peine mieux, aucune donnée statistique sur les plaintes traitées. Début 2012, le *Edmonton Journal* a quitté cette institution « édentée »⁷. Enfin, la Colombie Britannique : une seule plainte traitée en 2012...

A l'inverse, le Conseil de presse du Québec (fondé en 1973) fonctionne. Organisme tripartite formé de représentants des journalistes, des entreprises de presse et du public (une voix de plus), il est financé essentiellement par les médias et par le gouvernement⁸. Critiqué pour certaines décisions « arbitraires », en proie à une crise en 2008-2009 avec le retrait de diffuseurs privés⁹, le CdP du Québec a le mérite d'être actif et très présent. Sur son site, près de deux mille décisions prises depuis sa création. Les conseils anglophones refusent par principe le financement gouvernemental où ils voient une menace d'intervention du politique ; cependant il n'y a aucune trace d'ingérence à ce jour au Québec¹⁰. Le financement public ajoute une certaine stabilité à l'institution.

Quel avenir ? Chercheurs et professionnels, réunis en novembre 2012 par le « Centre d'études sur les médias¹¹ » de Montréal, constatent que ce système des conseils provinciaux, quasiment inconnu du public (Québec mis à part) et trop lent, a vécu. On propose un conseil de presse national couvrant l'ensemble des médias et la totalité du pays, surtout pour répondre à des changements fulgurants et aux nouveaux problèmes, recevoir les plaintes du public relatives à Internet et établir des règles déontologiques pour le journalisme en ligne¹². A supposer qu'il reste uniquement financé par les médias eux-mêmes, sa surface nationale lui donnerait les moyens nécessaires¹³. ■ **Didier EPELBAUM**

1 Ontario, Québec, Canada atlantique, Alberta et Colombie Britannique.

2 John Cochrane, ancien patron d'une radio et d'un journal, le *Winnipeg Sun*, qui couvrait 80% des frais de fonctionnement du Conseil.

3 Propriétaire de plusieurs quotidiens « tabloïds », filiale du groupe Québecor.

4 <http://ontpress.com/2013/01/08/summary-of-complaints-in-2012/>

5 <http://atlanticpresscouncil.wordpress.com/code-of-conduct/>

6 http://older.kingsjournalism.com/kjr/journalism_3673_6522.html

7 <http://rabble.ca/blogs/bloggers/djclimenhaga/2012/03/pulp-friction-edmonton-journal-quits-toothless-alberta-press-cou>

8 Le conseil est financé par les entreprises de presse membres (60 %), par les fonds de placements lui appartenant (16 %), par la Fédération professionnelle des journalistes (2,5 %) et par le gouvernement du Québec via le ministère de la culture et des communications (22,5 % non récurrent).

9 Dont TVA, TQS, Astral et Corus.

10 Lisa Taylor, enseignante à l'École de journalisme de l'université Ryerson (Toronto).

11 <http://www.cem.ulaval.ca/>

12 Ivor Shapiro, directeur de l'école de journalisme de l'université Ryerson.

13 <http://ryersonjournalism.ca/2013/01/02/canada-should-consider-creating-a-national-press-council-say-ryerson-journalism-profs/>

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

Suisse

Respect des victimes

Le Conseil suisse de la presse a blâmé fin décembre 2012 trois journaux pour avoir publié des photos de victimes de l'accident de car qui avait fait 28 morts dans le Valais en mars. Non que ces photos aient été « trop sensationnelles ». Mais parce qu'elles ont été publiées « sans l'approbation formelle des proches » des victimes, ou « reprises sans nouvelle autorisation sur le blog [du] camp de ski » d'où venaient les victimes.

<http://www.presseportal.ch/de/pm/100018292/100730576/media-service-accident-de-car-sierre-photos-non-autoris-es-de-victimes-la-publication-requiert-l>

Kenya

Elections sous surveillance

A l'approche des élections générales, le Conseil des médias du Kenya a mis en ligne un « Guide de la couverture des élections ». Ce document de 24 pages rappelle les règles professionnelles de la couverture équitable d'une élection. On y lit notamment que la « liberté d'expression garantie par la constitution ne s'étend pas à l'incitation à la violence, aux discours de haine et aux dénigrements des autres ethnies », qu'en exerçant cette liberté « les journalistes doivent respecter les droits, l'intégrité et la réputation des autres ». Par ailleurs, Google Kenya a décidé d'ouvrir un portail web regroupant des informations factuelles et des blogs filtrés *a priori* pour écarter tout discours de haine ou de désinformation.

<http://www.mediacouncil.or.ke/>

<http://www.agencecofin.com/internet/1101-8393-kenya-pour-les-elections-google-lance-un-portail-pour-des-informations-fiables>

Royaume-Uni

Anticipation et précipitation

La Press Complaints Commission britannique a incité le quotidien d'Edimbourg *The Scotsman* à publier un rectificatif pour démentir l'envoi d'une lettre de José Manuel Barroso à la commission économique de la Chambre des Lords précisant que, si l'Ecosse devenait indépendante, elle devrait poser sa candidature à l'Union Européenne. Si le fond était vrai, le président de la Commission de l'UE n'a dit cela que le lendemain et n'a jamais envoyé de lettre.

<http://www.pcc.org.uk/case/resolved.html?article=ODIxMw==>