

Autorégulation

L'audit ministériel de Marie Sirinelli induit la nécessité d'une instance de déontologie de l'information



Marie Sirinelli remet son rapport à Aurélie Filippetti. (Photo MCC/J.-P. Somme)

Marie Sirinelli, premier conseiller à la Cour administrative d'appel de Paris, a remis le 13 février 2014 son rapport¹ à Aurélie Filippetti, ministre de la culture et de la communication. Son exposé (portant sur le fonctionnement et l'activité des conseils de presse à l'étranger, puis sur la trentaine d'auditions effectuées à Paris), comme ses conclusions, non seulement ne remettent pas en cause l'intérêt et la pertinence de la création en France d'une instance de déontologie de l'information, mais renforcent

la nécessité de s'atteler rapidement à cette tâche. La fracture entre les médias et le public, conjuguée à la crise que connaissent nombre d'entre eux, dicte cette urgence. Le communiqué ministériel conclut pour sa part : « *Les pistes de réflexion ouvertes (...) doivent permettre à la profession d'avancer vers une autorégulation plus ambitieuse* »².

Que retenir d'essentiel de ce rapport de qualité, bien que conduit en un temps limité ?

Conseils de presse existants (en Europe notamment) : leur intérêt n'est pas remis en cause ; il n'y a pas de modèle unique, chaque instance s'adapte au contexte et à la culture du pays.

En France, la défiance des publics envers les médias et les journalistes est à la source de la réflexion et de l'action : elle est « *fondamentalement d'actualité* ». (lire la suite page 2)

1 <http://www.culturecommunication.gouv.fr/Actualites/Missions-et-rapports/Autoregulation-de-l-information-Comment-incarner-la-deontologie>

2 <http://www.culturecommunication.gouv.fr/Espace-Presse/Communiqués-de-presse/Remise-du-rapport-de-Marie-Sirinelli-Autoregulation-de-l-information-Comment-incarner-la-deontologie-a-Aurelie-Filippetti-ministre-de-la-Culture-et-de-la-Communication>

Actualité

Le Parlement, l'égalité hommes-femmes et la formation des journalistes



Najat Vallaud-Belkacem.

L'Assemblée nationale a voté récemment une disposition « *introduisant des modules de sensibilisation à la question de l'égalité entre les femmes et les hommes dans les écoles de journalisme* », comme l'écrit l'auteur de cet amendement, la députée Sylvie Tolmont. Les principes évoqués ne font pas débat. Mais leur mise en œuvre pose problème, tant les bonnes intentions ont souvent des effets redoutables.

Faut-il pour cela inscrire une formation ad hoc dans la législation ? La Conférence des écoles de journalisme, qui réunit les quatorze écoles dont le cursus est reconnu par la profession, le déplore. Elle souligne que « *la définition, par le législateur, du contenu d'un enseignement constituerait un précédent inacceptable* » si cet amendement était maintenu. La définition des formations au journalisme relève des partenaires sociaux (via la Commission paritaire nationale de l'emploi et de la formation des journalistes) et du ministère de l'enseignement supérieur. (lire la suite page 3)

Déontologie

Craintes infondées

Les opposants actuels à la création d'une instance de médiation et de déontologie de l'information ont émis des objections que le rapport de Marie Sirinelli qualifie de « *craintes de principe* ». Tentons de les rassurer.

Les objections de deux organisations syndicales de journalistes (CGT et FO) portent essentiellement sur le risque « *de créer un nouveau type de pression, inutile et inefficace, sur le travail des journalistes* » et un risque « *en termes d'indépendance de l'information* ». Tous les conseils de presse existant en Europe ont au contraire comme ligne de conduite la préservation de l'indépendance de chaque média et de chaque journaliste, c'est une des raisons pour lesquelles le Conseil de l'Europe, le Parlement européen, l'UNESCO, l'OSCE, l'OIF... la Fédération Européenne des Journalistes (émanation des syndicats), notamment, les soutiennent et font leur promotion.

Quant aux organisations patronales de presse écrite, elles estiment qu'une instance serait susceptible « *d'influencer, de manière indirecte, le travail des journalistes et d'atténuer l'expression du pluralisme* », qu'il « *demeure difficile de distinguer les questions liées à la déontologie de celles concernant la ligne éditoriale* », et qu'un conseil de presse pourrait devenir « *un lieu de transposition des conflits sociaux* ». Certains interlocuteurs de Marie Sirinelli ont pu avancer que les effets de la création d'une instance « *pourrait même se révéler contreproductifs sur la confiance du public* »... Ces affirmations sont évidemment à l'opposé des pratiques de ce type d'instance.

« **La déontologie mérite un lieu de débat spécifique et dépassionné** », ont souligné pour leur part le syndicat CFTC et la Fédération nationale de la presse spécialisée. Aussi l'APCP souhaite-t-elle qu'une vraie « *conférence de consensus* » soit organisée sous l'égide du ministère. Ce serait l'occasion de montrer que ces craintes n'ont pas de raison d'être. Nous attendons avec confiance la réponse à notre demande. ■ Yves AGNÈS

Autorégulation ... (suite de la page 1)

L'audit ministériel induit la nécessité d'une instance de déontologie

Pas de consensus, mais une majorité : « la majorité des acteurs concernés paraissent favorables, ou à tout le moins non opposés, à la création d'une instance, mais aucun consensus ne semble, à l'heure actuelle, se dessiner sur le sujet ».

Les principales oppositions viennent d'organisations patronales de la presse écrite, et des syndicats de journalistes CGT et FO. Dans un cas comme dans l'autre, il s'agit de « craintes de principe », souvent sans rapport, voire contraires aux observations faites à l'étranger.

L'adoption d'un texte de référence national comme préalable à la création d'une instance n'est pas retenu, au regard notamment des réalités étrangères et de la position des syndicats de journalistes favorables.

L'Observatoire de la déontologie de l'information (l'ODI, créé en septembre 2012, a présenté son premier rapport en novembre 2013) est apprécié par la quasi totalité des personnes et organisations auditionnées.

La conclusion de Marie Sirinelli pose d'abord trois conditions pour avancer vers davantage de déontologie dans la production et la diffusion de l'information. Ces trois conditions ont toujours été défendues par l'APCP, elles sont communes à la majorité des conseils de presse.

Indépendance : pas de régulation publique supplémentaire (notre association juge même souhaitable de réduire les prérogatives du Conseil supérieur de l'audiovisuel en matière de déontologie de l'information).

Distinction : un dispositif déontologique structurel serait un « marquage distinctif » pour les journalistes et les médias professionnels, une sorte de label affiché à l'égard du public, dans le foisonnement né d'Internet.

Délimitation : une instance déontologique n'a pas à juger de la ligne éditoriale (pas plus, ajoutons-le, qu'elle ne s'intéresse aux commentaires, seulement aux faits), ni à s'insérer dans le dialogue social.

Enfin, le rapport envisage trois directions possibles.

La mise en place d'un conseil de presse sur la base d'une « initiative publique contraignante¹ ». « Cette piste ne constitue, à l'heure actuelle, ni le choix du consensus ni celui de la facilité ».

La création d'une autorégulation volontaire « et donc nécessairement partielle ». Les exemples étrangers ont montré depuis nombre d'années les difficultés de fonctionnement et les limites de telles instances.

Approfondir les « outils existants », à travers les chartes et médiateurs propres à des médias (à l'efficacité elle aussi limitée), ainsi que l'ODI².

L'APCP, comme le Syndicat national des journalistes³, s'est prononcée logiquement pour la première direction, mais avec une étape intermédiaire : réunir les acteurs pour aller plus loin, sous l'égide de l'Etat, dans la recherche du consensus. ■

1 Le terme « contraignante » est limitatif. Une instance d'autorégulation peut être seulement « encadrée » sans contrainte par l'Etat, comme c'est le cas dans certains pays, en Europe notamment.

2 <http://apcp.unblog.fr/observatoire-de-la-deontologie-de-linformation/apres-la-publication-du-rapport-sirinelli-lodi-appelle-les-professionnels-de-linformation-et-les-associations-citoyennes-a-le-rejoindre/>

3 <http://apcp.unblog.fr> et <http://www.snj.fr/spip.php?article5069>

Le SNJ : « la facilité ne peut être une solution »

Dans un communiqué, le SNJ déclare notamment : « Pour le Syndicat national des journalistes (SNJ), première organisation de la profession, la facilité ne peut être une solution pour l'Etat face à la très grave crise que traverse la presse. Crise économique, mais également crise de confiance dans laquelle l'éthique des médias et la qualité de l'information sont directement pointées du doigt par les citoyens. Seul un geste fort peut être à même de contribuer à inverser cette tendance (...), le gouvernement ne peut se contenter de demi-mesures sur ce sujet. Comme l'affirme le rapport, « la mise en place d'une instance d'autorégulation transversale, assimilable à un conseil de presse, ne pourrait, en l'état du débat, que résulter d'une initiative publique contraignante ». C'est cette initiative qu'attend le SNJ. (...) Toute autre solution (pérennisation de l'existant, journée déontologique annuelle...) ressemblerait à un enterrement de cette question avec l'objectif de permettre à chacun de se donner bonne conscience à peu de frais. » ■

Vie de l'association

L'APCP a renouvelé son conseil d'administration

Réunis en assemblée générale le 10 février 2014, les membres de l'APCP ont élu leur conseil d'administration :

Yves Agnès (ancien journaliste, *Le Monde*)

Rémy Degoul (pour The Dissident, fondateur)

Didier Epelbaum (ancien journaliste, France 2)

Patrick Eveno (professeur d'histoire, Paris I)

Pierre Ganz (ancien journaliste, RFI)

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

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

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

Christine Menzagli (pour Enjeux e Médias, secrétaire générale)

Pierre Montel (pour le Syndicat National des Radios Libres, directeur)

Cyril Petit (pour l'Ecole Supérieure de Journalisme de Lille, secrétaire du CA)

Le Bureau

Président : Yves Agnès

Secrétaire : Christine Menzagli

Trésorier : Kathleen Grosset

Bibliothèque

S'informer à l'heure numérique

Sous la direction de Josiane Jouët et Remy Rieffel, une équipe de sociologues, la plupart appartenant au Centre d'analyse et de recherche interdisciplinaires sur les médias (Carism, Institut français de presse, Université Panthéon-Assas), vient de publier *S'informer à l'heure numérique* : cinq études sur les comportements de divers publics à l'égard de l'information, dans les médias traditionnels et surtout Internet. Les travaux ont été menés, notamment à travers de nombreux entretiens, de 2009 à 2012. Parmi les questions développées : les modes de consommation de l'information selon la situation sociale et au regard de l'engagement militant, la participation en ligne des usagers dans le domaine de l'actualité internationale, ainsi que l'analyse de données sur l'évolution des usages d'Internet jusqu'en 2011. Un travail solide, conçu selon les canons universitaires.

* Presses universitaires de Rennes, 200 pages, 17 €.

Veille déontologique

L'ODI a mis en chantier son deuxième rapport annuel

Patrick Eveno nouveau président de l'Observatoire



Patrick Eveno et Pierre Montel (à gauche).

L'Observatoire de la Déontologie de l'Information (ODI) a réuni le 6 février 2014 son assemblée générale annuelle. Quarante-huit adhésions ont été enregistrées pour sa première année d'existence, dont une quinzaine d'organisations, professionnelles ou non. Le conseil d'administration renouvelé compte onze organisations et quatre personnes physiques.

Un nouveau bureau a été élu. Patrick Eveno, professeur des universités, remplace Didier Epelbaum (ancien journaliste France 2) à la présidence. Vice-présidents : Didier Epelbaum

(APCP), Kathleen Grosset (Fédération Française des Agences de Presse), Christine Menzaghi (Enjeux e Médias). Secrétaire générale : Manola Gardez (Alliance Internationale de Journalistes) ; secrétaire général adjoint : Michel Delberghé (CFDT-Journalistes). Trésorier : Pierre Montel (Syndicat National des Radios Libres).

Le travail de recueil et de traitement des « faits déontologiques » a commencé dès la remise du premier rapport annuel¹ aux Assises de Metz le 5 novembre 2013. Cinq groupes de travail ont été activés pour une réflexion collective à partir des données recueillies : exactitude et véracité de l'information ; conditions de production ; respect des personnes et équité ; relations avec les sources ; initiatives positives. Les divers groupes de travail se préoccupent de l'incidence des « réseaux sociaux » sur la pratique journalistique et l'information diffusée.

L'ODI sera réceptive à toutes les adhésions et informations qui pourront lui parvenir. Contacter le président ou la secrétaire générale². ■

1 <http://apcp.unblog.fr/observatoire-de-la-deontologie-de-linformation/>

2 peveno@wanadoo.fr 06 16 26 81 84 ; manolag@gmail.com 06 82 35 14 03.

Actualité

... (suite de la page 1) Le Parlement, l'égalité hommes-femmes et la formation des journalistes

La portée de la disposition est par ailleurs limitée. D'une part 16% seulement des journalistes qui entrent dans la profession sont diplômés d'une de ces écoles. D'autre part, d'autres professionnels, publicitaires, gens du marketing, de la communication, producteurs, animateurs, etc. sont au moins autant responsables de ce que veut combattre cet amendement. Pourquoi alors ne pas imposer aussi cette formation aux 84% d'autres journalistes, ainsi qu'aux élèves des écoles de commerce, de publicité, de graphisme, de communication, de cinéma, d'animateurs, etc. ?

Au-delà de son inefficacité relative, cette proposition traduit une curieuse conception du métier de journaliste. Comme l'écrit la CFDT dans une lettre aux présidents de groupe du Sénat, elle « *laisse supposer que les journalistes, relais et sources d'informations, sont aussi prescripteurs d'opinion.* » Surtout, au nom de l'objectif légitime de l'égalité entre les sexes, on en vient à estimer qu'il faut apprendre aux journalistes à « bien penser ». Maintenu, l'amendement Tolmont créerait un précédent : pourquoi pas demain un amendement à un texte sur la concurrence insistant sur la formation des journalistes aux lois du marché ? Une loi sur les énergies nouvelles imposant une formation sur le réchauffement climatique ? Une sur la défense exigeant une sensibilisation des journalistes aux intérêts supérieurs de l'Etat ?

Une presse libre ne formate pas, ni son public ni ses rédacteurs. Le combat contre les discriminations dans les médias relève de l'éthique. En cette matière, seule l'autorégulation peut être efficace et respectueuse de la liberté d'expression. Cet amendement devrait être retiré lors d'une prochaine lecture au Sénat de cette loi, a assuré Najat Vallaud-Belkacem, ministre des droits des femmes. Dont acte. ■ Pierre GANZ

Exactitude

Jamais « la première fois »

Il y a des erreurs factuelles faciles à éviter. Ainsi les journalistes qui exercent ou ont exercé en « locale » savent-ils combien il est dangereux d'écrire ou de dire que c'est la première fois (en France, dans le monde) qu'une initiative, une création, un événement... survient (dans sa ville ou sa région). La plupart du temps, il n'en est rien. Mais le souci de « vendre » les informations est fortement ancré dans les esprits, plus que la vérification des faits.

Ce travers est fréquemment observé aussi chez les journalistes de radiotélévision. Un exemple entre mille. Au journal de 9h d'une station de radio, le 13 février 2014, la journaliste précise qu'une skieuse de fond, Mathilde Petitjean, après avoir concouru sous la bannière française, le fait cette fois « *sous les couleurs du Togo, le pays où elle est née. C'est la première fois qu'un pays d'Afrique de l'Ouest participe à une épreuve de ski des Jeux olympiques* ». Las ! Le Sénégal l'a fait déjà cinq fois (1984, 1992, 1994, 2006, 2010) et le Ghana une fois (2010)... Le Togo, lui, n'avait encore jamais participé. Moralité : ne pas se laisser enivrer par « la première fois ».

Liberté d'expression

Un langage « inacceptable »

Le vocabulaire et les expressions du langage font l'objet de polémiques, de la part notamment des défenseurs les plus sourcilleux d'une langue à leurs yeux « politiquement correcte »... Ainsi le philosophe Alain Finkielkraut avait-il employé sur France 2 (« Des paroles et des actes », 6 février 2014) l'expression « *Français de souche* ». Deux membres du conseil national du Parti Socialiste, ont jugé cela « *inacceptable* » et l'ont écrit le 7 février au président du Conseil Supérieur de l'Audiovisuel. Ils précisent dans leur lettre qu'ils ont trouvé « *encore plus choquant qu'aucun des représentants du service public présents* » – notamment Manuel Valls et David Pujadas – n'aient relevé ce « *marqueur de l'extrême droite* ».

Cénacle

Les conseils de presse, parlons-en ! Une table ronde organisée à l'Institut pratique du journalisme

A l'heure où Marie Sirinelli finalisait son rapport sur l'autorégulation de l'information, il était d'actualité de débattre des conseils de presse. Pourtant, une quinzaine de personnes seulement pour cette table ronde organisée le 4 février conjointement par le Laboratoire de communication politique du CNRS et l'Institut Pratique du Journalisme. Mais des intervenants réputés, tels le québécois Marc-François Bernier et le suisse Daniel Cornu.

On sait que Marc-François Bernier, professeur d'éthique journalistique à Ottawa, se montre depuis quelques années réservé sur la pertinence de ces instances. Après avoir dressé un constat assez pessimiste des activités de certains conseils existants (surtout en Amérique du Nord), il a exposé les conditions nécessaires à un bon fonctionnement : légitimité reconnue par la profession ; procédures claires et souples ; tripartisme des membres dûment formés ; mission complémentaire d'observatoire ; mode de nomination impartial ; indépendance face aux bailleurs de fonds ; engagement par contrat à long terme des médias adhérents ; médias collaboratifs à l'enquête sur les plaintes reçues...



Daniel Cornu (à gauche) et
Marc-François Bernier

Ses conclusions peuvent se résumer ainsi : *« L'autorégulation simple est une bonne idée qui ne fonctionne pas car elle engendre trop d'attentes. Il vaut mieux une co-régulation gérée par une instance non limitée à la profession, dotée d'un fonctionnement d'observatoire et de dépistage. »* Alors pourquoi tant de pessimisme ? Les travaux menés par l'APCP comme par les conseils européens réunis dans l'AIPCE, vont tous dans ce sens.

Daniel Cornu, médiateur du groupe Tamedia et ancien vice-président du Conseil suisse de la presse, a pris fort heureusement le contrepied, montrant que le niveau de conscience sur la déontologie est aujourd'hui beaucoup plus élevé dans la profession et que les problématiques sont maintenant débattues. Il a même conclu son propos sur la capacité qu'a eu l'instance déontologique helvète de faire vivre la presse suisse grâce à sa vigilance...

La participation et l'implication citoyennes augmentant de jour en jour, les organisateurs ont imaginé de débattre ensuite de la possibilité d'une régulation « spontanée », réalisée par le public lui-même, en tant que possible alternative à une structure. Personne n'a vraiment défendu cette éventualité. Il a juste été rappelé que le public, en effet, crée de nouvelles capacités en s'invitant dans le débat et revendique d'en poser lui-même les termes. Mais il ne pourra, ni ne souhaite même, se substituer aux professionnels de l'info. Les médias, en revanche, ont été fortement invités à ne pas se fermer ; ils devraient au contraire entrer dans ce dialogue pour y faire notamment la pédagogie des règles déontologiques et de leurs pratiques professionnelles.

Les intervenants et les participants étaient finalement tous d'accord : une fois les conditions nécessaires réunies, une instance de co-régulation tripartite reste bien une des meilleures voies pour faire vivre et respecter la déontologie journalistique. Mais alors, pourquoi avoir intitulé cette table ronde « Mythes et limites des conseils de presse » ? « Nécessité(s) et réalités » auraient si bien fait l'affaire ! ■ **Manola GARDEZ**



On reconnaît notamment de face :
Jean-Marie Charon (CNRS), Basile Ader (avocat),
Philippe Guihéneuf (Les Indignés du PAF),
Josiane Jouët (Paris II).

Internet et réseaux sociaux

Un manuel de vérification des infos numériques...

Le Centre européen du journalisme, basé à Maastricht (Pays-Bas), vient de publier un *Guide pour la vérification des contenus numériques dans l'urgence*. Ce document a été rédigé par une vingtaine de journalistes et de spécialistes travaillant notamment pour des écoles de journalisme. Le volume d'informations à vérifier que charrient les réseaux sociaux à la moindre « alerte info » lui confère son actualité.

L'ouvrage liste des pratiques et des outils numériques utilisables pour trier le vrai du faux. Des analyses de cas montrent l'efficacité de ces démarches. Ainsi, lors des attentats de Boston, dix minutes ont suffi à un journaliste familier des outils disponibles en ligne pour valider une vidéo. Le Guide indique plusieurs logiciels pour analyser images fixes et animées, retrouver quelqu'un, dresser son profil professionnel...

Qualités requises pour ce nécessaire travail : *« ingéniosité, persévérance, scepticisme et compétence »*.

* Le guide :

<http://verificationhandbook.com/>

* Le Centre européen du journalisme :

<http://ejc.net/>

... et un « détecteur de mensonges » en préparation

Cinq universités européennes et quatre entreprises ont uni leurs forces sur un projet sur trois ans, financé par l'Union Européenne, destiné à contrer les rumeurs qui circulent sur les réseaux sociaux.

L'objectif visé par le programme « Pheme » est de concevoir un système automatique de vérification « en temps réel », pour aider pouvoirs publics, médias, entreprises, etc. à répondre plus efficacement aux rumeurs infondées propagées sur la Toile. Analyse du langage, recoupement avec des sources jugées fiables et mode de diffusion de la rumeur sont les composantes de ce « détecteur de mensonges ». Une première version devrait être mise au point en dix-huit mois. Certains sites ou moteurs de recherche sont déjà utilisés contre les fausses informations qui circulent via Internet (lire ci-dessus).

* <http://pheme.eu/>

Conflits d'intérêts

Militantisme de l'information, militantisme de conviction

Faut-il que les journalistes s'organisent autour des combats auxquels ils croient ?

Les associations de journalistes ont participé, depuis la fin du XIX^e siècle, au rassemblement de cette profession hétéroclite. Depuis la seconde guerre mondiale, elles ont continué d'être le vivier de solidarités actives et un espace diversifié de réflexions et d'actions liées au métier.

Elles sont de deux ordres : géographiques avec notamment les clubs de la presse dans les régions et surtout spécialisées dans tous les domaines de la vie sociale qu'ont à traiter les journalistes. Politique, économie, social, religions, environnement, sport, défense, médias... peu de secteurs y échappent. Ce sont des lieux ouverts, où toutes les opinions se côtoient et s'enrichissent en règle générale. Si certaines d'entre elles sont seulement des clubs agréables, d'autres ont en commun un militantisme en faveur d'une information de qualité.

Une nouvelle forme d'association a été observée en 1981 avec la création de l'Association des femmes journalistes. Il ne s'agit plus de réunir des journalistes de la presse féminine ou chargés de traiter des questions concernant les femmes dans les services « société » des médias, mais de se réunir pour « défendre et promouvoir la place et l'image des femmes dans les médias »¹. L'intérêt de cet objectif n'est pas la question, mais pourquoi seulement des femmes et seulement des journalistes ?

Cette conception militante du journalisme semble avoir fait récemment des émules. A la suite de la publication d'une tribune dans *Libération* du 16 mai 2013, une Association des journalistes lesbiennes, gays, bi, trans (AJL)² s'est constituée. Elle vient de faire parler d'elle à l'occasion de la dernière « Manif pour tous » du 2 février 2014, en diffusant des « recommandations » pour traiter l'événement ; elle a fait de même à propos des Jeux olympiques de Sotchi. Cette association « a pour but de contribuer à l'amélioration du traitement par les médias des questions LGBT ». Même question : l'amélioration du traitement de ces questions ne concerne-t-elle pas l'ensemble des journalistes, comme tous les acteurs sociaux ?

A travers ces initiatives favorisées par la confusion et le malaise qui règnent dans la profession, se profile une nouvelle pratique journalistique, qui ne serait plus réservée aux médias d'opinion, mais pourrait imprégner tous les médias quels qu'ils soient. N'importe quel journaliste apprend vite que ce métier est éminemment subjectif. Si l'on veut le pratiquer avec honnêteté et équité à l'égard des divers publics auxquels on s'adresse, il faut sans cesse brider cette subjectivité, prendre du recul et même s'efforcer de « penser contre soi-même ».

A l'inverse, militer ostensiblement dans une organisation en faveur d'une cause, c'est être juge et partie, se placer soi-même en situation de conflit d'intérêts. Car le public va être fatalement soupçonneux à votre égard, les dénégations de « conscience professionnelle » ne pourront le convaincre. Les organisateurs de la « Manif pour tous » ont immédiatement réagi : « *Nous remercions tous les journalistes qui font honnêtement leur travail et ne cèdent pas au militantisme* ».

On peut imaginer les tensions et la réprobation qui pourraient s'établir si les journalistes s'organisaient désormais par groupes, pour la défense de leurs convictions... Est-il vraiment nécessaire d'accroître encore le fossé entre les publics et cette profession ? Journalisme et militantisme, le cocktail peut être périlleux. ■ Y. A.

1 www.femmes-journalistes.asso.fr/

2 <http://ajlgbt.info>

Rapport parlementaire

Des pistes pour améliorer l'information scientifique

Le compte rendu de l'actualité scientifique fait l'objet de critiques récurrentes. Un rapport de l'Office parlementaire des choix scientifiques et technologiques rendu public en janvier 2014 dénonce « *la frilosité et la tentation du sensationnalisme* » des médias. Il déplore notamment que « *la presse favorise les études initiales et n'informe pratiquement jamais le grand public lorsqu'elles sont réfutées ou sévèrement atténuées* ».

Le rapport cite un prix Nobel pour qui « *certaines journalistes ne [peuvent] informer objectivement le grand public du fait de leur a priori qu'il a qualifié de « quasi-religieux* ». Pour améliorer le traitement des questions scientifiques, les rapporteurs proposent « *qu'un module de méthodologie des sciences et d'histoire des sciences et techniques soit intégré aux tronc communs des formations de journalisme* ».

Sur le même thème, des scientifiques demandent la création en France d'un « Science Media Center », comme il en existe dans certains pays anglo-saxons, rapporte l'Association des journalistes scientifiques de la presse d'information (AJSPI). A titre d'exemple, le Centre canadien science et médias se présente comme une fondation qui aide les journalistes « *à trouver les experts et les renseignements dont ils ont besoin lorsque la science fait les manchettes* ». Il est financé par des dons d'entreprises, d'universités, de musées et de quelques particuliers.

L'AJSPI et l'Institut des sciences de la communication du CNRS ont signé en 2013 un partenariat pour renforcer la réflexion sur la médiatisation des sciences, en particulier des controverses scientifiques.

http://www.senat.fr/fileadmin/Fichiers/Images/opicst/auditions_publicques/Tome_1_rapport_CSTI_provisoire.pdf

<http://www.sciencemediacentre.ca/smc/>

<http://www.ajspi.com/activites/invitations/faut-il-un-science-media-center-en-france>

Pratiques professionnelles

« Selfisme » ou journalisme Se mettre en scène, une forme de marketing

La crise de la presse pourra-t-elle favoriser en France l'émergence de processus déontologiques que la profession a contourné pendant plus d'un siècle ? On le souhaite vivement. Elle fait cependant avec la même ardeur vaciller les frontières entre journalisme, autopromotion et tourisme culturel, qui sont un des repères déontologiques.

La même semaine, *Libération* se voyait acculé par ses actionnaires à se transformer en Libeland, projet rejeté par la rédaction comme menaçant l'essence même de la position du journalisme, alors qu'au *Monde*, la rédaction soutenait Thomas Wieder qui s'était adonné à une récréation « selfiste » sur son compte Twitter, malgré le caractère professionnel de ce dernier.



Thomas Wieder
@ThomasWieder
Selfie dans le bureau Ovale... #PRUSA

Thomas Wieder, autoportrait dans le « bureau ovale ».

Il avait pris la visite dans le bureau ovale de la Maison Blanche pour une promenade touristique et semblait fier de se montrer à ses « followers » au pupitre du porte-parole d'Obama.

Les réactions des internautes et des confrères d'autres journaux ont été dans l'ensemble très négatives. L'irruption de comportements « potaches » de la part d'un journaliste politique a choqué. L'identité du journal en était aux yeux

de ses lecteurs menacée. Cela fait pourtant vingt ans que, par petits à-coups, cette identité est malmenée ou transgressée, sous la pression financière. On n'a pas oublié les « Une » du journal sur *Le Loft*... Un nouveau tabou a-t-il été franchi ? Le marché adore la transgression, et si le public traditionnel du *Monde* a grincé des dents, le selfie a réussi son buzz bien au-delà de ce cercle.

Les chartes déontologiques des journalistes mettent l'accent sur leur responsabilité et leur imputabilité, sur la qualité de l'information qui justifie la qualité de journaliste, et notamment sur la séparation claire entre communication et journalisme. Le directeur délégué des rédactions et les *community managers* du *Monde* ont reconnu que le journaliste aurait dû éviter l'envoi de ces photos. Mais point de sanction en vue. La rédaction le soutient contre le « bashing » que son geste a suscité et lui pardonne sa « légèreté » selon le terme qu'il a lui-même employé. C'est que le statut des propos tenus sur les comptes des réseaux sociaux des journalistes est loin d'être clair : ou plutôt clairement à mi-chemin entre communication et journalisme. Pour occuper le terrain des réseaux sociaux, les journalistes ont tendance à personnaliser l'information.

Le dérapage est alors imminent, le mélange des genres recherché. C'est lui qui crée un sentiment de proximité avec l'internaute utile au marketing, ce que confirment les *community managers* lorsqu'ils déclarent : « Pour y voir une insulte au journalisme, il faut être persuadé que les journalistes sont des robots ou des héros de série ».

Il ne faut sans doute pas en rester là. Si ce selfie a été possible, c'est que cela fait bien longtemps en France que des journalistes de télévision se sont auto-starisés, adoptant des postures de surplomb par rapport aux politiques, ou se cadrant au centre de la scène dans des reportages. Si le journaliste, notre intermédiaire auprès du politique, n'hésite plus à poser, décontracté, comme au milieu d'une bande de copains, devant Hollande et Obama, c'est qu'il répond aussi à une demande commerciale, la contrainte de l'audience étant encore plus vive sur le web. Mais le public, le public citoyen, celui qui considère le journaliste comme un des acteurs essentiels de l'espace public démocratique, se sent troublé. Et sur le web, le trouble peut déclencher des vagues. ■ Sophie JEHEL

Critique des médias

Le JT de 20 h de France 2 « avant tout un divertissement », selon Acrimed

Acrimed, association d'observation et de critique des médias, a publié sur son site le 10 février un article de Blaise Magnin sur le journal télévisé du soir de France 2. L'étude est faite à partir d'un minutage et d'un classement des 282 sujets diffusés entre le 8 et 22 janvier 2014.

Les résultats observés sont les suivants. Faits divers et sport : 26% des sujets. Economie et social : 18,5%. Faits de société : 17%. Politique : 14,5%. International : 11%. Magazine : 9%. Culture : 4%. Ainsi, la politique et l'actualité internationale n'occupent-elles que le quart des sujets, et moins en temps d'antenne. Encore faut-il noter que les affaires « Dieudonné » et « Hollande-Gayet-Trierweiler » ont largement nourri la rubrique politique pendant la quinzaine.

Pour le sociologue militant d'Acrimed, « Le JT de la principale chaîne de service public apparaît ainsi avant tout comme un divertissement audiovisuel. (...) L'accessoire, l'anecdotique, l'émouvant, le sensationnel ou le pittoresque alterne au fil du journal avec ce qui devrait constituer l'essentiel de l'information et finit par l'étouffer. »

* <http://www.acrimed.org/article4265.html>

Actualité

Journalistes locaux et candidats aux élections

Télérama a soulevé le lièvre : comment peut-on être directeur du pôle Sud-Ouest de France 3 et aussi conseiller municipal et candidat aux prochaines élections, en l'occurrence sur la liste du maire sortant de Moissac (Tarn-et-Garonne) ? Ne peut-il y avoir soupçon de conflit d'intérêts ? L'intéressé plaide qu'il ne s'occupe guère des rédactions et se garde bien d'intervenir sur ce secteur...

La direction de France Télévisions relève que plusieurs dizaines de salariés de France 3 sont dans ce cas. A Moissac, des élus de l'actuel conseil ont monté une liste dissidente, soutenue par le PRG de Jean-Michel Baylet, patron du quotidien régional *La Dépêche du Midi*...

* <http://www.telerama.fr/medias/moissac-de-noeuds-a-france-3-midi-pyrenees,108428.php>

Égypte

Des journalistes et éditeurs se prononcent pour une autorégulation de la presse



La presse égyptienne sur la sellette

Les journalistes égyptiens et leurs confrères étrangers en poste au Caire vivent des heures difficiles*. Et de grandes voix de la presse égyptienne s'interrogent sur ce qui s'est passé depuis la chute d'Hosni Moubarak.

Le projet de constitution du président Morsi - qui laissait craindre le retour de la censure au nom de valeurs religieuses - et les poursuites contre des humoristes et des

médias ont conduit plusieurs organes de presse, publics et privés, à jouer un rôle important dans le renversement du gouvernement des Frères Musulmans en juin 2013. Au-delà de la liberté d'expression, note Aidan Whilte d'*Ethical Journalism Network*, ces journalistes et rédacteurs en chef considéraient le programme du président Morsi « *comme une menace sur les idéaux de la révolution de 2011* ».

Lors d'une réunion fin janvier 2014 au Caire, une trentaine de ces journalistes et éditeurs, parmi les plus influents, ont fait le constat amer que ce soutien au coup d'Etat avait conduit les journaux à devenir acteurs du jeu politique. Ils ont lucidement reconnu que les médias acceptent le consensus anti Frères Musulmans qui domine le débat politique. Mais cela les conduit, au nom de « *la défense de l'intérêt national* » à « *faire de la propagande et à manipuler la vérité* ».

Ils ont donc soutenu la création récente d'une Association égyptienne des journalistes, qui veut œuvrer à un « *retour aux sources de l'éthique, au pluralisme et à un journalisme professionnel* ». Cette association a décidé d'organiser une série de débats sur l'éthique du journalisme indépendant et d'agir pour améliorer la transparence et la bonne gouvernance des médias. Elle annonce enfin une campagne pour la création d'un système d'autorégulation véritablement indépendant pour les médias égyptiens. ■ P.G.

* Vingt personnes employées par la chaîne qatari Al Jazeera, dont quatre ressortissants étrangers, devaient être prochainement jugées pour diffusion de fausses nouvelles en soutien aux Frères Musulmans, déclarés organisation terroriste.

Tunisie

A la recherche d'une instance de déontologie des médias

La Tunisie s'est dotée fin janvier 2014 d'une nouvelle constitution. Son article 31 garantit « *les libertés d'opinion, de pensée, d'expression, d'information et de publication* ». C'est maintenant la régulation des médias qui fait débat. A la mi-janvier, le Syndicat national des journalistes tunisiens a frappé fort, avec un rapport sur la déontologie dans la presse écrite : 340 pages analysant un par un le contenu des hebdomadaires et quotidiens entre le 1er janvier et le 30 septembre 2013. Il relève de nombreux cas de publication de rumeurs, de canulars et de publiereportages, mais aussi de plagiat, de manipulation de témoins ou de sensationnalisme. La Fédération des directeurs de journaux tunisiens a considéré que ce travail était unilatéral, instrumentalisé et « *de mauvaise foi* ».

La création d'une instance indépendante de régulation déontologique agite beaucoup les médias. Au cours d'un séminaire tenu à Tunis le 12 février, deux conceptions se sont opposées. La première en faveur de la création d'un conseil de presse « *actif et non pas de pure forme* » ; la seconde mettant l'accent sur l'urgence d'améliorer la condition sociale des journalistes « *vulnérables et cibles de chantage et d'instrumentalisation* ». Le débat sera peut-être tranché après les élections prévues pour cette année. ■ P.G.

Contacts

Yves Agnès, président, yves.agnes@noos.fr, 06 98 81 84 35

Christine Menzaghi, secrétaire, cmenzaghi@laligue.org, 06 84 01 55 28

Kathleen Grosset, trésorier, kgrosset@gmail.com, 06 12 73 12 30

Ici et là

Informations rassemblées par Pierre Ganz, pierre.ganz@wanadoo.fr
D'autres infos sur <http://apcp.unblog.fr/ici-et-la/>

Australie

Renforcement timide du conseil de presse

Le Conseil de presse australien a profité du débat sur l'autorégulation des médias pour renforcer ses moyens. La contribution financière de chaque journal adhérent est doublée ; un préavis de quatre ans est instauré pour un journal qui voudrait quitter l'instance, délai pendant lequel ses cotisations continueront à être dues; enfin, les éditeurs s'engagent à publier en bonne place dans leurs colonnes les avis du conseil. Mais les pouvoirs publics ont échoué, sous la pression du groupe Murdoch, à créer une nouvelle instance, cette fois pour l'ensemble des médias. Une occasion manquée pour Eric Beecher, éditorialiste en vue de la presse alternative : « *Si les médias ne mettent pas de l'ordre dans leur maison, gouvernements et tribunaux, sous la pression de consommateurs déçus par les journalistes, le feront pour eux* ».

<http://www.polecom.org/index.php/polecom/article/view/15/152>

Canada

Oui à la caméra cachée pour démontrer un abus

Le médiateur de la télévision publique anglophone canadienne CBC justifie l'utilisation de caméra cachée pour tester un service ou une industrie simplement soupçonnée d'abus. Il avait été saisi après un reportage sur les paradis fiscaux, où un conseiller fiscal filmé à son insu s'épanchait sur les voies et moyens d'échapper à l'impôt. Pour le plaignant, l'usage de caméra cachée était contraire au code d'éthique de CBC et qu'il y avait « *atteinte à la réputation d'un particulier* ». Le médiateur a validé l'utilisation de la caméra cachée, avec trois critères : le sujet avait un intérêt public, l'enregistrement clandestin n'était pas juste un effet de style mais au centre du reportage, il n'y avait aucun autre moyen d'obtenir l'information.

<http://www.ombudsman.cbc.radio-Canada.ca/en/complaint-reviews/2014/hidden-camera-ethics/>