

Société

Conseil de presse : l'omerta médiatique L'absence d'informations sur la déontologie de l'information empêche un véritable débat public



Un responsable politique, acquis à l'intérêt de créer en France une instance indépendante de déontologie de l'information, déplorait voici deux ans déjà l'absence d'un mouvement d'opinion net en sa faveur, qui puisse convaincre les professionnels et le gouvernement d'unir leurs forces pour y

parvenir. La principale cause est qu'il existe une quasi omerta médiatique sur le sujet, y compris lorsque l'actualité y pousse. Le concept même est donc quasi inconnu de la plupart de nos concitoyens, ainsi que l'existence dans le monde et en Europe de telles instances. Pourquoi les médias français – écrits, audiovisuels, en ligne – sont-ils si discrets ? Plusieurs raisons y concourent, pas très convaincantes.

La première raison est que les journalistes et leurs dirigeants n'aiment pas la critique. Contrairement à de nombreux pays, où le respect dû au public et la responsabilité à son égard est consubstantiel de la liberté de l'information, la tradition en France – le journalisme y est issu de la politique et de la littérature – met le journaliste sur un piédestal. (*lire la suite page 2*)

Royaume-Uni

La chroniqueuse et les « cafards » L'instance d'éthique des éditeurs britanniques refuse de se pencher sur le cas d'une journaliste très virulente contre les migrants de Méditerranée



Katie Hopkins (compte Twitter).

Quelques jours après la mort de centaines de migrants dans les eaux de la Méditerranée, la chroniqueuse Katie Hopkins avait écrit dans *The Sun* un virulent appel au rejet de ces migrants.

Sous le titre « *Des canots de sauvetages ? J'utiliserais plutôt des hélicoptères de combat pour arrêter les migrants* », elle comparait les foules fuyant les guerres de

Syrie et d'Afrique vers l'Europe à des cafards. La polémiste se refusait à toute compassion devant les images de cadavres : « *Montrez-moi des images de cercueils, montrez-moi les corps flottant dans l'eau, jouez du violon et montrez-moi des gens maigres et tristes. Je m'en fiche !* » écrivait-elle en comparant la présence de migrants en Grande-Bretagne à « *un fléau d'humains sauvages* ».

Le tollé a été international, jusqu'à une déclaration du Haut commissaire aux droits de l'homme des Nations Unies, soulignant que le mot cafard avait été utilisé par les nazis et les génocidaires rwandais. Zeid Ra'ad Al Hussein a invité « *le gouvernement britannique, les médias et les organismes de régulation à respecter les lois nationales et internationales sur la lutte contre l'incitation à la haine* ». Une pétition en ligne demandant qu'on retire à Katie Hopkins sa chronique hebdomadaire a recueilli 300 000 signatures. (*lire la suite page 6*)

Réseaux

Le conditionnel serait l'ennemi du buzz

La jeune génération ne boude pas l'actualité, seulement les médias traditionnels. Une enquête publiée aux Etats-Unis* montre que moins d'un jeune sur cinq achète un journal en ligne ou imprimé ; et que 88 % des 18/34 ans affirment s'informer sur Facebook. Le plus souvent par un article proposé par l'algorithme de la plateforme, mais aussi par un « ami » qui « partage » une info qui le frappe, l'amuse ou l'indigne.

Mais qui aura envie d'adresser aux membres de son réseau social une info qui n'apparaît pas sûre, qui donc ne peut susciter l'indignation, la sympathie, la dérision ? Bref, qui s'adresse à l'intelligence plus qu'aux émotions et qui oblige à prendre du temps pour se faire une opinion. Du coup, les titres des articles en ligne bannissent le conditionnel.

Ce qui est une hypothèse ou de source fragile dans l'article devient affirmation dans le titre. Récemment, une dépêche AFP annonce: « *Corée du Nord : exécution du ministre de la Défense (agence Yonhap)* ». La dépêche reprend une source sud-coréenne qui affirme que l'exécution a eu lieu au canon antiaérien. Dans le corps de la dépêche, des avis d'experts dubitatifs, y compris sur l'exécution elle-même.

Pourtant, l'information va circuler à l'indicatif dans sa version la plus spectaculaire. Plusieurs médias se retrouvent pour titrer « le ministre exécuté au canon antiaérien », alors que les articles utilisent le conditionnel (l'in vraisemblance de la chose, même en Corée du Nord, interroge). Car combien d'utilisateurs de Facebook ou de Twitter auront lu plus que le titre des articles repris par ces réseaux ? Seul le site d'une radio périphérique a utilisé le conditionnel dès le titre :

« un ministre nord coréen **aurait** été exécuté au canon antiaérien ». Vraie ou fausse, l'information au conditionnel n'en aurait sans doute pas moins fait le buzz... ■ P. G.

* voir <http://www.parismatch.com/Culture/Medias/Les-jeunes-suivent-l-actualite-sur-Facebook-727650> et <http://www.americanpressinstitute.org/publications/reports/survey-research/millennials-news/>

Société

... (suite de la page 1) Conseil de presse : l'omerta médiatique

D'autant qu'a longtemps prévalu l'idée qu'il ne pouvait être jugé que par ses pairs, comme en atteste par exemple la Déclaration des devoirs professionnels du Syndicat national des journalistes, dans sa version de 1938, comme dans celle de 2011¹. Trop de journalistes se considèrent encore comme « intouchables ». Un reproche qui leur est fréquemment adressé par des lecteurs, auditeurs ou téléspectateurs dans les débats publics. Pour certains, observer collectivement les manquements à la déontologie, prôner une instance dédiée à ce travail, est attentatoire à leur « liberté ». C'est le cas notamment parmi des journalistes et médias influents et classés idéologiquement à gauche.



L'absence d'une large information sur la déontologie du journalisme tient aussi au fait que la plupart des rubriques de journaux et émissions de radiotélévision sont consacrées à l'actualité des médias orientées seulement désormais sur l'économie, la technologie et les « people ». Leur champ était plus large lorsqu'elles ont vu le jour au début des années 1980. Il semblerait qu'aujourd'hui les journalistes ne s'intéressent plus guère au rôle capital joué par les médias d'information dans la société du XXI^{ème} siècle. A l'heure d'Internet. Pourtant, on le sait, le public est très demandeur de ces informations, les enquêtes confirment les observations que chacun peut faire.

On nous a parfois fait valoir dans des rédactions qu'il « fallait un événement » pour que les médias puissent parler de la qualité de l'information et des moyens pour l'assurer. Si l'événement est bien, comme tous les journalistes le savent, un fait nouveau, d'intérêt public et significatif dans la société, alors il n'en manque pas. Certes, aucun scandale médiatique de l'ampleur de l'affaire d'Outreau (2000-2005) n'est venu heureusement, depuis dix ans, éclabousser les professionnels de l'information. Mais les manquements à l'éthique professionnelle sont permanents, et il ne manque pas d'occasion de s'interroger et de rendre compte : nombreuses manifestations publiques, locales ou à portée nationale² ; remise au gouvernement en février 2014 du rapport de Marie Sirinelli sur la question ; actualité de l'Union européenne (Commission, Parlement) ; événements dramatiques de janvier 2015 qui ont mis en lumière la pertinence et l'urgence d'une telle idée... les événements sont là. Mais l'intérêt des journalistes, souvent guidés par des préjugés, l'est-il ? Ainsi le responsable de la rubrique « médias » d'un quotidien national nous disait-il voici quelques années que, oui, un conseil de presse était une bonne idée, mais que « cela ne se ferait jamais ». Quand la boule de cristal tient lieu de professionnalisme...

Il faut évidemment compter aussi avec l'hostilité, incompréhensible à nos yeux puisque strictement française, de nombre de dirigeants de médias, particulièrement dans certaines organisations patronales de presse écrite. Leur opposition de principe est telle que deux syndicats de quotidiens ont pu mener parmi leurs mandants une opération de désinformation de belle facture (voir *Le Bulletin de l'APCP* nos 46 et 47). Des consignes sont-elles données dans les rédactions d'occulter ce dossier ? Il est légitime de poser la question.

Le résultat est un silence qui ne bénéficie ni aux citoyens, ni aux professionnels, journalistes et éditeurs de tous médias. Les premiers n'ont pas droit à des informations qui les concernent directement. Les seconds ne peuvent engranger les bénéfices qu'ils tireraient de la création d'une instance indépendante de déontologie de l'information. Et le débat public sur le rôle de l'information dans la société en pâtit. ■ Yves AGNÈS

¹ En contradiction, notons-le, avec l'engagement du SNJ depuis octobre 2012 en faveur d'une instance nationale de déontologie comprenant des représentants du public.

² Les Assises du journalisme sont de celles-là ; l'APCP a elle-même organisé des colloques en 2009 et 2013, mais aussi bien d'autres organisations le font.

Comités de suivi et CSA

Le SNJ nous écrit

A la suite de notre dernier *Bulletin* (n° 47), plus précisément de deux articles (« Des comités de suivi dans de grands médias nationaux » et « La supériorité d'un conseil de presse sur le CSA »), le Syndicat national des journalistes nous a écrit, par la voix de son porte-parole Dominique Pradalié.

Voici des extraits de ce courrier.

1. « Une commission de suivi déontologique, se réunissant deux fois l'an, existe à France 2 depuis 2000, date où l'intégralité des organisations syndicales de France 2 avait négocié longuement et signé un corpus de principes professionnels autour de la Charte de 1918 du SNJ. Elle produit des recommandations, parfois suivies de notes de service ».

2. Nous avons écrit : « Pourquoi les chaînes acceptent-elles la tutelle du CSA en matière de déontologie ? Elles n'ont pas le choix, en l'état actuel des choses la législation les y oblige ». « Le SNJ s'inscrit totalement en faux contre cette double affirmation. Rien dans la loi ne parle de déontologie. Les chaînes pourraient/devraient se pourvoir en recours contre ces décisions iniques devant le Conseil d'Etat. Elles ne le font pas, malheureusement, en dépit de toutes les questions et suggestions du SNJ, car leurs dirigeants ne veulent pas se fâcher avec une instance qui les nomme et/ou les contrôle. »

[Sur le premier point : la commission de France 2 syndicats-direction ne se superpose pas au travail du comité de suivi de la Charte des antennes, commune à toutes les chaînes du groupe France Télévisions. Ce dernier est un groupe consultatif, chargé surtout d'actualiser la Charte en fonction des questions que pose l'actualité.

Sur le second : si la loi n'a pas inscrit le mot « déontologie » (laquelle est du seul ressort de la profession), elle a installé le CSA dans le rôle de gardien de « l'honnêteté de l'information », qui recouvre de facto des règles définies par les codes déontologiques, et pas seulement le respect de la législation. Nous avons déjà écrit qu'il était anormal qu'une instance qui régule les médias sur le plan économique – et les nomme, à nouveau – s'occupe en même temps des contenus informatifs. Mais la profession a jusqu'ici refusé de s'engager dans la voie d'un système d'autorégulation commun à tous les médias. Et soutenue par le SNJ.Y.A.]

Document

Objectivité de l'information, honnêteté du journaliste

L'ODI propose une réflexion sur l'emploi de ces termes

Un petit groupe composé de sept membres de l'Observatoire de la déontologie de l'information (ODI), a réfléchi à l'emploi de ces deux termes (objectivité, honnêteté), souvent opposés lorsqu'on parle de la pratique journalistique. Le document ci-dessous résume les points de convergence. Le groupe s'est référé notamment à la mission et à la déontologie du journaliste telles que définies dans un texte de l'UNESCO du 21 novembre 1983.

OBJECTIVITÉ DE L'INFORMATION



Extrait du film *Les Nouveaux chiens de garde*, de Gilles Balbastre, Yannick Kergoat et Serge Halimi.

Le public reproche souvent aux journalistes leur manque d'objectivité. Bien des journalistes répondent que l'objectivité n'existe pas et qu'en tout état de cause, elle ne relève pas de la nature et des conditions d'exercice de leur travail. Comment y voir plus clair ?

Peut-être en écartant d'abord les définitions philosophiques ou scientifiques du mot pour s'en tenir à son acception courante : est objec-

tif ce qui est exempt de partialité et de préjugés. Mais nous savons que l'observation d'un événement et sa relation ne peuvent être réalisées indépendamment de la personnalité, de la culture, des convictions et des préoccupations des journalistes qui en sont, individuellement ou collectivement, les auteurs.

D'une part, le travail du journaliste suppose une série de choix qui éloigne de la narration objective : en particulier, sélection des faits, choix d'un angle, choix des mots, choix des illustrations, hiérarchisation des événements entre eux. D'autre part, le journaliste n'est pas toujours conscient de tous les filtres à travers lesquels il voit la réalité. Certes, il exerce le plus souvent son métier à l'intérieur d'un média qui a, implicitement ou explicitement, une ligne éditoriale ; son regard est confronté à celui d'autres journalistes avec lesquels il travaille au sein d'une rédaction. Ces éléments peuvent limiter ou corriger sa subjectivité et favoriser une approche plus équilibrée des réalités décrites.

Il n'en demeure pas moins que l'objectivité totale paraît hors d'atteinte ; même les scientifiques l'admettent dans leur domaine. Faut-il pour autant la considérer comme une chimère et remplacer le mot par un autre : l'honnêteté ou l'impartialité par exemple ? Nous plaidons plutôt pour garder le mot objectivité dans son acception courante et d'en faire un horizon à atteindre.

Comment un journaliste peut-il tendre vers l'objectivité ? La réponse ne relève pas d'un comportement moral mais de la mise en œuvre d'une méthodologie professionnelle de construction de l'information. Pour fournir au public une information complète, précise, et la plus exacte possible, le journaliste doit se donner ou se faire donner les moyens de connaître tous les aspects d'un événement, de les situer dans leur contexte, de vérifier et de recouper les sources, de présenter de façon équilibrée et impartiale les points de vue des acteurs en présence, et savoir, quand il le faut, penser contre lui-même.

Pour mener à bien les différents aspects de sa tâche, le journaliste a besoin de temps et d'indépendance. Sans que ce constat puisse servir d'excuse ou d'alibi, il est vrai qu'aujourd'hui les contraintes économiques des médias, leur concurrence acharnée, la pression des pouvoirs et les impatiences du public rendent ces biens – le temps et l'indépendance – de plus en plus rares.

La mise en œuvre d'une méthodologie rigoureuse pour tendre vers l'objectivité s'insère dans le cadre plus large de l'exigence déontologique : le journaliste utilise la liberté d'expression pour satisfaire le droit du citoyen à l'information. (*lire la suite page 4*)

Flashes

Une charte « LGBT » pour les médias

Un certain nombre de médias – parmi lesquels *Le Monde*, *Libération*, *L'Equipe*, *Les Inrockuptibles*, *Alternatives économiques*, *Mediapart*, *Slate*, et des journaux et sites spécialisés – sont parmi les premiers signataires d'une charte des « médias contre l'homophobie », proposée par l'Association des journalistes LGBT (lesbiennes, gay, bi, trans). Celle-ci s'inquiète d'une recrudescence « d'actes homophobes commis contre celles et ceux qui interrogent les représentations de genre et n'inscrivent pas leur orientation sexuelle dans la tradition hétérosexuelle ».

* ajlgbt.info

Le CSA rejette les recours de chaînes sanctionnées

Comme il fallait s'y attendre, le Conseil supérieur de l'audiovisuel a rejeté les recours gracieux de quinze chaînes de radiotélévision, sanctionnées pour certains points de leur couverture des événements dramatiques de début janvier à Paris et en région parisienne. Dans une lettre ouverte, ces médias avaient contesté collectivement les décisions du CSA et jugé que celles-ci jetaient « le discrédit sur le travail des rédactions » (voir *Le Bulletin de l'APCP* n° 45, mars 2015).

Une étude sur les « unes » des newsmagazines

« Les décodeurs » ont soufflé leur première bougie en mars 2015. Cette rubrique de « factchecking » du monde.fr est devenue un des rendez-vous du genre. Les journalistes-décodeurs ne se contentent pas de la chasse aux contre-vérités, politiques ou autres. Ils ont mis récemment en ligne une intéressante étude sur un an de « une » des cinq newsmagazines français. Les 273 « couv' » ont été répertoriées en 14 catégories. Avec un regard particulier sur « Culture, loisirs, santé, marronniers », 20 % à elle seule. Ils constatent notamment moins de « marronniers » (ces sujets qui reviennent à époque fixe chaque année) et une bonne place pour l'histoire, la psychologie et la morale.

* http://www.lemonde.fr/les-decodeurs/article/2015/05/11/a-la-une-des-hebdomadaires-moins-de-francs-macons-plus-de-psycho-et-de-valeurs_4630981_4355770.html

Document ... (suite de la page 3)**Objectivité de l'information, honnêteté du journaliste**

Dessin de Ben (Benjamin Vautier).

Les informations qu'il publie doivent l'être dans un esprit d'équité et de responsabilité, en respectant les devoirs définis par les chartes professionnelles. Cette exigence implique aussi que le journaliste évite de surfer sur les préjugés et les clichés à la mode, de préférer le brillant de la forme à la solidité de l'information, ou encore de mélanger son point de vue avec la présentation des faits, de mettre en avant sa personne plutôt que l'événement. C'est à ce prix que la recherche de l'objectivité doit permettre de s'approcher au plus près d'une restitution fidèle de la réalité et, au-delà, d'exprimer la vérité.

HONNÊTÉTÉ DU JOURNALISTE

L'honnêteté, au sens où les journalistes emploient ce terme plutôt que celui d'objectivité, paraît désigner un comportement moral où se mêlent indistinctement la probité et l'intégrité, la droiture, la loyauté, le sens du devoir, le respect des règles de conduite. Ne pouvant prétendre faire preuve d'objectivité, les journalistes, en quelque sorte, « se rabattent » sur un concept qui, en fait, ne peut pas lui être opposé, qui est différent.

On pourrait peut-être définir le « journaliste honnête » comme celui « qui fait preuve de rigueur et de respect des règles de bonne conduite dans l'exercice de son métier »... Respecter les règles, c'est aussi rechercher la vérité, s'efforcer à l'équité, à l'impartialité, etc. Ce qui renvoie bien évidemment à l'existence de règles reconnues et s'imposant à tous au moins en principe, ce qui n'est pas le cas en France. Au reste, n'est-ce pas exactement la même chose que dans la société ? L'honnête homme est celui qui respecte les règles de respect des autres, de bienséance, de probité intellectuelle, etc. Un homme honnête est celui qui ne triche pas, ne s'approprie pas le bien d'autrui.

La notion d'« honnêteté de l'information » ne peut toutefois pas être évacuée, parce qu'elle serait trop vague ou trop morale. Bien au contraire. Depuis le 17 janvier 1989, elle s'impose à tous. Le Conseil constitutionnel a en effet lié dans une décision « l'honnêteté et le pluralisme de l'information » (article 28 nouveau de la loi du 30 septembre 1986). Il indique que les exigences relatives « au respect de l'honnêteté et du pluralisme de l'information ont un caractère impératif ». Il a réitéré à l'identique dans une autre décision (21 janvier 1994), peut-être d'autres. Il le dit pour l'audiovisuel, concerné par la loi de 1986, mais on peut légitimement affirmer qu'un impératif constitutionnel est valable pour tous les médias.

Le problème est que « l'honnêteté de l'information » n'a pas été définie par le législateur. Est-ce d'ailleurs à lui de le faire ? Si un code composé des règles de bonne conduite avait été accepté par tous (éditeurs de média, agences, journalistes), la question aurait été réglée. Elle pourrait l'être à l'avenir. Devant ce vide, le Conseil supérieur de l'audiovisuel (chargé d'assurer le respect de l'honnêteté de l'information sur les chaînes de radiotélévision) a défini des critères concrets, insérés dans les conventions et cahiers des charges à partir de 1997, puis dans un ensemble de principes, définissant aussi lui-même la notion de « maîtrise de l'antenne ». De son côté, devant le même vide, France Télévisions (seule entreprise de l'audiovisuel à notre connaissance) a défini les contours de l'honnêteté de l'information dans sa « Charte des antennes », rendue publique le 10 juillet 2011.

Pour revenir sur le diptyque objectivité / honnêteté et nos conclusions sur le premier terme, nous sommes dans le même cas de figure : la recherche de l'objectivité se définit par des règles pour y tendre ; l'honnêteté par des règles du même ordre pour l'assurer. ■

* Plus d'infos sur le site de l'ODI : <http://www.odi.media/>



Tintin reporter au pays des Soviets, par Hergé.

Glanes**Droit à l'information : limites et responsabilité**

Matinée de réflexion organisée le 21 mai par l'Université Panthéon-Assas (Paris II) sur le thème :

« Droit à l'information : quelles limites ? Quelle responsabilité ? »

Il a beaucoup été question du « droit à l'oubli », de déontologie de l'information aussi. Voici une sélection de propos notés au fil des exposés, sélection qui ne reflète pas les interventions. ■ **Y. A.**

« En 226 ans, le droit de penser a produit beaucoup de limites et d'exceptions. » (Emmanuel Perrat, avocat)

« On pourrait aussi réfléchir aujourd'hui au droit à ne pas être informé. » (Emmanuel Derieux, professeur de droit, Paris II)

« A ce jour, Google a reçu près d'1 million de demandes de déréférencement en Europe, suite à la décision de la Cour de justice de l'Union européenne de 2014 et nous avons recruté une centaine de juristes pour y faire face. La France arrive en tête des pays. Nous faisons droit en moyenne à la moitié des demandes. Nous avons eu moins de dix contentieux en France. » (Maria Gomri, directrice juridique de Google pour la France)

« Nous avons toujours considéré l'informatique connectée comme un dispositif anti-technocratique et une alternative aux médias de masse. » (Félix Tréguer, doctorant, cofondateur de « La quadrature du Net »)

« Il faut une déontologie de l'information commune à l'ensemble des médias. » (Patrick Eveno, professeur d'histoire, Paris I, président de l'Observatoire de la déontologie de l'information)

« Qui fait respecter la déontologie ? D'abord les journalistes et les sociétés de journalistes. Mais il y a des déviants et des rubriques plus exposées que d'autres. Ce combat est difficile et mal vu par les patrons de presse. » (François Malys, journaliste au Point, ancien président de la sdj)

« De nouvelles règles doivent être créées, notamment concernant le « direct ». Les risques de dérapage sont permanents. La moindre erreur chez nous se retrouve sur les réseaux sociaux. » (Alain Weill, PDG de NextRadioTV) ■

Canada

« Garder ses distances », y compris sur les réseaux sociaux

Le médiateur de Radio-Canada invite les journalistes à rester professionnels, même à titre personnel

Les réseaux sociaux sur lesquels s'expriment les journalistes ne sont pas en dehors de la sphère d'analyse d'un médiateur. Témoin un avis de Pierre Tourangeau, l'ombudsman de Radio-Canada, qui a récemment donné partiellement raison à un plaignant.

Dans un document de trente-trois pages contenant une centaine de références et autant de liens Internet (..!), celui-ci faisait trois reproches au producteur-animateur d'une émission de la radio ICI Radio-Canada Première. Elle était consacrée le 7 mars 2015 au Gamergate, un fil de discussion sur Twitter qui dénonce la collusion entre les critiques de jeux vidéo et l'industrie du jeu, mais est aussi remarquable par la misogynie qui s'y exprime.



Pierre Tourangeau, médiateur de Radio-Canada.

Oui, dit l'ombudsman à l'issue d'une longue analyse argumentée et documentée, le producteur de l'émission était fondé à « angler » son sujet sur la misogynie récurrente de cette agora virtuelle qu'est le « hashtag Gamergate » sur Twitter, surtout la veille du 8 mars (journée internationale de la femme). Non, l'annonce de l'émission sur sa page

Facebook n'était pas une prise de position, mais un texte accrocheur, « *ironique et promotionnel* », dont l'objectif était « *d'éveiller la curiosité de l'auditeur pour l'amener à écouter l'émission du lendemain.* »

En revanche, Pierre Tourangeau retient le troisième grief formulé : dans un échange avec le plaignant sur sa page Facebook, le journaliste a qualifié ce dernier de « négationniste », outre quelques jurons et noms d'oiseau à son adresse. « *Propos inappropriés* », tranche le médiateur, qui rappelle que les journalistes de la chaîne sont tenus de respecter sur les réseaux sociaux les mêmes valeurs et règles éthiques que sur les autres supports. Pierre Tourangeau souligne, notamment à l'adresse des jeunes journalistes familiers de Twitter et Facebook, qu'il ne faut pas se laisser entraîner sur les réseaux sociaux « *par le contenu, le ton, le franc-parler, voire l'irrévérence des commentaires qu'ils reçoivent, à débattre parfois « vigoureusement » et à porter des jugements sur les opinions de leurs interlocuteurs* ».

Et il conclut en posant que « *sur le terrain des médias sociaux, encore relativement vierge et mouvant, les journalistes et leurs semblables doivent absolument apprendre à garder leurs distances, seul moyen de protéger leur impartialité et leur crédibilité.* » Cela vaut même dans l'utilisation personnelle des médias sociaux, car « *l'association professionnelle avec Radio-Canada* » est réputée permanente. Les Normes et pratiques journalistiques (NPJ) de la chaîne canadienne posent que « *l'expression d'opinions personnelles sur des sujets controversés ou d'ordre politique peut miner la crédibilité du journalisme de Radio-Canada et éroder la confiance de notre public* ».

En bref, le journaliste de Radio-Canada ne cesse jamais complètement de l'être, même quand il s'exprime sur des sujets d'actualité à titre personnel. ■ P. G.

* <http://www.ombudsman.cbc.radio-canada.ca/fr/revision-des-plaintes/2015/devoir-de-reserve-le-terrain-glissant-des-medias-sociaux-la-sphere/>

Ici et là

Nouvelle Zélande

N'est pas persécuté par la presse qui veut

Un conseil de presse peut indirectement ramener des hommes politiques à plus de modestie et moins de paranoïa. Un élu de la ville de Dubedin, en Nouvelle Zélande, n'avait pas apprécié qu'une photo illustrant en février 2015 un article du *Otago Daily Times* (consacré à un débat du conseil municipal) le montre le regard baissé. Il accuse le journal d'avoir terni volontairement sa réputation en laissant croire qu'il dormait, et en ne citant pas ses interventions. Analysant la photo, le conseil de presse note que « *les yeux de [l'élu] sont ouverts mais qu'il regarde vers le bas* » et que sur une autre photo on le voit prendre des notes, ce qui prouve que la première n'a pas été choisie pour le montrer sous un mauvais jour. Sur l'article lui-même, le conseil remarque que, dans un compte rendu, toutes les contributions ne peuvent pas être citées, et que cela n'a rien de péjoratif : « *il est difficile de voir comment l'article publié peut être globalement considéré comme injuste, déséquilibré, et ne représentant pas la réalité parce qu'il a omis de mentionner les contributions spécifiques* » du plaignant, conclut ironiquement le *New Zealand Press Council* en rejetant la plainte. Un avis à faire circuler dans les cercles d'élus...

* http://www.presscouncil.org.nz/display_ruling.php?case_number=2430

Belgique

Délai de rectification

Le journal *La Capitale* a été partiellement blâmé par le Conseil de déontologie journalistique belge francophone pour avoir tardé à publier un rectificatif. En décembre 2014, un article sur un trafic de drogue met en cause un jeune homme présenté comme le neveu du premier adjoint d'une commune de la région de Bruxelles. Très vite, la journaliste a su que les enquêteurs avaient cru à tort à ce lien de parenté, et le premier adjoint a adressé un droit de réponse. Mais son ton était tel que le journal ne l'a pas publié. Et n'a rectifié son information que lorsque le CDJ a été saisi en février.

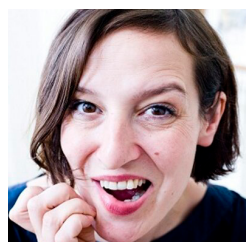
* <http://www.deontologiejournalistique.be/index.php?en-avril-au-cdj-une-plainte-fondee-quatre-autres-non-fondees>

Royaume-Uni

... (suite de la page 1) La chroniqueuse et les « cafards »

L'Independent Press Standards Organisation, instance patronale qui a pris la suite en septembre 2014 de la *Press Complaints Commission* discréditée lors du scandale des écoutes de *News of the World*, a reçu en quelques jours environ quatre cents plaintes. Deux, pour « inexactitude », sont encore à l'étude. Toutes les autres ont été écartées. Ces plaignants avaient invoqué la discrimination et l'appel à la haine. La discrimination est prévue dans le code éthique que l'IPSO veut faire respecter. Son article 12 enjoint à la presse d'éviter les propos « *préjudiciables ou péjoratifs relatifs à la race, la couleur, la religion, le sexe, l'orientation sexuelle d'un individu* ». Aucun individu n'est cité dans l'article de Katie Hopkins, argumente l'IPSO pour refuser d'examiner ces plaintes. La nouvelle instance des éditeurs de presse britanniques ne retient la discrimination que si un individu est spécifiquement visé. Celle contre des groupes de personnes ne sont pas dans son champ de compétence, a expliqué en substance son porte-parole.

Cette décision de l'IPSO jette un doute sur sa légitimité, a réagi le syndicat britannique des journalistes. Le président du conseil d'éthique du NUJ parle d'un article « *vicieux, raciste, et incendiaire* » et estime que Katie Hopkins et *The Sun* sont responsables d'une incitation à la xénophobie. A ses yeux, ce « *langage doit être considéré comme une violation du code éthique* » de la presse. Le NUJ appelle donc à une modification de ce code, permettant d'analyser comme violation potentielle de la déontologie des articles qui dénigraient « *des groupes entiers de personnes dans la société, qu'ils soient migrants, demandeurs d'asile, les femmes, les personnes handicapées ou LGBT* ». Des dispositions en ce sens existent dans plusieurs codes, par exemple en Belgique ou au Québec. Les conseils de presse analysent régulièrement des plaintes sur ce motif, pas toujours au détriment des médias.



Zoe Williams (compte Twitter).

Le débat sur l'article de Katie Hopkins n'est pas pour autant clos en Grande-Bretagne. Deux plaintes ont été déposées pour violation de la loi sur l'ordre public et incitation à la haine raciale. Mais certains commentateurs redoutent une remise en cause de la liberté d'expression, comme Zoe Williams, chroniqueuse au *Guardian*, qui écrit à propos de sa consœur du *Sun* : « *Je ne dis pas qu'il faut l'empêcher de s'exprimer : je dis qu'il faut la combattre* ». Des controverses qui font écho à celles que

l'actualité, du cas Eric Zemmour au drame de *Charlie Hebdo*, nourrit de ce côté-ci de la Manche depuis quelques mois. ■ Pierre GANZ

* Sur IPSO : <http://apcp.unblog.fr/2015/03/27/la-nouvelle-instance-de-regulation-britannique-critiquee-par-la-chambre-des-lords/>

Sénégal

Première décision du Cored

Le nouveau Conseil pour l'observation des règles d'éthique et de déontologie dans les médias au Sénégal a rendu fin avril 2015 sa première décision. Saisi par l'ambassade d'Arabie saoudite pour non reproduction de l'intégralité d'un droit de réponse à un article du quotidien *Libération*, le Cored a rendu un avis équilibré. Non, il n'était pas nécessaire de publier le très long document de l'ambassade puisque l'essentiel de son argumentation a été reproduite. Oui, il aurait fallu faire un « appel de une » pour renvoyer au droit de réponse, conformément aux prescriptions légales (mêmes conditions de publication que l'article incriminé). ■

* http://www.leral.net/Le-CORED-avertit-le-journal-Liberation_a143316.html

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/>

Suisse

Valeur informative et discrimination

« *Maintenant, les Roumains draguent les seniors* » : un titre choc pour un article consacré aux délits commis par des ressortissants roumains au détriment du troisième âge, propos de responsables policiers et statistiques « *par catégories de délinquants* » à l'appui. Une lectrice du quotidien de Lausanne *Le Matin* a saisi le Conseil suisse de la presse, jugeant que l'article était discriminatoire et jetait l'opprobre sur l'ensemble des citoyens d'un pays. Pour le conseil, le contexte rendait clair que « *le quotidien ne prétend aucunement que tous les Roumains se livraient à la prostitution illégale ou commettraient d'autres délits* », « *la valeur informative supprime nettement le danger d'une discrimination* » et le code éthique n'est pas violé.

* http://presserat.ch/_05_2015.htm

Québec

Situations de crise et déontologie

Une étudiante en communication de Montréal a consacré sa thèse de doctorat à la couverture des situations de crise par les médias. Elle a dépouillé 227 plaintes concernant ce sujet depuis 1973 examinées par le Conseil de presse du Québec.

Le quart des griefs concernaient des erreurs de faits, 19 % la réputation des personnes, 18 % le respect de groupe sociaux et 12 % l'équilibre des reportages. Le CPQ a donné raison aux plaignants dans 45 % des dossiers. L'ensemble de son étude conclut à la nécessité de « *références déontologiques adaptées aux différentes sortes de crises* » car les journalistes « *ont tendance à esquiver certaines responsabilités et à s'éloigner de la notion d'intérêt public en temps de crise* ».

* <http://www.techno-science.net/?onglet=news&news=13873> et <http://www.theses.fr/s110494>