

L'information mise en cause



Dessin original de Plantu pour l'ODI

14 mars 2019

<http://www.odi.media>

L'information mise en cause

« Le principe de la liberté de la presse n'est pas moins essentiel, n'est pas moins sacré que le principe du suffrage universel. Ce sont les deux côtés du même fait. Ces deux principes s'appellent et se complètent réciproquement. La liberté de la presse à côté du suffrage universel, c'est la pensée de tous éclairant le gouvernement de tous. Attenter à l'une, c'est attenter à l'autre », Victor Hugo, Assemblée nationale, 11 septembre 1848.

Un vent mauvais souffle sur l'information. Les titres des précédents rapports de l'ODI¹, « *L'insécurité de l'information* », « *L'information sous pressions* », « *L'information dans la tourmente* », « *L'information au cœur de la démocratie* » et « *Pour une information libre et responsable* » sont là pour nous rappeler que le problème n'est pas neuf. Mais il s'aggrave jusqu'à devenir une menace pour le fonctionnement de la démocratie. Depuis 2012, l'ODI ne cesse d'alerter les journalistes, les entreprises, les publics, les politiques et les organes de régulations : l'information est un bien trop précieux, essentiel à la vie démocratique, pour qu'on ne protège pas la liberté d'informer et le droit du public à être informé.

Or, l'année 2018 a vu s'accroître le nombre des attaques et des pressions contre les médias d'information et contre des journalistes. Certes, pressions et attaques sont aussi anciennes que la presse. Mais alors que l'on pouvait espérer la démocratie plus apaisée, les attaques ne sont plus seulement verbales, mais aussi physiques. A cette situation s'ajoute chez certains la volonté de plus en plus manifeste de contrôler, par divers moyens et sous différentes formes, la fabrication et la diffusion de l'information. Telle est la tentation, certes ancienne, de tous les pouvoirs de vouloir surveiller les médias pour tenter de mieux influencer l'opinion publique. En démocratie, ces tentatives se révèlent généralement vaines, mais les ardeurs coercitives demeurent.

La liberté de pensée, la liberté d'opinion, la liberté d'expression, qui constituent les fondements des sociétés démocratiques depuis le XVIII^{ème} siècle (Bill of rights, 1689, Déclaration des droits de l'homme et du citoyen, 1789, 1^{er} amendement de la Constitution des Etats-Unis, 1791) ont été consacrées en France par la liberté de la presse accordée par la loi du 29 juillet 1881 et en Europe par la Convention européenne de sauvegarde des droits de l'homme et des libertés fondamentales, signée à Rome le 4 novembre 1950, qui précise, dans son article 10-1 : « *Toute personne a droit à la liberté d'expression. Ce droit comprend la liberté d'opinion et la liberté de recevoir ou de communiquer des informations ou des idées sans qu'il puisse y avoir ingérence d'autorités publiques et sans considération de frontières* ».

L'année 2018 a été préoccupante pour les défenseurs des libertés. C'est l'objet de la première partie de ce rapport annuel de l'ODI, intitulée « *L'information en question[s]* » : les pressions sur l'information et les tentatives liberticides de régulation de l'information ont été nombreuses, venant de divers acteurs de la société. Une éclaircie semblait apparaître avec la mission confiée à Emmanuel Hoog sur la faisabilité d'un Conseil de presse en France, auquel l'ODI est favorable. Cependant, rien n'est acquis.

¹ En accès libre sur le site : <http://www.odi.media/les-rapports-de-l-odi/>

Table des matières

L'information mise en cause	1
Table des matières	4
Pressions, menaces, contrôle	5
1. Les pressions sur l'information.....	5
2. Les volontés de régulation de l'information	6
La mission Hoog et les propositions de l'ODI	9
« Les attentes des Français envers les journalistes, l'information et les médias »	9
Une enquête de l'ODI sur les conseil de presse en Europe.....	9
Exactitude et véracité.....	11
Conditions de production.....	17
Les lignes éditoriales et les choix rédactionnels sont libres.....	17
Liberté d'expression	18
Publicités politiques ou militantes	18
Pratiques contestables ou inutilement contestées.....	19
Actionnaires interventionnistes ou réservés ?.....	19
Le canular douteux du maire de Béziers	20
Respect des personnes.....	21
Respect de la vie privée.....	21
Relations avec les sources	25
Les « gilets jaunes ».....	25
Pouvoirs politiques et journalistes	27
Publicité rédactionnelle, publicité cachée, publicité qui ne dit pas son nom... ..	32
Censure et conflits d'intérêts, encore et toujours.....	33
Initiatives positives.....	35
Refuser les pressions en tous genres	35
Réagir aux pratiques délétères et dangereuses.....	35
Ne pas propager les on-dit	36
Lutter contre le complotisme.....	37
Eduquer aux médias.....	37
Défendre les lanceurs d'alerte	37
Contre le harcèlement en ligne.....	38
Face aux lenteurs et silences de l'administration	38
Les mots justes	38
Ecarter les soupçons de conflit d'intérêt.....	39
Annexes	40
Conseil de déontologie, conseil de presse : de quoi parle-t-on ?	41
Une instance de déontologie de l'information, modalités pratiques	42
Pour ou contre une instance de déontologie de l'information.....	46
Objectifs et missions de l'Observatoire de la Déontologie de l'Information	50
Les organisations membres de l'ODI.....	51
Bulletin d'adhésion 2019.....	53
L'information mise en cause	54

Pressions, menaces, contrôle

La première partie de ce rapport 2019 est consacrée aux événements majeurs qui ont marqué l'année précédente en ce qui concerne la déontologie et plus largement les questions sur le traitement de l'information. La seconde partie reprendra certains de ces thèmes pour les traiter en fonction des cas qui nous ont été signalés ou que nous avons relevés.

1. Les pressions sur l'information

Ces dernières années, les pressions sur l'information, les entreprises de médias et les journalistes se sont accrues, de la part de politiques, d'entreprises, de clubs sportifs et de groupes de citoyens. Nous en avons déjà relevé dans nos précédents rapports. Mais l'intolérance à la liberté d'informer s'accroît et s'est exprimée violemment en 2018.

Des politiques sont responsables de cette situation. En effet, certains considèrent que, dès qu'un média ne répercute pas sa communication ou ses éléments de langage, il est coupable de déformation ou de manipulation de l'information. A l'image de Donald Trump aux Etats-Unis et d'autres en Europe et ailleurs, la fièvre anti-médiatique s'est emparée de la vie politique française. Deux exemples parmi d'autres :

Le 26 février 2018, Jean-Luc Mélenchon écrit : « [...] *Si la haine des médias et de ceux qui les animent est juste et saine, elle ne doit pas nous empêcher de réfléchir et de penser notre rapport à eux comme une question qui doit se traiter rationnellement dans les termes d'un combat. À chaque attaque, sa réplique particulière. Beaucoup d'amis n'ont pas encore compris que nous n'avons pas d'autre adversaire concret que le « parti médiatique ». Lui seul mène bataille sur le terrain, en inoculant chaque jour la drogue dans les cerveaux [...] »*. Le 19 octobre 2018, le leader de la France Insoumise publie sur sa page Facebook : « *une nouvelle vague de saloperies que fait couler la radio-télé d'Etat FranceInfo* ». Il traite les journalistes du service public « *d'abrutis* » et de « *menteurs* » et appelle ses fidèles à les dénigrer. « *Pourrissez-les partout où vous pouvez. Il faut qu'à la fin des milliers de gens disent : les journalistes de FranceInfo sont des menteurs, des tricheurs* ».

Le 24 juillet 2018, Emmanuel Macron déclare : « *Nous avons une presse qui ne cherche plus la vérité. Je vois un pouvoir médiatique [...] qui a décidé qu'il n'y avait plus de présomption d'innocence dans la République et qu'il fallait fouler au pied un homme et avec lui la République* ».

A la suite de cette sortie du président de la République, l'ODI a publié un communiqué le 26 juillet 2019 : « *L'ODI tient à rappeler que si la France se dotait d'un Conseil de Presse, le président de la République pourrait, comme n'importe quel citoyen ou institution, saisir ce Conseil de presse lorsqu'il estime qu'un journaliste n'a pas respecté les obligations d'exactitude et de véracité, de recoupement des sources, de recherche du contradictoire ou de respect des personnes².* »

Rappelons que lors de la campagne présidentielle, Emmanuel Macron, avait déclaré dans une interview accordée à RTL le 16 février 2017 : « *On ne peut pas prétendre présider le pays, être garant des institutions, et vouer aux gémonies tous les contre-pouvoirs. On ne peut pas prétendre être président de la République en France aujourd'hui, dans l'état de nervosité de la société, on ne peut pas prétendre présider et être le garant des institutions, quand on fait siffler dans ses rassemblements la presse parce que c'est un contre-pouvoir* ».

² <http://www.odi.media/les-articles/accusations-contre-journalistes-medias-montrent-necessite-dun-conseil-de-presse/>

L'hystérisation du débat public, tant par des politiques que des chroniqueurs et des éditorialistes ou par les réseaux sociaux, enflé d'année en année. C'est un sujet qui ne peut être ignoré par les médias et les journalistes.

Le mouvement des « gilets jaunes » a engendré son cortège de pressions, verbales et physiques, sur l'information. Des cas sont relevés dans le chapitre « relations avec les sources ». Des intimidations et des agressions par des personnes se réclamant des « gilets jaunes », ainsi que des pressions pour influencer un contenu rédactionnel ou des mouvements de blocage pour empêcher la parution de quotidiens ont été fréquents et doivent être dénoncés. En effet, les médias et les journalistes peuvent et doivent être critiqués, mais des limites ont été franchies, qui mettent en cause le fonctionnement de la société démocratique. Le mouvement des « gilets jaunes » a été suivi largement par la presse et les médias audiovisuels. Certes, ils n'ont sans doute pas été couverts comme l'auraient souhaité les manifestants. C'est ainsi qu'ils ont utilisé des médias alternatifs, notamment Facebook, comme chaque fois qu'un mouvement social s'estime trahi par les médias installés.

Ceux-ci ont parfois mis un certain temps à se saisir des causes et du sens de ce mouvement social. C'est une question importante, limitrophe de la déontologie : les médias d'information se doivent de regarder, de rapporter et d'analyser l'ensemble de la société, et pas seulement ce qui passe par les filtres des élites et des pouvoirs.

En outre, d'autres questions sur le traitement de cette actualité ont été soulevées : le profil des invités des plateaux TV-Radio n'a pas toujours été regardé avec soin, la diffusion de certaines images, notamment violentes, ou la diffusion décalée d'images avec la mention « en direct » alors que ce sont des rediffusions, la place importante confiée à des éditorialistes ou à des « experts » peu crédibles, des chiffres de mobilisation contestables, la lenteur à montrer les violences policières, etc., ont alimenté la défiance et nourri le sentiment que l'information était orientée.

Ces pressions sur l'information depuis le début du mouvement des « gilets jaunes » ne doivent pas faire oublier les autres. Des clubs de sport, des entreprises ou des particuliers ne cessent de tenter d'entraver la liberté des médias et le droit du public à être informé. Les méthodes employées sont variées : procès-bâillons, refus d'accréditation, de recevoir des journalistes, de répondre aux questions, usage immodéré de la communication, etc. Au final, ces pratiques nuisent à l'information du public, mais aussi à l'image de ceux qui les utilisent.

2. Les volontés de régulation de l'information

Les volontés de réguler l'information ou de contrôler certains de ses canaux ne sont pas nouvelles, mais elles prennent une dimension inédite parce que le numérique et les réseaux sociaux ont envahi la sphère informationnelle. Ces volontés ont été nombreuses et variées depuis la naissance de la presse, mais en France, depuis la loi du 29 juillet 1881, l'information est libre, sauf à répondre de certains délits tels que l'injure, la diffamation, et depuis la deuxième moitié du XX^{ème} siècle, le négationnisme, le racisme, l'antisémitisme, etc. L'audiovisuel, longtemps maintenu sous la tutelle du pouvoir politique s'en est émancipé à la faveur de la loi du 29 juillet 1982 et de la multiplication des chaînes et canaux de diffusion.

Depuis 1989, le Conseil supérieur de l'audiovisuel est le régulateur économique de ce secteur. Il en est aussi devenu le régulateur des contenus dans la mesure où l'une de ses missions définies par la loi de 1986 est de veiller « à l'honnêteté et au pluralisme des programmes et de l'information ». C'est

ainsi que le CSA est garant du pluralisme et de l'équilibre des temps de parole dans l'audiovisuel, en période électorale, comme en période non-électorale. A plusieurs reprises (voir les rapports 2017 et 2018), l'ODI a souligné les incohérences et les effets pervers de la réglementation que le CSA est contraint d'appliquer et qu'il cherche d'ailleurs à faire évoluer.

Le mouvement des « gilets jaunes », suivi du « grand débat » organisé partout en France et les prestations du président de la République lors de réunions, posent à nouveau des questions sur cette réglementation. En effet, le temps de parole du président de la République est particulièrement élevé en janvier et février 2019, du fait de la retransmission par les chaînes de télévision de ces débats. Des députés de l'opposition (Les Républicains et France Insoumise) s'en sont émus et en appellent au CSA. Dans cette affaire, la réglementation conduit en outre à un paradoxe : les « gilets jaunes » ne sont pas recensés comme un parti politique, donc les télévisions n'ont pas à les comptabiliser dans le temps de parole. Alors que, manifestement, ils reflètent une opposition au président de la République. Néanmoins, les réponses de ce dernier seront comptabilisées dans le quota présidentiel par le CSA...

L'arithmétique mécanique des temps de parole montre encore une fois ses limites. Si la France était dotée d'un conseil de déontologie journalistique (ou conseil de presse), cette instance pourrait se saisir de la question. Elle la trancherait vraisemblablement en faveur de la liberté des choix rédactionnels et éditoriaux, comme l'a fait récemment le Conseil de déontologie journalistique de la Belgique francophone³.

L'arsenal législatif impactant la liberté de l'information ne cesse de se développer. La loi contre les manipulations de l'information, dite loi fake news, a été adoptée le 22 décembre 2018. Elle sera donc opérationnelle lors des prochaines élections européennes. On en verra alors les bénéfiques, les limites et les éventuels effets pervers, tels ceux qui ont déjà été soulignés dans le précédent rapport de l'ODI. Il semble surtout que son application, confiée au Tribunal de grande instance de Paris soit délicate et donc sera controversée.

La loi sur le secret des affaires, adoptée le 21 juin 2018 et validée par le Conseil constitutionnel en juillet, commence à entrer en vigueur. L'ODI en a fait une analyse, qui est encore d'actualité⁴. Dès le mois de septembre 2018, l'Agence nationale de sécurité du médicament (ANSM) a censuré partiellement une copie de l'autorisation de mise sur le marché du Levothyrox, au nom du secret des affaires, alors que cette agence d'Etat a le devoir de transmettre les documents qui lui sont demandés.

Les entreprises étaient pourtant déjà protégées. En témoigne cette affaire, antérieure à la loi sur le secret des affaires, révélatrice des atteintes à la liberté d'informer : le 16 janvier 2018, le Tribunal de commerce de Paris a ordonné au magazine *Challenges* de retirer de son site internet un article sur les difficultés financières rencontrées par le distributeur Conforama, au nom du secret des affaires. Quand, par ailleurs, on mesure de plus en plus que la Commission d'accès aux documents administratifs (CADA) fait de la rétention d'information et refuse d'accéder à certaines demandes de la presse, difficile de ne pas voir que le culte du secret s'étend et entrave durablement les droits du

³ Voir la décision du CDJ Belge du 16 janvier 2019 : <http://www.odi.media/agenda/decision-cdj-belge-journalistes-peuvent-decider-de-ne-accueillir-direct-partis-anti-democratiques/>

⁴ <http://www.odi.media/agenda/secret-affaires-quid-de-qualite-de-linformation/>

public à être informé⁵. Et l'arsenal législatif est en passe d'être accru, le Premier ministre, Edouard Philippe, ayant annoncé une loi pour réguler les contenus sur les réseaux sociaux.

Considérer que le service public est un média au service de l'Etat, voire au service du gouvernement, est semble-t-il à nouveau dans l'air du temps. Les journalistes de RFI se sont en effet émus de l'esprit de la lettre de mission d'un conseiller chargé par le premier ministre de réfléchir sur le « périmètre de l'audiovisuel extérieur ». Il y est question du « rôle d'opérateur de la diplomatie d'influence » dévolu à cette branche du service public de l'audiovisuel. « *Nous n'avons pas à faire la promotion d'une ligne diplomatique portée par l'un ou l'autre président* » réagit la SDJ de RFI. Est-ce le retour de la « voix de la France » version 1973 ?

La protection de la confidentialité des sources des journalistes a été mise à mal par la tentative de perquisition à *Mediapart*, le 4 février 2019. Les syndicats et les sociétés de journalistes ont rappelé que cette protection était nécessaire en démocratie⁶. La Cour européenne des droits de l'homme (CEDH) ne cesse de le répéter depuis plusieurs décennies : elle considère que la protection de la confidentialité des sources est une « *pierre angulaire* » du journalisme (Arrêt Goodwin c. Royaume Uni, 27 mars 1996). « *L'absence de cette protection* » écrit-elle alors, « *dissuaderait le plus grand nombre de sources valables possédant des informations d'intérêt général de se confier à des journalistes* », avant de souligner en 2007 que « *le droit des journalistes de taire leurs sources ne saurait être considéré comme un simple privilège qui leur serait accordé ou retiré en fonction de la licéité ou de l'illicéité de leurs sources, mais comme un véritable attribut du droit à l'information* ».

A la lumière des incidents de ces derniers mois, il apparaît nécessaire que les institutions politiques et administratives se ressaisissent afin de préserver le droit à l'information, consubstantiel à la société démocratique.

⁵ https://www.lemonde.fr/les-decodeurs/article/2019/01/18/la-cada-la-transparence-au-rabais_5411293_4355770.html

⁶ https://www.lemonde.fr/actualite-medias/article/2019/02/05/perquisition-a-mediapart-une-tentative-particulierement-inquietante-d-attenter-au-secret-des-sources_5419594_3236.html

La mission Hoog et les propositions de l'ODI

Le 11 octobre 2018, le ministre de la Culture et de la Communication, Franck Riester, a confié à Emmanuel Hoog, ancien président de l'AFP et de l'INA, « une mission d'expertise indépendante visant à proposer un cadre dans lequel une telle instance de déontologie professionnelle pourrait être mise en place ». A l'heure où ce rapport est rédigé, les résultats de cette mission ne sont pas encore connus.

Toutefois, l'ODI s'est exprimé à plusieurs reprises sur la nécessité et les modalités de création d'un conseil de presse - ou de déontologie journalistique⁷. Ces documents figurent en annexe du rapport. Une instance d'autorégulation, indépendante et tripartite (journalistes, éditeurs, public) apparaît nécessaire. Certes, médias et journalistes tentent de nouer ou renouer le dialogue avec leurs publics, mais seule une réponse collective peut faire face au malaise exprimé par les publics depuis des années, que l'on mesure notamment dans les sondages publiés par *La Croix* tous les mois de janvier depuis 1987⁸.

« Les attentes des Français envers les journalistes, l'information et les médias »

Sondage pour les Assises internationales du journalisme : Diriez-vous que les idées suivantes peuvent rapprocher les médias des citoyens ?⁹

La création d'un conseil de presse qui pourrait rendre des avis sur la déontologie des pratiques journalistiques est plébiscité à 74 % ; ensuite les solutions permettant aux lecteurs d'un journal ou d'un site web, aux auditeurs d'une radio ou aux téléspectateurs de donner leur avis sur les grandes orientations des médias qu'ils consultent sont largement appréciées (70 %). La généralisation des médiateurs pour faire le lien entre les journalistes et leurs publics est attendue par 68 % des Français.

Une enquête de l'ODI sur les conseil de presse en Europe

Là où des conseils de déontologie existent, le public les utilise et les médias tiennent compte de leurs remarques. C'est ce qui ressort des réponses des responsables d'instances d'autorégulation membres de l'AIPCE (*Alliance of Independent Press Councils of Europe*) interrogés par l'ODI en février 2019.

« Le meilleur indicateur de l'efficacité du système est la statistique de ces dix dernières années », écrivent par exemple les responsables du conseil de presse suédois : « il y a dix ans, nous recevions environ 300 plaintes du public par an ; 50 à 60 environ étaient retenues. Aujourd'hui, nous recevons deux fois plus de plaintes (620 en 2018), mais le nombre de plaintes retenues est tombé à 30 ou 35 par an ces dernières années ».

Leurs collègues irlandais vont dans le même sens : « nous recevons en moyenne 300 à 350 plaintes par an. Le public semble connaître nos services et être d'avis que nous offrons un processus

⁷ Voir notamment : <http://www.odi.media/les-articles/une-instance-de-deontologie-professionnelle-medias/> <http://www.odi.media/les-articles/pourrait-etre-conseil-de-presse-propositions-de-lodi/> et https://www.liberation.fr/debats/2019/02/17/conseil-de-presse-de-quoi-parle-t-on_1709944

⁸ Pour 2019, voir : <https://www.la-croix.com/Economie/Medias/Barometre-medias-journalistes-sommes-remettre-question-2019-01-24-1200997667>

⁹ Étude réalisée par Viavoice pour les Assises internationales du journalisme, en partenariat avec France Télévisions, France Médias Monde, *Le Journal du Dimanche* et Radio France. Interviews réalisées en ligne, du 11 au 18 février 2019, auprès d'un échantillon de 1005 personnes représentatif de la population française de 18 ans et plus. Représentativité par la méthode des quotas appliquée aux critères suivants : sexe, âge, profession, région et catégorie d'agglomération.

indépendant de traitement des plaintes qui vaut la peine d'être entrepris ». La directrice du conseil suisse de presse ajoute que « le Tribunal Fédéral (Cour suprême) et les instances judiciaires inférieures sont très attentifs au travail du CSP, dont les juges tiennent compte en citant des prises de position du CSP ».

L'existence d'une instance indépendante d'autorégulation est décrite comme une aide pour les rédactions. En Belgique, « *des rédacteurs en chef ont pu invoquer le Conseil de déontologie journalistique et la déontologie pour mieux résister à des pressions internes ou externes* ». Ce CDJ est de plus en plus interrogé pour avis en amont d'une publication, par exemple « *sur l'opportunité d'identifier une personne ou de mentionner son adresse, sur le risque d'une confusion entre pub et info, sur le recours à des sources anonymes* ».

En Suisse, « *les médias prennent le plus souvent beaucoup de soin à répondre aux plaintes qui les concernent, ce qui montre que cela leur importe et qu'ils prennent le travail du Conseil Suisse de Presse au sérieux* ». En Irlande, le conseil de presse fait observer qu'il reçoit également « *des plaintes d'organisations et d'entreprises qui, de toute évidence, considèrent notre processus comme valable* ». Et celui de Géorgie remarque que « *même des hautes personnalités (ministres, vice premier ministre, députés) figurent parmi les requérants* ».

Souvent, comme en Belgique, le travail de médiation entre un plaignant et un média « *permet de passer d'une relation conflictuelle plaignants / médias à un dialogue et à la compréhension de la logique de l'autre* ».

Le travail des conseils de presse ou de déontologie journalistique est aussi, dit par exemple celui de Suède, de « *générer une réflexion interne à la profession, fondamentale à notre époque (native advertising, internet, blogs de journalistes, etc.)*. Cela se fait « *souvent à partir d'une demande de la profession* » remarque-t-on en Belgique où on cite des travaux sur « *les pratiques en matière d'information dans des situations d'urgence, d'identification des personnes, de confusion publicité/journalisme, d'usage professionnel des réseaux sociaux par les journalistes* ».

Un conseil de presse est aussi un outil d'information du public dans la lutte contre la *malinformation*. C'est ce que fait celui de Finlande : « *Nous ne pouvons pas vérifier l'ensemble de l'internet, mais nous pouvons améliorer notre propre conduite et ensuite informer le public finlandais sur les médias qui sont fiables. C'est pourquoi nous avons lancé en 2018 un label pour un journalisme responsable qui indique qu'un média est membre du Council for Mass Media* ».

Note au lecteur

Le rapport de l'ODI reprend la structure de travail par groupes de l'association.

C'est pourquoi le texte suivant s'articule en cinq parties correspondant aux cinq groupes de travail permanents (Exactitude et véracité, Conditions de production, Respect des personnes, Relations aux sources, Bonnes pratiques), auxquelles s'ajoutent des annexes, correspondant aux groupes de travail thématiques.

L'anonymisation des cas déontologiques relevés

L'ODI n'est pas un conseil de presse institutionnalisé, il ne peut prétendre à l'exhaustivité ni passer pour un accusateur. C'est pourquoi les cas relevés sont anonymes. Toutefois lorsque les cas sont de notoriété publique ou traités de manière contradictoire, l'anonymat peut être levé.

Exactitude et véracité

Le manque d'exactitude et de vérification est une des causes des polémiques éclair qui animent la vie publique et les réseaux numériques, et encombrant l'information.

Trois exemples. En mars, une chaîne de télévision présente l'assassin de quatre personnes à Carcassonne et Trèbes dans des attaques revendiquées par le groupe djihadiste Etat islamique comme ayant été naturalisé en 2015, un an après avoir été inscrit au fameux fichier S. Cela nourrit les indignations de certains politiques, les commentaires en direct d'éditorialistes et quelques tweets cinglants de journalistes. Douze heures plus tard la chaîne de télévision rectifie : elle avait pris la date d'émission d'une carte d'identité (2015) pour l'année de naturalisation de l'intéressé (2004). Autre exemple : la citation tronquée de l'interview d'un ministre sur les implications de médias russes dans les campagnes anti Macron en 2017 est utilisée par l'un d'eux pour se dédouaner de l'accusation de diffuser des « infox ». Les propos du ministre sont plus nuancés. S'il dit bien qu'il y a un état d'esprit permanent anti Macron sur ces médias, ce qui relève de leur ligne éditoriale, il dénonce la diffusion de rumeurs et de faux sur sa vie privée. Ne retenir que le constat par le ministre d'une ligne éditoriale hostile ne respecte pas les propos tenus. Troisième exemple, fin avril : un quotidien raconte qu'à l'Élysée *“les Macron sortent le chéquier”* pour payer des charges courantes d'habitation y compris la taxe d'habitation. Il laisse entendre que c'est la taxe due pour le palais de l'Élysée. Les réseaux sociaux et plusieurs médias écrits et audiovisuels s'emparent du sujet et débattent pour savoir si le couple présidentiel paye une taxe d'habitation et laquelle. La seule qu'il pouvait et devait légalement payer se rapportait à leur domicile d'avant l'élection présidentielle de 2017 et pas au palais de l'Élysée. Si cela avait été vérifié et écrit dès le premier article, beaucoup de temps, d'encre et de salive auraient été épargnés. Ce genre de polémique nourrit l'idée que les médias mentent, ou protègent les puissants dès qu'ils sont mis en cause.

La machine à polémiques a besoin « d'affaires » qui alimentent les débats en ligne et les plateaux télévisés. Certaines naissent aussi de mensonges que les journalistes ne débusquent pas toujours. En 2017, un canular d'un animateur de télévision sur les homosexuels avait provoqué un tollé. Lequel s'était amplifié lorsqu'une association de soutien aux victimes de l'homophobie fit part du cas d'un jeune homosexuel chassé de chez lui quand ses parents découvrirent son homosexualité en le reconnaissant parmi les victimes du canular. Plusieurs médias avaient repris l'information qui a nourri l'indignation des réseaux sociaux. Mais les incohérences du témoignage ont aussi suscité les doutes de plusieurs journaux. Début 2019 l'association a reconnu que son écoutant bénévole avait inventé toute l'histoire.

Manque de vérification, précipitation, amalgame également lorsqu'au début de l'année un hebdomadaire explique les mauvais résultats financiers d'une grande enseigne comme la sanction d'une publicité maladroite. Celle-ci avait provoqué une campagne accusant la marque de racisme. Mais la publicité avait été publiée début 2018, et n'a donc pas eu d'effet sur les ventes et le bilan 2017 de l'entreprise. Pourtant il s'est trouvé un journal pour titrer : « *l'enseigne (...) paye très cher la récente polémique raciste qui l'a visé[e]* ».

Erreur due à la rapidité encore le 4 mars 2018 dans un commentaire télévisé sur le parcours du chef d'un groupe soupçonné d'être à l'origine d'une attaque islamiste survenue à Ouagadougou : « *Iyad Ag Ghaly, l'homme qui revendique les attentats, le chef de la nébuleuse djihadiste aurait séjourné ici, à Ouagadougou, dans la capitale, en 2005. C'était dans une villa cossue, il aurait même rencontré des*

émissaires du gouvernement et des journalistes ». On comprend, aux termes de ce commentaire, que ce terroriste présumé avait ses aises dans la capitale burkinabée et que les autorités n'en savaient rien ou laissaient faire. En réalité, Iyad Ag Ghaly avait été chargé officiellement par le gouvernement malien de négocier en 2005 la libération de touristes occidentaux enlevés par le GSPC algérien. Il était considéré à Ouagadougou où sa mission le conduisait comme un diplomate malien, ce qu'il avait d'ailleurs été Tout cela figure sur de nombreuses sources facilement accessibles.

Les questions scientifiques sont très souvent l'objet de résumés hasardeux ou d'affirmations sans fondement.

Dans une émission politique, la ministre de la santé Agnès Buzyn, interrogée sur l'efficacité de l'homéopathie, déclare pour expliquer qu'en tant que médecin elle ne la prescrirait pas : « *Je suis incroyablement rationnelle, je crois en la science et donc je crois en la preuve scientifique.* » Les journalistes présents multiplient les questions/objections en évoquant pour preuve de l'efficacité de l'homéopathie le nombre de personnes qui l'utilisent, ou en l'assimilant à de la médecine traditionnelle chinoise ou indienne ce qui est un autre sujet. On peut regretter qu'il n'y ait pas eu en plateau de journalistes spécialistes des questions de santé mais, comme souvent, uniquement des journalistes politiques peu connaisseurs des questions évoquées dont les arguments se résument à reprendre des généralités ou des idées reçues. Même remarque pour les questions religieuses : un spécialiste n'aurait pas laissé un homme politique parler d'une durée de 5 ans pour la formation des prêtres catholiques quand elle est de 6 voire 7 ans comme on l'a lu dans un quotidien, ou aurait rectifié en note. Surtout, il n'aurait pas fait la confusion, entendue ou lue plusieurs fois, entre fait religieux et religion. Lorsque le ministre de l'éducation évoque le renforcement de « *l'enseignement de la laïcité et du fait religieux [aux] différentes étapes du système éducatif* », il est dommage que les titres et les chapeaux de grands médias annoncent que le ministre veut « *renforcer l'enseignement des religions* » lequel n'a jamais existé dans l'école publique en France (sauf dans la zone du concordat de Moselle et d'Alsace).

Les explications de dossiers complexes choisissent parfois dans un faisceau de faits les plus simples et les plus spectaculaires.

Les communicants jouent sur ces habitudes pour faire passer leur message. On en arrive à des inexactitudes sur le sens d'une information. Ainsi en février, le départ de plusieurs villes françaises d'une société de bicyclettes en libre-service a été expliqué par de nombreux médias comme la conséquence du vandalisme subi par ces vélos. Le communiqué de presse qui annonçait l'arrêt de l'exploitation mettait en avant ces comportements inciviques bien réels. Mais la qualité médiocre des machines proposées en libre-service, les difficultés techniques rencontrées par l'exploitant, la faiblesse de la zone géographique de la couverture réseau de l'application dédiée, le sous-effectif des équipes de maintenance dans les villes concernées et enfin la concurrence acharnée avec des sociétés offrant le même service sont au moins autant les causes de cet échec. Ce sera démontré par plusieurs enquêtes dans les semaines qui ont suivi. Mais le grand public aura retenu que le vandalisme, à lui seul, a conduit une entreprise à retirer ses vélos des rues françaises.

Autre exemple avec le feuilleton du retour du loup. Depuis que le loup semble avancer vers l'ouest et le nord de la France, il y a comme une « course » pour « avoir son loup » : toute attaque de brebis est d'abord attribuée au loup sans aucune réserve. Celle-ci arrive éventuellement plus tard, après analyse des indices. Il est vrai qu'une barrée du titre « *Le loup est là !* » est tout de même plus

dynamique que « *Un chien errant tue une brebis* ». Le loup fait la Une quand le chien errant est cantonné au rez-de-chaussée de la page faits divers.

La reprise d'informations chiffrées conduit à des raccourcis qui ne respectent pas l'exactitude et la véracité des faits. C'est parfois délicat quand les chiffres sont difficiles à établir, par exemple pour décompter les participants à une manifestation. Toute erreur donne vite lieu à interprétation et à soupçon de manipulation politique.

En janvier 2018, une dépêche d'agence estime à un millier les opposants à l'IVG qui défilent à Paris. Ce chiffre n'est pas sourcé par la dépêche. Il est repris par plusieurs médias qui ne citent pas l'agence. Twitter s'enflamme. Trois heures plus tard, l'agence publie un rectificatif donnant les chiffres de participation selon les organisateurs et selon la police. Les médias qui avaient repris la première dépêche sur leur site n'ont jamais rectifié.

Cette question des manifestations a conduit plusieurs journaux, radios et télévisions à se regrouper pour faire appel à une société spécialisée dans le décompte des foules. Un chiffre présumé neutre, puisque n'émanant ni des organisateurs ni des forces de l'ordre, et validé par des médias d'orientations différentes, est livré au public.

Ces chiffres n'ont pas toujours été bien repris : au soir d'une marche nationale pour le climat, une chaîne de télévision annonce plusieurs dizaines de milliers de personnes, sans dire s'il s'agit de la France entière ou de la manifestation à Paris dont on voit les images, et qui a regroupé, selon cette société spécialisée, 14 500 manifestants. Une autre télévision titre "plusieurs milliers de personnes" notion qui renvoie couramment à un chiffre inférieur à 10 000, et le commentaire des images qui suivent cite 15 000 personnes à Paris. Comprenez qui pourra.

Les études et sondages donnent des résultats souvent plus subtils que ce que veut un titre accrocheur. C'est l'exactitude de l'information délivrée qui en souffre. Un quotidien écrit dans le commentaire du sondage qu'il a commandé que 64 % des français consentent à la « *levée de l'interdiction de la gestation pour autrui (GPA)* ». L'expression est forte. Mais cette présentation additionne deux pourcentages différents : 18 % de personnes favorables à la GPA dans tous les cas et 46 % favorables à la GPA pour des raisons uniquement médicales. La restriction « *pour des raisons uniquement médicales* » n'apparaît plus, alors qu'elle est en fait majoritaire à 71 % dans l'ensemble des personnes qui se disent favorables.

La fiabilité médiocre d'une donnée ne retient pas certains de publier des titres chocs. Une étude allemande auprès de 10 000 jeunes comporte des questions sur la pratique de l'islam. 280 jeunes musulmans y répondent. 27,4% de ceux-ci - soit un échantillon de 72 personnes... - estiment que les lois islamiques, qui punissent l'adultère et l'homosexualité, sont « *bien meilleures* » que les lois allemandes. Un hebdomadaire français titrera en janvier : « *Allemagne, un élève musulman sur trois trouve la charia meilleure que la loi nationale* ».

Cette reprise trompeuse de chiffres peut procéder aussi d'un manque de rigueur. A l'automne, lors des débats sur la taxe carbone, des médias et des participants aux débats à la radio et à la télévision argumentent que « *le diesel fait 50 000 morts par an* ». Ils s'appuient sur deux études, celle de Santé Publique France parue en 2016, et celle de l'INSERM parue en 2014. Cinq erreurs sont ce faisant cumulées que ne pointent pas les journalistes, quand ils ne les propagent pas. La plus légère est de retenir 50 000 morts au lieu de 48 000, précisément (chiffre estimé par Santé Publique France). La seconde est de privilégier le sensationnel. Chaque étude avance une estimation, or, la plus prudente,

celle de l'INSERM, qui parle de 20 à 40 000 morts, n'est jamais citée... On utilise également un mot pour un autre : les scientifiques parlent d'une « estimation » mais cela devient une « affirmation ». Plus grave, commentateurs et journalistes attribuent cette mortalité à la seule voiture et particulièrement aux diesels. Elle relève en fait des émissions émises par toutes les activités humaines utilisant des énergies fossiles (transport, industrie, chauffage). Surtout, ces chiffres mesurent l'effet lié à une baisse de l'espérance de vie de deux ans, due à la pollution, pour une personne de trente ans. On ne peut donc comparer ces « *morts prématurées* » comme le font les journalistes et commentateurs à celles causées par les accidents de la route. A noter qu'aucun journaliste ne s'est intéressé à la méthodologie utilisée pour arriver à ces conclusions : lorsqu'on voit les écarts de chiffres entre les estimations de Santé Publique France et celle de l'INSERM il n'est pas sans intérêt d'attirer l'attention sur ces écarts, voire de tenter de comprendre ces différences.

Un peu plus tôt dans l'année, la réduction de la vitesse maximum à 80 km/h sur les routes secondaires a donné lieu également à des conclusions hâtives. Des médias ont laissé par exemple entendre que le but était d'abord de « *remplir les caisses de l'Etat* ». Des données relevées sur des tronçons routiers où la mesure avait été expérimentée illustraient cette affirmation : un radar réglé sur 80 km/h avait enregistré 931 excès de vitesse en 2016 alors que l'année précédente, réglé sur 90 km/h, il n'avait retenu que 340 infractions. Autant d'amendes supplémentaires perçues par l'Etat. CQFD pour les journalistes opposés à cette décision. Mais un quotidien local a précisé, contrairement à certains titres de la presse spécialisée, que le radar réglé sur 80 km/h *flashait* désormais dans les deux sens de circulation...

Autre exemple de **traitement qui simplifie trop des sujets complexes au risque de ne pas respecter les faits** : plusieurs articles de presse se sont appuyés sur une étude conduite par l'INSERM, l'INRA et Paris 3 en septembre 2018 pour affirmer que le bio réduisait les risques de cancer. « *Manger bio réduit bien le risque de cancer* » affirme un hebdomadaire, « *Manger bio réduit vraiment de 25% le risque d'avoir un cancer* » titre un quotidien et une télévision « *Manger bio réduit de 25% les risques de cancer* ». Or la réalité est à nuancer : l'enquête s'appuie sur une base de volontaires attentifs à leur alimentation qui n'est pas représentative de la population française. Surtout elle établit une corrélation, pas une causalité. Certes ce constat a une valeur indicative sérieuse, toutefois ses auteurs eux-mêmes notent que ces « *résultats doivent être considérés comme une première piste d'investigation* » et que « *le lien de cause à effet reste à démontrer* ».

Rectifier, reconnaître ses erreurs est une règle déontologique de base. **Appuyer ses commentaires ou éditoriaux sur des faits établis et vérifiés aussi**. Deux journalistes glosent en direct sur une phrase attribuée à l'ancien premier ministre français et candidat à la mairie de Barcelone, Manuel Valls : « *je suis un Espagnol en vacances en France depuis une quarantaine d'année* ». Or, la phrase est une parodie d'un humoriste. Les deux débatteurs reconnaîtront leur erreur un quart d'heure plus tard, pas plus gênés que cela d'avoir longuement analysé ce bouteillon.

Evoquer des événements historiques demande le même souci d'exactitude qu'un reportage d'actualité. « *Le 21 septembre 1938 (...) le gouvernement de la République espagnole cède aux injonctions des Nations Unies et dissout les Brigades internationales* » lit-on en septembre dans un quotidien. Les Nations Unies n'y sont pour rien car créées en 1945. Ce n'est pas leur ancêtre la Société des Nations qui a demandé la dissolution des Brigades Internationales mais un Comité international pour la non-intervention en Espagne. Une erreur par ignorance qui trompe le public, et éloigne le lecteur averti.

Ce manque de recherche ou de connaissance historique se retrouve dans un sujet télévisé pourtant ambitieux sur le 60e anniversaire de la Ve République. On y parle, pour évoquer les événements algérois de mai 1958, du « *putsch d'Alger* » terme que les historiens réservent à la rébellion avortée conduite par quatre généraux en avril 1961. On y évoque l'opposition de François Mitterrand à « *un coup d'état permanent* », expression que le leader de la gauche n'utilisera que 5 ans plus tard, et on y illustre son choix de voter non au référendum du 28 septembre 1958 par l'extrait d'un discours qu'il a prononcé en avril 1964. Certes le fond est là mais les faits l'étayant sont inexacts.

Plus étonnant encore est de lire en mars 2018 sur un site d'informations financières que le Portugal est désigné par l'expression « *le pays de Salazar* ». Le dictateur est mort en 1970 et son régime a été renversé 4 ans plus tard. Nostalgie ou incompetence ? On penchera pour la seconde explication en lisant dans le même article que la note de ce pays, qui était passé de BB+ à BBB-, est abaissée. Il s'agit en fait d'une amélioration : dans l'échelle de notation Standard & Poor's, BB+ est la moins mauvaise des appréciations négatives et BBB- la plus petite des appréciations positives.

Plus anecdotique est la volonté d'une radio de ne diffuser lors du 20e anniversaire de la - première - victoire de l'équipe de France en coupe du monde de football que des informations et des extraits sonores datant de 1998. Aucune mention n'a explicité ces rediffusions qui ont dû dérouter plus d'un auditeur.

Traduttore, traditore dit on en Italie, traduire, c'est trahir. **Une mauvaise traduction fait entorse à l'exigence d'exactitude.** Le CSA a mis en demeure une chaîne de télévision pour un sujet sur la Syrie où un intervenant parlait de la famine qu'il subissait alors que la traduction française évoquait une simulation d'attaque chimique. La rédaction a plaidé l'erreur technique due à l'inversion des traductions sur le conducteur transmis par l'agence d'images fournissant les éléments de reportage.

Le plagiat n'a pas disparu. De très larges extraits de l'enquête d'une correspondante de RFI sur l'évasion d'un français d'une prison malgache se sont retrouvés dans un hebdomadaire parisien. « *Des tournures de phrases et des citations entières sont copiées collées de mon article* » se plaindra la jeune femme.

Que des médias reprennent les bonnes idées des autres, soit, s'il est apporté un plus au sujet et son origine citée. Contre-exemple : un papier d'un site d'information en ligne sur les pratiques commerciales d'un opérateur téléphonique, fruit d'une enquête de plusieurs semaines, a été « adapté » pour la télévision et diffusé en octobre. La chaîne a largement démarqué l'enquête écrite, et n'a pas pris la peine de citer l'origine de son sujet. On y voyait même un témoin tenir une copie de l'article source.

2018 a eu son lot de photos détournées sur les réseaux sociaux - notamment pendant la mobilisation des « gilets jaunes ». Un exemple parmi d'autres : une réunion de supporters de rugby à Clermont Ferrand en 2017 a été présentée comme une manifestation réussie de « gilets jaunes » en 2018. Il faut souligner que de plus en plus d'articles dans la presse et à la télévision démontent systématiquement ces manipulations.

Mais des médias aussi ont pris des libertés avec les images. Il y a eu ce direct depuis les Champs Elysées au début de la crise des « gilets jaunes », où le journaliste, filmé devant une partie dépaillée de l'avenue, omettait de dire qu'il s'agissait d'une zone de travaux. Le public imputait logiquement aux manifestants l'état de la chaussée. Le cas le plus significatif est celui de France 3 retouchant des photos utilisées en décor de fond de plateau, ajoutant un personnage en premier plan dans un cas ou

effaçant le mot « *dégagé* » dans un autre. La chaîne a présenté ses excuses au public, et plaidé l'erreur ou le manque de discernement individuel. Mais l'affaire a nourri le soupçon de censure et de manipulation générale. Un séminaire autour de l'image devait être organisé par France Télévisions, et le Directeur exécutif en charge de l'information a adressé à toutes les rédactions une note de service sur les images : « *la rigueur journalistique est aussi importante pour les illustrations que pour les reportages* » a-t-il rappelé.

Utiliser une image de composition pour illustrer un article peut se concevoir. Encore faut-il en informer le lecteur. On retiendra la photo montage illustrant une enquête sur l'hostilité aux éoliennes dans un quotidien, où deux pylônes figurent en arrière-plan de l'abbatiale de Saint-Jean d'Angély en Charente Maritime. L'effet est saisissant. Mais il n'est pas dit que c'est un montage photo réalisé par l'association qui milite contre l'implantation d'éoliennes dans la région. Le journal a pris conscience de sa faute, puisque la page en question n'est plus accessible directement sur internet.

Tout aussi inacceptable est la rediffusion discrète d'images anciennes dans un reportage télévisé. Cela a été le cas en avril sur une chaîne nationale avec un documentaire sur Notre-Dame-des-Landes. Annoncé à grand renfort de superlatifs, c'est en fait la reprise d'une enquête faite en 2015 augmentée de quelques images tournées en 2018. Mais le public ne l'a pas su.

L'exactitude et le respect des faits demandent enfin le choix du mot juste. Il est faux de dire, comme cela a été entendu dans la bouche d'un reporter sur une chaîne d'information en continu, que « *des tanks ont pris position sur la place Pey-Berland* » à Bordeaux. Des tanks sont des véhicules équipés de chenilles et armés d'un canon, en français des chars de combat. Là, il s'agit de véhicules blindés de la gendarmerie. Ce n'est pas la même chose, et le mot n'a pas le même impact auprès des téléspectateurs. De même le mot « *guérilla* » voire le mot « *guerre* » employés par des politiciens ou des polémistes pendant la crise des « *gilets jaunes* » ne caractérise pas factuellement ce qui s'est passé dans les rues de plusieurs grandes villes. Les journalistes ne devraient pas omettre de le faire remarquer à leurs interlocuteurs et encore moins les employer. La même remarque vaut pour le mot dictature utilisé parfois pour fustiger la présidence d'Emmanuel Macron. L'écrivain algérien Kamel Daoud rappelait récemment « [qu'] *un dictateur, c'est un homme qui prend le pouvoir à la vie à la mort* ». Là encore on peut se demander si laisser passer sans réagir l'usage de ce mot dans un débat sur la situation en France est déontologiquement responsable.

Conditions de production

Les lignes éditoriales et les choix rédactionnels sont libres

Lignes éditoriales et choix rédactionnels sont l'apanage des directions et des rédactions. Pour la presse papier ou numérique, cela ne pose guère de problèmes : le positionnement éditorial est affiché, le journal revendique des « valeurs » religieuses, idéologiques, politiques etc. Le lecteur sait que le choix éditorial et l'angle de traitement d'un sujet, par exemple concernant le pape, ne sera pas le même à *La Croix* et à *L'Humanité*. En aucune manière, il n'y a tromperie, manipulation ou dissimulation à l'égard du public.

Il devrait en être de même pour les médias audiovisuels, même si du fait de leur audience les chaînes généralistes sont contraintes d'observer une ligne éditoriale consensuelle ou de respecter leur mission de service public. En revanche, les choix rédactionnels demeurent l'apanage des rédactions. Si France 2 ou TF1 consacrent la majeure partie de leur JT aux intempéries, c'est parce que les rédactions estiment qu'ils répondent aux attentes de leur public. Le téléspectateur mécontent peut aller voir ailleurs, par exemple sur Arte où les questions internationales seront plus présentes. Mais les médias audiovisuels sont scrutés avec plus d'attention, à cause de leur audience, du pouvoir supposé des images sur les foules et parce qu'ils sont placés sous la régulation du CSA.

Ce dernier, souvent sous la pression de téléspectateurs, se saisit alors de questions rédactionnelles ou éditoriales, parfois au grand dommage de la liberté d'informer. Quelques exemples.

Manquements à l'honnêteté, à la rigueur de l'information et à la diversité des points de vue : en juin 2018, la chaîne RT France est mise en demeure. Le CSA épingle RT pour ses traductions fallacieuses, qui sont évidemment une faute. Mais il a ajouté ce reproche : « *un manquement aux exigences de présentation honnête des questions prêtant à controverse et d'expression des différents points de vue* ». Ce qui fait problème ici, c'est le désir du CSA d'un traitement équilibré sur la Syrie, ciblé sur RT, alors qu'il peut concerner tous les médias, notamment la plupart des chaînes de télévision françaises.

En avril 2018, le CSA condamne le sujet d'un reportage diffusé sur W9 « *présentant des techniques de vol et du matériel mis en vente sur internet, destiné à faciliter le vol de bagages* » ; il est reproché au reportage de dévoiler comment ouvrir une valise notamment « *à l'aide d'un stylo, puis la refermer sans laisser de traces* ». Bien évidemment, on peut s'interroger sur la pertinence de diffuser ce genre d'informations, et dans quelle mesure la responsabilité du journaliste est engagée par une complaisance à l'égard de la délinquance. En regard, prêtons attention aux parlementaires qui ont voté la loi du 29 juillet 1881. Ils considéraient que l'incitation à commettre un délit ne pouvait être poursuivie que si elle était suivie d'effets troublant l'ordre public. Si non, alors l'incitation ou la provocation à commettre un délit ne ressortissait que de la liberté de pensée et d'opinion...

En novembre 2018, le CSA estime que France 5 a « *méconnu son obligation de rigueur* » pour avoir classé l'UPR à l'extrême-droite. Le classement de ce parti est un choix rédactionnel réalisé par des journalistes. On peut l'approuver ou le contester, mais il doit demeurer libre. La décision du CSA est « une victoire pour l'UPR », affirme ce parti dans un communiqué. Pas pour l'information.

Dans ce domaine des choix éditoriaux et rédactionnels, que penser du rapport parlementaire qui suggère de renforcer les obligations des groupes audiovisuels publics dans le traitement des questions européennes ? Encore une volonté d'orienter l'information ?

Liberté d'expression

Sur Europe 1, dans l'émission « Village Médias » du 17 octobre 2017, un invité déclare à propos d'une polémique l'opposant publiquement à un acteur français : « *Je sais bien qu'entre Trappes et Hollywood, il n'a pas eu le temps de maîtriser la langue française...* ». En 2018, Europe 1 est mise en demeure par le CSA, parce qu'elle « *est tenue, d'une part, de promouvoir les valeurs d'intégration et de solidarité qui sont celles de la République, de contribuer aux actions en faveur de la cohésion sociale et de lutter contre les discriminations et, d'autre part, de conserver la maîtrise de son antenne* ». Il semble que la liberté d'expression ne soit pas la première préoccupation du CSA.

Le 30 mai 2018, dans l'émission *L'heure des pros* de Pascal Praud sur Cnews, André Bercoff déclare : « *Moi, je vais vous dire. Je reconnais aux djihadistes - je vais peut-être scandaliser tout le monde - un courage et une cohérence* ». L'émotion déferle sur les réseaux sociaux. Saisi, le CSA « *a relevé que les invités présents sur le plateau ont pu exprimer leur désaccord face aux propos polémiques d'André Bercoff, permettant l'organisation d'un débat contradictoire au cours duquel différents points de vue ont pu s'exprimer sur cette question. Le Conseil a également considéré que le présentateur, en faisant part de ses doutes et de ses objections, avait assuré la maîtrise de l'antenne au cours de ces deux séquences* ». Le CSA est ainsi le défenseur de la liberté d'expression.

Ces contradictions démontrent que le « politiquement correct » n'a pas à guider les appréciations d'organes de régulation ou les choix éditoriaux. L'ODI n'innove pas en affirmant cette conviction. Lors du débat parlementaire sur la loi sur la liberté de la presse, Charles Floquet défend en ces termes la liberté d'opinion, le 25 janvier 1881 : « *Provoquer, c'est-à-dire parler ou écrire sur une question quelconque, c'est un acte de la pensée humaine, c'est l'expression d'une opinion. Elle peut être détestable, criminelle aux yeux de la morale, fatale, elle peut avoir tous les caractères que vous voudrez, elle ne devient criminelle ou délictueuse que si vous décidez que vous frapperez, dans une mesure quelconque, les délits d'opinion. Si vous décidez que vous ne frapperez pas les délits d'opinion, vous ne pouvez pas frapper la provocation, qui est une opération de l'esprit humain.* » La jurisprudence de la CEDH est particulièrement claire elle aussi, comme le montre l'arrêt *Handyside c. Royaume-Uni* (1976) : « *La liberté d'expression vaut non seulement pour les informations ou idées accueillies avec faveur ou considérées comme inoffensives ou indifférentes, mais aussi pour celles qui heurtent, choquent ou inquiètent l'Etat ou une fraction de la population* ».

Publicités politiques ou militantes

Les éditeurs de médias sont responsables des publicités au titre de la direction de la publication. Généralement, ils surveillent de près celles qui peuvent être contestables. Mais la question dépasse parfois la simple licéité des encarts et spots publicitaires, notamment lorsqu'ils peuvent entrer en contradiction avec la ligne éditoriale du média et avec les sensibilités de leur public. Quelques exemples.

Le 25 mars 2018, *Sud-Ouest* publie un encart dans *TV Magazine*, qui est livré « clés en mains » à de nombreux titres de la presse quotidienne régionale par le groupe Figaro qui en est l'éditeur. Cette page de publicité pour un organisme qui fait la comparaison entre le régime de retraites de la SNCF et le régime général, paraît en pleine grève de la SNCF et choque des lecteurs. Dans sa chronique, le médiateur de *Sud-Ouest* leur répond¹⁰ : « *Dans l'absolu, la déontologie est respectée puisque cet encart est bien identifié comme une publicité. Il ne peut y avoir de confusion avec un article ou un*

¹⁰ [« Retour sur une publicité » très orientée](#)

reportage. Le problème tient dans le message exprimé. Il provient d'une association militante et comme souvent, le ton est partisan. » Pas de faute déontologique donc, mais qu'en est-il de l'éthique ? Dans sa charte, *Sud-Ouest* va plus loin que la stricte application des règles de la profession et s'interdit d'accueillir des publicités à caractère prosélyte (adhésion à un parti ou à un comité de soutien notamment). Mais, dans le cadre de ces magazines livrés « clés en main », des entorses aux bonnes pratiques peuvent se produire. Bonnes pratiques que prône également *TV Magazine*, dont la direction a fait savoir que « *cette publicité ne reflétait en rien les opinions ou les idées de TV magazine et qu'elle s'engageait à ne plus accepter de messages de l'association* ».

Dans la même veine, des publicités véhiculant un message politique peuvent créer une confusion avec la ligne éditoriale. Ainsi, le 6 septembre 2018, les abonnés de *La Croix* ont reçu leur journal avec un encart édité par « La Manif pour tous », attaquant directement la loi bioéthique en discussion, assorti d'un appel aux dons. Ainsi encore, le 9 octobre 2018, *Paris-Normandie* publie-t-il une pleine page de publicité de la FILPAC-CGT appelant à la mobilisation pour la hausse des salaires et la défense des retraites. Ces deux cas ont donné lieu à un débat animé au sein de l'ODI. Certes, il n'y a pas de tromperie, les deux publicités étant clairement identifiées comme telles. Cependant, le risque est que le lecteur considère que le journal cautionne, voire approuve, le message militant. La confusion est souvent l'ennemie de la confiance.

Pratiques contestables ou inutilement contestées

Toujours en octobre 2018, l'utilisation d'un « off » de Gérard Collomb par *Valeurs Actuelles* pose-t-il question ? Non répond l'ODI : les journalistes ne sont pas tenus de respecter le « off », sauf en cas d'accord préalable dans des questions relevant de l'ordre public en temps de guerre ou d'épisode terroriste. C'est une affaire d'appréciation entre le journaliste et sa source. En grillant le « off », le journaliste risque de ne plus avoir accès à la source concernée, mais si l'information est utile au débat public, il ne commet aucune faute déontologique.

Actionnaires interventionnistes ou réservés ?

La question de la propriété des médias est aussi ancienne que la presse. Depuis deux siècles, des politiques et des militants dénoncent la mainmise des puissances financières sur les médias. Le 7 août 1848 à l'Assemblée nationale, Alexandre Ledru-Rollin proclamait : « *Voulez-vous créer au profit de quelques habiletés industrielles ou politiques d'irrésistibles instruments de domination qui livreront à quatre ou cinq directeurs de journaux les idées, l'honneur, la moralité de la France ?* » Anatole France, dans *L'Île des Pingouins*, publié en 1908 affirmait : « *La France est soumise à des compagnies financières qui disposent des richesses du pays et, par les moyens d'une presse achetée, dirigent l'opinion* ».

On pourrait multiplier les exemples de ces déclarations qui, d'hier à aujourd'hui, jettent l'opprobre sur les médias du fait de leurs actionnaires. De nos jours, il est commun de considérer que les médias français sont détenus par 8 ou 9 milliardaires qui imposeraient mécaniquement aux rédactions un traitement de l'actualité à leur avantage et au profit des politiques qui les servent.

L'ODI, qui traite de la déontologie de l'information et du respect de ses règles, n'a pas à se prononcer sur cette propriété des médias, sauf quand elle entraîne un conflit d'intérêts ou une pression directe sur le traitement rédactionnel.

C'est une question qui s'est posée en octobre 2018 au sujet du traitement par un quotidien régional, repris six mois plus tôt par un groupement d'entreprises. La publication d'articles vantant ces entreprises, ou édulcorés des éléments d'explication susceptibles de gêner certains de ces investisseurs, à la demande des actionnaires ou indirectement via la hiérarchie de la rédaction a ému en son sein et au-delà.

En la matière, la preuve est difficile à établir, parce que les pressions sont généralement tacites ou seulement orales. Mais il est certain que les rédactions et les directions des entreprises doivent être vigilantes : en effet, les éventuelles pressions finissent toujours par être dévoilées, ce qui entame la crédibilité du journal auprès de son public et rejaillit sur l'ensemble de l'information.

Le canular douteux du maire de Béziers

Le maire de Béziers, Robert Ménard, donne, grâce à son canular douteux en forme de poisson d'avril 2018 - un arrêté municipal interdisant la lecture du quotidien le Midi Libre sur la commune de Béziers -, l'occasion de rappeler que la liberté de la presse en France est garantie depuis la loi du 29 juillet 1881. Son premier article encadre la diffusion de l'information par voie de presse : « *l'imprimerie et la librairie sont libres* ». Il est donc impossible d'interdire la lecture et la diffusion d'un journal en France, tant qu'il respecte les dispositions du code civil, en particulier le respect des personnes, l'absence d'appels à la violence, la non diffusion de fausses nouvelles, etc. Car si la presse est libre, elle peut être condamnée pour propagation de fausses informations, contrairement aux réseaux sociaux.

Cette loi est complétée par la déclaration Universelle des droits de l'homme de 1948, dont la France est signataire, qui stipule dans son article 19 que « *Tout individu a droit à la liberté d'opinion et d'expression, ce qui implique le droit de ne pas être inquiété pour ses opinions et celui de chercher, de recevoir et de répandre, sans considération de frontières, les informations et les idées par quelque moyen d'expression que ce soit* ».

Robert Ménard, maire de Béziers, qui fut l'un des fondateurs de Reporters Sans Frontières, ONG de défense de la liberté des journalistes, invoque volontiers ces dispositions pour défendre ses idées proches de celles du Rassemblement National. Il sait pertinemment que son arrêté municipal interdisant la diffusion et la lecture du journal *Le Midi Libre* sur le territoire de sa commune ne peut être qu'une grosse farce.

Il est toutefois intéressant de noter que ce canular est resté affiché pendant plusieurs mois sur le site de la mairie de Béziers où, à l'exception d'un tampon en forme de poisson, il ressemblait, à s'y méprendre, à un arrêté municipal réel. Comme s'il s'agissait de semer le doute dans l'esprit des administrés de la commune et de les préparer à accepter de telles décisions, ce qui n'est pas neutre en ces temps de multiplication de fausses informations et de diabolisation de la presse. Le poisson d'avril était-il un poisson pilote ?

Respect des personnes

Les principaux cas traités cette année par l'ODI dans cette rubrique relèvent de deux problématiques : les atteintes à la vie privée et la couverture de formes de violences. Dans chaque cas, le critère déontologique est celui de l'intérêt pour le débat public, pour le citoyen. Le traitement de sujets qui concernent des personnalités, politiques ou autres, doit faire prévaloir l'intérêt du public à être informé, tout en assurant rigueur et contextualisation. La question de la représentation des classes populaires, des femmes, des personnes non-blanches, des handicapés, catégories dont le baromètre publié par le CSA relève chaque année la sous-représentation chronique, reste vive. Faire accéder aux écrans et aux programmes d'information les différentes catégories de la population avec équité est une préoccupation déontologique, comme le rappelle le code des pratiques de la Fédération internationale des journalistes (FIJ) : « *Le journaliste prendra garde aux risques d'une discrimination propagée par les médias et s'efforcera d'éviter de faciliter une telle discrimination, fondée notamment sur la race, le sexe, les mœurs sexuelles, la langue, la religion, les opinions politiques et autres et l'origine nationale ou sociale* ».

Respect de la vie privée

Révéler que le fils d'une actrice est hospitalisé dans un hôpital psychiatrique, comme cela a été fait par un magazine, est une atteinte grave à sa vie privée, la star n'étant pas la personne hospitalisée. L'éthique journalistique prévoit que l'intérêt général, celui lié au devoir d'informer le public, peut justifier des atteintes à la vie privée. Révéler la maladie d'une personne qui ne cherche pas à être célèbre, ne sert qu'à flatter une curiosité malsaine du public.

Le cas de personnalités politiques

La problématique assez classique du respect de la vie privée des personnalités politiques, sportives ou culturelles face au droit à l'information du public s'est une nouvelle fois posée à l'occasion de plusieurs perquisitions le 16 octobre 2018 au siège de La France insoumise et du Parti de gauche, et aux domiciles de Jean-Luc Mélenchon et d'anciens assistants du député LFI.

Ces perquisitions étaient menées dans le cadre des deux enquêtes préliminaires du parquet de Paris : l'une sur les soupçons d'emplois fictifs d'assistants au Parlement européen, l'autre sur les comptes de la campagne présidentielle de Jean-Luc Mélenchon en 2017 et le volet des dépenses facturées par Mediascop, dirigée par Sophia Chikirou, à l'époque responsable de la communication du candidat.

Le député LFI filme la perquisition à son domicile avec son portable. Il poste la vidéo sur Facebook et dénonce une « *énorme opération de police politique* ». Lors de la perquisition au siège de LFI, le député bouscule un représentant du parquet et un policier. Ces gestes ont été qualifiés le 20 octobre de « *coup de force* » par la procureure générale de Paris, Catherine Champrenault.

Le même jour, le chef de LFI dénonce la violation du secret de l'enquête sur ses comptes de campagne par Mediapart. Il qualifie « *d'ignominie* » la publication la veille d'un article dans ce média sur le déroulé de la perquisition à son domicile et affirmant l'existence d'une « *relation extra-professionnelle de longue date* » entre le député et Sophia Chikirou.

La perquisition est en soi une information. Son mode opératoire, dès 7h le matin, et la personnalité visée ont contribué à sa médiatisation, amplifiée par l'élu lui-même sur les réseaux sociaux. Et la révélation d'une relation privée entre deux personnes publiques est également une information d'intérêt général.

Au « *chacun a droit au respect de sa vie privée* » de l'article 9 de notre Code civil, s'opposent la liberté d'informer et le droit du public à être informé. La résolution du Conseil de l'Europe de janvier 1970 sonne comme un rappel aux personnes publiques que la protection de leur vie privée est un droit « *sauf dans les cas où celle-ci peut avoir des incidences sur la vie publique* ».

Des « incidences » sur lesquelles s'est appuyé le journaliste de Mediapart pour qui la vie privée d'un homme politique « *devient d'intérêt public quand elle percute le soupçon judiciaire d'enrichissement indu* » d'une personne décrite comme entretenant une relation avec cette personnalité. « *Elle n'est pas ma compagne* », a rétorqué M. Mélenchon, une affirmation reprise en pointillé par les médias.

Difficile de se retrancher derrière la vie privée pour ces deux personnes ayant une forte exposition publique par leurs fonctions et leur présence médiatique. Et les articles autour d'une enquête judiciaire ne sauraient être bridés par ce paravent du privé, d'autant qu'un des acteurs participe à la surenchère en usant des nouvelles plateformes médias. En filmant en direct la perquisition à son domicile, cette personnalité politique s'est départie de toute protection pour venir ensuite revendiquer son droit à la vie privée.

Informers sur les violences, sans sensationnalisme

Lors de l'année 2018 (et au début de l'année 2019) un grand nombre de sujets liés à des faits de violence, (violence de manifestants, violences policières, violences contre des journalistes, violences contre des policiers) ont été traités. Il est certain que l'information sur l'ampleur et la gravité de ces violences fait partie des éléments du débat public. Les occulter eût été une faute. Ces violences sont propagées sur les réseaux sociaux selon les groupes concernés. Ce n'est pas un argument pour que les médias les reprennent systématiquement. La diffusion de toute forme de violence ne peut pas servir de standard aux journalistes. La frontière est évidemment subtile entre le fait de ne pas cacher des informations au grand public, particulièrement défiant lorsqu'il s'agit de l'édulcoration des violences policières, mais certaines images peuvent aussi humilier les victimes. Dans ce cas, la diffusion de ces images vient redoubler la violence subie.

Images de la violence coloniale

Un cas d'école

La publication par *Libération* en septembre 2018 de photos extraites d'un livre sur la colonisation vue « *par le prisme de la sexualité* » a ouvert une polémique entretenue par le Collectif Cases Rebelles. La publication de ces images et les réactions qu'elles ont suscitées posent un intéressant débat autour du respect des victimes.

La Une, sous le titre « *le viol colonial, une autre histoire des empires* », présente une photo prise au Togo en 1950 : au premier plan dans la lumière, un homme blanc âgé, assis dans un fauteuil, vêtu de blanc, casque colonial assorti ; à l'arrière dans l'ombre, une fillette de race noire, debout, partiellement dévêtue, que le colon tient par la main. Les bandeaux de titre recouvrent en partie le corps de la fillette. En pages intérieures, d'autres images d'archives de femmes, dénudées, harcelées, photographiées dans les colonies au Sénégal, en Angola...

Ce dossier de *Libération* a été publié à l'occasion de la sortie du livre *Sexe, race et colonies*, ouvrage coordonné par cinq historiens, auquel ont contribué 97 chercheurs, historiens, anthropologues, archivistes. Dans cette somme de 544 pages, les auteurs retracent six siècles de domination occidentale, notamment dans les colonies d'Afrique et d'Asie, où la conquête des

territoires s'est accompagnée de violences sexuelles. Dans une interview à *Libération*, l'un des coordinateurs Pascal Blanchard explique que ces images sont « *la preuve que la colonisation fut un grand safari sexuel* ». Pour Cases Rebelles, elles sont « *immondes* ».

Dans une tribune intitulée « *les corps épuisés du spectacle colonial* », le collectif de défense des minorités, stigmatise les auteurs. « *Sous prétexte de dénoncer ou d'analyser, les bonnes âmes reconduisent la violence en diffusant massivement des images de femmes non-blanches humiliées, agressées, dont certaines sont encore des enfants sur les clichés en question* ».

Pascal Blanchard, spécialiste de l'histoire coloniale, répond en soulignant que la plupart des images du livre ont été longtemps cachées, marginalisées et oubliées par la suite : « *Pour vraiment comprendre le passé, il faut en montrer l'indicible* », faisant un parallèle avec le débat autour de la publication des premières images de la Shoah. « *La nudité fait partie du marketing de l'expédition coloniale* », justifie-t-il. La publication des photos doit servir à « *déconstruire* » l'imaginaire pour comprendre et montrer la violence coloniale.

Le collectif pose cependant la question du droit à l'image : « *Ne serait-ce pas d'abord aux personnes figurant sur les photos de répondre ? Les femmes, les enfants humilié.e.s, exhibé.e.s sur ces photos ou leurs ayants droit ont-ils donné leur autorisation ? Est-ce que l'on connaît même leurs noms ?* ». Pour Cases Rebelles, rien ne justifie que soit « *perdu le droit à l'image, leur droit au respect et à la dignité* ». Le collectif met en cause les journalistes qui « *ne peuvent pas se contenter d'essayer de faire leur travail : ils/elles doivent le faire avec un minimum d'éthique et de réflexion* ». D'autres médias, *Mediapart*, *Le Monde Afrique* et des publications étrangères ont également publié des photos de l'ouvrage.

Le collectif reproche à *Libération* de n'avoir pas expliqué son choix éditorial, en décidant de mettre ces photos « *massivement à disposition dans l'espace public, dans les kiosques, dans les boutiques de presse et sur internet* ».

Le quotidien n'a publié qu'une demi-douzaine d'images sur les 1 200 illustrations du livre. Soulignant la démarche documentaire pour raconter une autre histoire coloniale, « *celle de l'imaginaire et des fantasmes, appuyée sur un outil puissant, l'image* », l'article critique cette « *avalanche d'images* » qui montre « *le caractère systématique de la domination sexuelle des corps colonisés ou esclavagisés* ».

Fallait-il publier ces images - objet d'une recherche historique pour un ouvrage spécialisé -- dans un quotidien d'information grand public ? Fallait-il les diffuser, au regard du droit à l'information, de la liberté de choix éditorial, mais également au regard du respect et de la dignité des personnes ? Aurait-il mieux fallu décrire ces images sans les montrer, flouter les visages ? La question du droit à l'image se pose-t-elle, sachant que ce droit s'éteint avec le décès des personnes représentées ? Comment respecter la dignité des victimes de faits historiques datant de plus d'une centaine d'années pour certains ?

La publication de l'ouvrage est le résultat d'un long travail de recherche, de vérification, de confrontation et de mise en images de faits, par un nombre conséquent de chercheurs. L'ODI n'a pas à en juger.

La restitution faite par *Libération* répond à la liberté du choix éditorial. Le quotidien a choisi de mettre en Une le colon blanc dominateur de la fillette noire. Sans flouter son visage. La présence

des bandeaux de titre atténué quelque peu l'image de l'enfant. Les photos des pages intérieures, par leur gravité, leur brutalité, sont autant de dénonciations de pratiques coloniales.

Relations avec les sources

Les multiples aspects du phénomène des « gilets jaunes » sont l'occasion de « revisiter », dans toute leur diversité, des cas problématiques de relations aux sources. Ils ont marqué la fin de l'année, riche aussi, assez classiquement, de relations problématiques avec les sources politiques. Mais également les relations avec les clubs sportifs et d'autres acteurs événementiels ont été en 2018 particulièrement tendues : un symptôme à surveiller ?

Les « gilets jaunes »

Des chiffres discutés

Depuis le 17 novembre où des dizaines de milliers de citoyennes et citoyens arborant un « gilet jaune » dénoncent les mesures restreignant leur pouvoir d'achat. Les informations concernant la participation à ces manifestations, notamment celles du samedi, font partie des données essentielles. Les médias n'ont pas toujours fait preuve de la rigueur, plus que jamais indispensable, dans ce domaine. Il est vrai que la multiplicité des lieux et des cortèges rendait l'exercice difficile.

Les seuls chiffres énoncés, issus du ministère de l'Intérieur n'ont pas toujours été sourcés. Ils étaient répétés toute la journée sans préciser l'heure à laquelle ils avaient été rendus publics, généralement 14h00 alors que les défilés se poursuivaient plusieurs heures. Deux mois après le début du mouvement des « gilets jaunes », les chaînes d'information en continu se sont mises à sourcer ces chiffres, mais oralement alors que les bandeaux du bas de l'écran continuaient à afficher des chiffres sans source ni précisions horaires.

Des écrans en forme de cours de la bourse

Tous les médias ou presque ont été mis en cause pour leur couverture de ce mouvement social, mais les chaînes d'information en continu ont été clouées au pilori. Il leur a été reproché la surexposition de la moindre violence, passée en boucle, alors même que la très grande majorité des manifestations se sont déroulées pacifiquement. Les écrans de ces chaînes, divisés en plusieurs images, montrent incendies et assauts dans différentes villes même si le calme est revenu, même si c'est seulement deux poubelles qui flambent... Peu important ce qui se dit en plateau : cette construction de l'image renforcée par les sous-titres et les bandeaux impose l'idée d'une violence permanente. Les protestations des rédactions qui se sont réunies pour en discuter indiquent que ces choix sont contestés. Il leur a parfois été répondu que « c'est ce que veulent les téléspectateurs », sans qu'aucun élément ne vienne étayer cette affirmation.

Quand la liberté de l'Information est mise en cause par des policiers

Dans le cadre du mouvement des « gilets jaunes » une « mise à mort » de Macron a été singée à Angoulême au Parc de Bourgines le vendredi 21 décembre 2018. Un pantin est décapité. Les journalistes couvrent. Le 27 décembre suivant, trois journalistes de *La Charente libre* sont convoqués au commissariat d'Angoulême. Pas comme témoins mais comme « *mis en cause* » pour « *provocation non suivie d'effet au crime ou délit par parole, écrit, image au moyen de communication au public par voie électronique* ». Leur audition a duré une heure environ et, selon eux, « *le ton était cordial et le policier plutôt gêné* ». Pourtant les chefs de poursuites prévoient des peines de prison et des amendes pouvant aller jusqu'à 45 000 euros.

Cette procédure est inédite contre des journalistes exerçant leur profession. C'est une attaque grave contre la liberté d'informer et d'être informé. *La Charente libre* a rappelé que les trois journalistes « ont couvert cet événement - comme toute manifestation d'actualité - selon les critères déontologiques et conformes au droit à l'information ».

Information et surveillance sur les manifestations de « gilets jaunes » : de plus en plus de caméras !

Les forces de l'ordre sont de plus en plus souvent accompagnées de vidéastes « maison ». Cela crée, pour les manifestants, une confusion entre journalistes et policiers, d'autant que ces policiers cameramen sont presque toujours en civil. On en a même vu certains arborer un casque portant les lettres « TV » inscrites en blanc, à l'instar des reporters sur les terrains de guerre. Ces vidéastes filment les manifestants et les journalistes. Aucune information n'est donnée sur l'utilisation qui est faite de ces enregistrements.

Lors de l'évacuation des occupants de Notre Dame des Landes, des images filmées par des policiers ont été transmises aux principales chaînes de télévision ; certaines, comme France Télévisions, les ont diffusées alors que des équipes de reportage du service public avaient été empêchées de travailler par les forces de l'ordre.

De très nombreux vidéastes amateurs saisissent des moments de manifestations, notamment des scènes de violences aussi bien du fait de manifestants que de membres des forces de l'ordre. Ces images sont à considérer avec beaucoup de prudence. Elles peuvent, volontairement ou non, faire dire ce que l'on veut à un événement. Leur utilisation par les médias devrait être précédée d'un travail d'enquête et de recoupement rigoureux. Exemple le plus connu : la scène enregistrée par un reporter free-lance où l'on voit, en décembre à Paris, quatre motards pris à parti par des manifestants en colère. L'un dégage son arme pour se protéger. Seule la fuite leur permet d'échapper à de sérieux problèmes. Cette vidéo a provoqué une forte indignation en soutien aux policiers. Quelques heures plus tard des images d'une autre caméra montrent les instants qui ont précédé : on y voit les motards tirer des grenades de désencerclement vers la foule, ce qui éclaire l'enchaînement des événements. Le regard journalistique doit expliciter les images, les « légènder », les contextualiser.

Les journalistes cibles de manifestants et de forces de l'ordre

Ce mouvement des « gilets jaunes » s'est accompagné de violences à l'égard des journalistes comme on n'en avait rarement vues. Les méthodes utilisées par les forces de l'ordre (massage, utilisation importante de gaz et d'armes dangereuses) rendent les manifestants plus agressifs. La présence de nombreux policiers en civil, équipés de plus en plus de caméras et d'appareils photo, ne permettent pas de distinguer clairement qui est qui. Les reporters sont pris en étau entre des forces de l'ordre plutôt agressives et des manifestants qui s'en prennent aussi à eux. Le recours par des reporters à du matériel de protection, parfois de gardes du corps, pour aller couvrir un événement dans les rues des villes françaises est un signal lourd. Il y a une dégradation préoccupante du libre accès des journalistes aux événements se déroulant sur la voie publique et à leur couverture indépendante des pressions.

Plus d'une soixantaine d'agressions ont été recensées. Injures, insultes, menaces, agressions physiques allant jusqu'aux tentatives de lynchages, dégradations et vols de matériels par des manifestants. Des journalistes et particulièrement des photographes et des vidéastes ont été atteints par des tirs de grenades d'une précision qui laisse penser qu'ils étaient directement visés. Les forces de l'ordre ont multiplié les « confiscations » de matériels de travail et de protection : casques,

masques, lunettes, jambières et, même, cartes de presse. Plus d'une cinquantaine de plaintes ont été déposées pour des faits imputables à des manifestants ou à des policiers.

Cette grave dégradation des conditions de sécurité des journalistes couvrant des manifestations inquiète. Les syndicats de journalistes ont alerté le ministre de l'Intérieur, sans que cessent les agressions de journalistes par les forces de l'ordre. Cette situation a fait l'objet, le 11 décembre 2018 d'une alerte sur la Plateforme pour renforcer la protection du journalisme et la sécurité des journalistes du Conseil de l'Europe.

Pressions pour empêcher la parution de journaux

Non contents de s'attaquer à des journalistes, des groupes de « gilets jaunes » ont tenté à plusieurs reprises d'empêcher la diffusion de journaux. Plusieurs éditions de journaux du groupe Ouest-France n'ont pu être diffusées le 27 décembre après que des manifestants ont bloqué des camions à la sortie d'une imprimerie du groupe en Loire-Atlantique. En janvier 2019, une cinquantaine de « gilets jaunes » ont voulu bloquer le centre d'impression de *L'Est Républicain*, près de Nancy, mais les forces de l'ordre sont intervenues ; 20 000 exemplaires de *La Voix du Nord* n'ont pas pu être distribués. Même chose pour *Le Journal du Centre* et *La République du Centre* tandis que certaines éditions de *L'Yonne Républicaine* ont été livrées avec du retard. En février, 40 à 50 « gilets jaunes » ont empêché la distribution de 75 000 exemplaires du *Courrier de l'Ouest*, du *Maine Libre* et de *Ouest-France*.

Pouvoirs politiques et journalistes

Emmanuel Macron et les journalistes, méfiance et volonté de contrôle

« Lorsque le contre-pouvoir que la presse constitue, commence à être bâillonné, limité, encadré, lorsque l'indépendance de la Justice est remise en cause – et bien souvent, ces réformes sont jumelles –, c'est la vitalité de nos démocraties dans ce qu'elles portent depuis plusieurs siècles qui est ainsi bousculé. »

Le Président de la République adresse en ces termes ses vœux à la presse le 3 janvier 2018. Il prône la liberté d'informer et annonce la mise en chantier d'une nouvelle législation pour combattre les manipulations de l'information et certaines dispositions de régulation que la profession doit prendre. *« 2018, je le souhaite vivement, sera l'année de ce débat de fond parce que toutes les paroles ne se valent pas et parce qu'il est même des paroles qui ne sont ni journalistiques ni innocentes, mais de propagande et de projets politiques nocifs pour nos démocraties. »* Puis il s'engage : *« Je crois beaucoup plus fécond que chacun exerce son rôle dans son intégrité à distance des tentations de castes et de pugilats outranciers et avec un retour aux fondamentaux qui est d'abord le respect. Vous n'avez jamais entendu dans ma bouche des mots irrespectueux à l'égard de la presse et vous ne les entendrez jamais. »*

Et pourtant, rarement les relations entre un chef d'Etat et les journalistes n'ont été aussi difficiles. Les six premiers mois, escarmouches et interpellations se multiplient à l'encontre des journalistes. L'année démarre à peine et les psychodrames s'enchaînent. Des textos courroucés sont adressés à des directeurs de rédaction. Le 11 janvier 2018, *L'Obs* dénonce la politique migratoire du chef de l'État. En couverture et en gros plan, le visage d'Emmanuel Macron est entouré de barbelés. Crime de lèse-majesté ? Les foudres de Jupiter s'abattent sur l'hebdomadaire dont les journalistes sont à leur tour blacklistés. Sibeth Ndiaye, chargée des relations presse d'Emmanuel Macron, se félicite de les *« punir en annulant systématiquement leurs rendez-vous »*, écrit *Vanity Fair*. Sous le titre *« Emmanuel Macron et la presse, histoire d'un mépris »*, le journal revient sur cette période.

« Rarement, en effet, on a vu l'équipe d'un chef de l'État déployer une telle énergie pour contourner, voire contrôler la presse. Et jamais on n'a vu un président de la République assumer un tel dédain des journalistes : leçons de déontologie, petites phrases acerbes, fins de non-recevoir, avec, plus ou moins en sourdine, toujours la même petite musique sur le rôle supposé néfaste de la profession pour la démocratie, sur son irresponsabilité, sa futilité, son arrogance. »

Le 12 mars 2018, au cours du voyage présidentiel en Inde, la visite au Taj Mahal avec son épouse donne au chef de l'Etat l'occasion de « recadrer » une journaliste sur la définition du mot « privé ». Pourtant deux avions utilisés, dont un pour les journalistes, le célèbre site vidé de ses touristes, valaient bien quelques interrogations. Les médias s'en émeuvent et critiquent le chef de l'Etat et son entourage. Ils les accusent de vouloir réduire les journalistes au rang de thuriféraires du nouveau pouvoir.

Entre la transposition très restrictive de la directive européenne sur le « secret des affaires », véritable loi-bâillon contre les journalistes, les lanceurs d'alerte, les associations, les syndicats, les historiens et les chercheurs et la loi sur les manipulations de l'information, adoptée contre l'avis du Sénat, car potentiellement liberticide dans nombre de ses dispositions, les journalistes ne peuvent se réjouir des volontés de contrôle affichées par l'hôte de l'Elysée.

Survient l'affaire Benalla, du nom du chargé de mission auprès du président de la République. La presse révèle comment cet homme a fait « le coup de poing » contre un couple de manifestants le 1^{er} mai, dans des conditions illégales. Elle devient pour le chef de l'Etat, l'adversaire à combattre. Le 24 juillet, devant des députés de sa majorité et des membres du gouvernement, il tempête : « *Je vois un pouvoir médiatique qui veut devenir un pouvoir judiciaire. [...] Nous avons une presse qui ne cherche plus la vérité.* »

Cette défiance ressentie par les journalistes a trouvé une illustration dans la décision de la présidence de la République de déménager hors du Palais de l'Elysée la salle de presse réservée aux journalistes accrédités. Depuis des décennies, une salle donnant sur la Cour d'honneur permet aux journalistes accrédités des quatre grandes agences mondiales, l'AFP, Reuters, AP et Bloomberg de travailler en permanence, y compris la nuit et d'accueillir leurs confrères et consœurs en cas de nécessité. Il a été décidé de les installer dans une annexe du palais. Cet éloignement signifie un accès plus difficile aux sources, donc une information moins réactive et plus difficile à élaborer. L'Association de la presse présidentielle estime que cette décision « *piétine une tradition de transparence jamais démentie sous la Ve République* » et voit dans cette affaire un symbole, qui « *signale la place que la présidence attribue au rôle de l'information* ».

Le 31 janvier 2019, renouant avec les pratiques de ses prédécesseurs, Emmanuel Macron recevait quelques journalistes pour, semble-t-il leur donner sa vision du journalisme. « *Il faut s'assurer qu'elle [l'information] est neutre, financer des structures qui assurent la neutralité* ». Après la loi contre la « manipulation de l'information », le chef de l'Etat a fait ainsi part de son souhait d'aller plus loin dans le contrôle des médias.

La France Insoumise face aux médias

Quand un homme politique proclame : « *La haine des médias et de ceux qui les animent est juste et saine* », comme a pu l'écrire Jean Luc Mélenchon dans son blog, on peut s'attendre de sa part à toutes les outrances.

C'est ainsi qu'il a poursuivi tout au long de l'année ses attaques contre les médias, contribuant au développement dans le pays d'un climat de méfiance voire d'hostilité à l'égard des professionnels de l'information, alors même que les relations entre les médias et la classe politique se détendaient en l'absence d'enjeux électoraux.

En février, il s'en est pris avec véhémence dans son blog aux radios nationales qui avaient enquêté sur les comptes de campagne de son parti et sur la sincérité des chiffres publiés. Plutôt que de répondre, données à l'appui, il a, selon sa tactique habituelle, contre-attaqué et préféré se présenter en victime d'un complot.

Pour lui, ce sont les médias qui le poursuivent d'une haine sans fondement. Il existerait un « parti médiatique » dont il dénonce l'acharnement et la décomposition morale et professionnelle. Le caractère systématique et constant de ses attaques, reprises par les réseaux sociaux, sape la confiance dans une information qui se veut non partisane et creuse un fossé qui va s'élargissant avec l'ensemble de la population.

En octobre, à l'Assemblée nationale, furieux des perquisitions à son domicile et au siège de LFI, il s'en est pris à une journaliste de France 3 qui l'interrogeait sur ces faits, imitant de façon humiliante son accent du Sud-Ouest et ajoutant : « *Quelqu'un a-t-il une question en français?* ». Le procédé est connu : ne pas répondre aux questions, détourner l'attention, de préférence par des attaques personnelles.

Raquel Garrido, porte-parole de LFI, a elle aussi préféré les injures aux explications quand *Le Canard Enchaîné* a révélé qu'elle avait bénéficié d'une subvention réservée aux ménages très modestes pour la rénovation de son appartement. Interrogée sur la réalité des faits, elle s'est bornée à qualifier les journalistes de « *chiens* », évitant ainsi de fournir des explications et refusant tout débat contradictoire. Il est bien certain que la pluralité, la qualité de l'information n'ont rien à gagner de tels comportements qui, au bout du compte, nuisent au débat démocratique.

Outre-mer aussi...

A la Réunion, un député et le président de région semblent rivaliser dans la dénonciation des journalistes. Ce dernier, Didier Robert, a accusé publiquement un journaliste du *Quotidien de la Réunion* « d'incitation à la haine et au meurtre ». Le journaliste avait publié des documents accusant l'élu d'avoir fait voter discrètement des rémunérations importantes à son profit. Quant au député Thierry Robert, il a téléphoné en décembre au principal actionnaire du *Journal de l'île de la Réunion* pour proférer des menaces, sur le thème « *si le JIR reparle de moi vous le regretterez* ». « *Ces attaques* », a écrit la section SNJ de la Réunion, « *encouragent le grand public à mépriser, dénigrer et agresser les journalistes.* »

En Guyane également, des élus ne supportent pas les enquêtes. Une banale affaire de confusion de photo a provoqué une réaction excessive de la Communauté Territoriale de Guyane (CTR). Les faits sont simples : un totem implanté devant le lycée Léon-Gontran Damas de Cayenne supportait la photo d'un autre auteur guyanais. Un reportage de *Guyane 1^{ère}* a épinglé l'erreur et mis en cause la CTR. Celle-ci a démenti toute responsabilité dans le choix de l'image. Puis s'est littéralement lâchée, en dénonçant des « *manquements de certaines personnes qui confondent journalisme et militantisme politique et qui, de façon récurrente, malheureusement, se servent de leurs fonctions au sein des médias locaux pour se livrer à des campagnes de désinformation et de manipulation des opinions publiques au profit des personnalités politiques ou issues de la société civile qu'elles soutiennent et ce,*

au mépris de la déontologie la plus élémentaire dont pourtant devrait se prévaloir tout journaliste (ou présumé tel) qui se respecte. »

Les journalistes empêchés de couvrir un conflit social

Pour filmer dans les gares et informer sur la grève des cheminots début avril, il fallait avoir l'autorisation de la SNCF, mais elle n'est pas donnée à tous les journalistes. En effet dans plusieurs gares, Toulouse, Nice et Lille, pas d'autorisation de tournage, et une seule dans les gares parisiennes, à Marseille et à Lyon. Est-ce une tentative de la SNCF de verrouiller l'information ? La SNCF a envoyé ses propres images de la grève aux journalistes, ce qui n'est pas compatible avec l'exercice du métier, tel que la déontologie l'exige.

Clubs sportifs et médias, le désamour

Les sports, plus particulièrement le football et le rugby, sont de plus en plus dépendants du financement par des marques. Les clubs cherchent donc à donner d'eux-mêmes une image positive pour mieux attirer les sponsors et un public nombreux. Dans ce cadre, les accrochages avec la presse spécialisée augmentent.

C'est ainsi que Jean Michel Aulas, président de l'Olympique Lyonnais, insatisfait du compte-rendu du match lors d'un déplacement à Moscou, s'en est pris à un journaliste local qu'il a accusé d'avoir bénéficié des largesses du club. A tort, d'autant plus que c'était son journal qui avait payé le voyage. En l'occurrence, la presse sportive s'est montrée solidaire en boycottant la conférence de presse du dirigeant irascible.

Le rugby connaît des tensions similaires : la nouvelle direction du Biarritz Olympique a refusé d'accréditer le journaliste local dont elle n'avait pas apprécié les articles. Pire, elle a accusé le journal dans une lettre ouverte du 3 septembre 2018 d'avoir changé de ton après la fin d'un accord de partenariat qui, selon elle, représentait une forme de subvention annuelle pour le quotidien. Face à ces graves accusations celui-ci a décidé de porter plainte ; en outre, l'accès aux tribunes de presse est du ressort de l'Union des journalistes sportifs et non des clubs.

Déjà en 2016, le président du club de Tours avait été rappelé à l'ordre par la Ligue de football pour un comportement de même nature.

Plus grave, l'entraîneur de Laval a menacé le journaliste local de le frapper à la tête après que celui-ci l'a simplement interrogé sur ses choix tactiques. Le Stade Lavallois a qualifié l'incident de « *réponse laconique* ». L'entraîneur a depuis présenté ses excuses, évitant de justesse d'être visé par une plainte.

De tels faits sont fréquents aujourd'hui car la communication est devenue vitale pour des activités sportives qui sont des entreprises de spectacle requérant des fonds de plus en plus importants. Pour autant, le journalisme n'est pas de la communication et ne saurait se réduire au rôle de thuriféraire en cette matière également.

Le Paris Saint Germain (PSG) supporte très difficilement les critiques de la presse spécialisée. C'est particulièrement vrai pour les articles publiés par *L'Equipe* qu'il qualifie de « *média de désinformation* ». Deux incidents sont venus illustrer ce climat de défiance en fin d'année. Lors d'un déplacement à Belgrade les reporters de ce journal n'ont pas été autorisés à poser des questions. Les dirigeants du PSG n'avaient pas apprécié un article sur le fair-play financier et sur des risques de sanctions. Ils ont considéré que le journal avait ainsi « *nui à l'image du Club* ». Or, la presse n'est pas

là pour soigner l'image d'un club, elle est là pour rendre compte de faits, pour informer le public. C'est ce qu'a fait valoir le directeur de la rédaction dans un éditorial du 11 décembre « *la rédaction de l'Equipe travaille pour ses lecteurs* ». La semaine suivante un attaché de presse a empêché les journalistes d'assister à une conférence de presse qui avait lieu au Camp des Loges où les joueurs s'entraînent. Il s'agit là encore d'une entrave à la liberté de la presse.

Le PSG a précisé depuis comment il envisage ses relations avec les médias en tentant de leur faire signer un document qu'il qualifie de « *charte* » et qui revient à permettre au service de communication du club de décider qui peut assister aux conférences de presse. L'Union des journalistes sportifs a fait barrage mais l'on voit ce qui est en jeu : informer librement ou communiquer suivant le bon vouloir d'un club.

Le rock aussi

Ce qui est vrai pour le football le devient dans des domaines sans cesse plus nombreux où les intérêts économiques en jeu vont à l'encontre du respect de la liberté d'expression. Le monde de la culture n'est pas épargné. L'ODI a déjà évoqué les exigences de certaines productions sur les conditions mises pour l'accès des critiques à des avant-premières. En 2018, les producteurs de spectacle ont exercé des pressions inappropriées au moins à deux reprises. L'agent du chanteur Sting a exigé la « Une » du *Courrier Picard* comme droit d'accès à la vedette que le journal voulait interviewer à l'occasion d'un festival local : il a en outre récusé la journaliste désignée pour couvrir l'événement ; le quotidien a décidé de ne pas couvrir le concert. A Marmande, la direction du festival Garorock a refusé de laisser entrer les journalistes de l'hebdomadaire départemental *Le Républicain* qui avait révélé que ce festival allait être racheté par un grand groupe de communication.

Une autre difficulté est apparue dans les relations entre médias et organisateurs de spectacle : l'utilisation d'images enregistrées, par exemple pendant un concert. Une salle de spectacle est considérée comme un lieu privé. Il est difficile d'y faire valoir le droit à l'information tant les intérêts croisés des différents acteurs de l'événement sont protégés par des contrats. La prise de vue y est soumise à autorisation. Son refus ne peut être assimilé à une censure. Il est hélas de plus en plus fréquent, les ayants-droits redoutant la diffusion d'images clandestines sur les réseaux sociaux. Malgré tout, le droit à la prise de vue est parfois accordé au titre de l'information du public. Avec la tentation de contrôler ce qu'on a accordé : ainsi lors d'une prestation de Bertrand Cantat au Zénith de Pau, le producteur avait exigé « *de valider une sélection de 15/20 photos* » avant parution dans le quotidien local. *La République des Pyrénées* a refusé et n'a publié aucune image du concert. Le producteur, l'artiste et le propriétaire de la salle n'ont en effet aucun droit de regard sur l'information concernant leur prestation.

Le secret des affaires contre le droit à l'information

L'adoption d'une loi sur le secret des affaires le 30 juillet 2018, telle qu'elle résulte de la transposition, en droit français, d'une directive européenne du 14 avril 2016 a été analysée au sein de l'ODI comme potentiellement attentatoire à la liberté d'informer. L'objectif de la directive était de protéger les entreprises de l'espionnage économique sans menacer la liberté de l'information. Mais, alors que la directive européenne visait à protéger les savoir-faire et les secrets industriels des entreprises, la loi française l'a étendue à l'ensemble des données de ces entreprises.

Le Monde en a subi les conséquences, en se voyant refuser par la CADA (Commission d'accès aux documents administratifs) l'accès à des documents d'intérêt public – la liste des implants médicaux

certifiés sur le marché européen et autorisés ou non à être commercialisés – réclamés, au cours de l'enquête « Implant Files », menée en collaboration avec le Consortium international des journalistes d'investigation (ICIJ).

La CADA considère que la communication de ces informations « *serait susceptible de porter atteinte au secret des affaires* ». Selon maître Spinosi, avocat du *Monde* : « *Nous sommes face à une autorité publique qui refuse de communiquer certaines données sans fournir de justification, alors qu'elles présentent un intérêt évident pour la santé publique* ».

Certes, une clause avait été intégrée à la directive européenne, puis à la loi française, pour rassurer les opposants à ce projet de loi, inquiets de ses conséquences sur le droit à l'information : l'article L.151-8 de la loi exclut le recours au secret des affaires lorsqu'il s'agit d'« *exercer le droit à la liberté d'expression et de communication, y compris le respect de la liberté de la presse, et à la liberté d'information telle que proclamée dans la Charte des droits fondamentaux de l'Union européenne* ».

D'où le recours en référé contre cette décision devant le tribunal administratif de Paris a été déposé par maître Spinosi, « *pour obtenir la communication de documents d'intérêt public liés aux dispositifs médicaux, protégés par le secret des affaires* ». Ainsi donc, les craintes de l'ODI concernant le texte de loi de transposition en France de la directive européenne sur le secret des affaires sont vérifiées par cette affaire exemplaire qui concerne la santé, quelques mois seulement après que la loi a été promulguée.

Publicité rédactionnelle, publicité cachée, publicité qui ne dit pas son nom...

Chaque année les cas pullulent, se ressemblent ; il est difficile de savoir si des progrès sont accomplis. La recette est commune : faire un article sur une entreprise, un pays, un homme de façon positive, sans recul, sans critique, sans même permettre au lecteur ou à l'auditeur/télespectateur d'avoir sa propre opinion ou au moins de s'interroger.

Voir et entendre un reportage sur la reprise du tourisme en Egypte, soleil, mer, descente sur le Nil, désert, coraux, plongée sous-marine dans la mer Rouge..., tout cela agrémenté de belles images, diffusé par une chaîne du service public, pendant le froid hiver français, c'est troublant : reportage ou publicité ? Naïveté ou contrepartie d'un « cadeau ? Et pourquoi une radio de service public vante-t-elle fin février à une heure matinale de grande écoute une marque de saucisse à l'occasion d'un concours agricole ? Une fois c'est bien ; cinq fois, c'est inadmissible... et indigeste.

Un groupe de presse, la déontologie et un cabinet de conseil et d'audit

Le 30 octobre 2018 dans tous les journaux d'un groupe de presse régionale, une page entière est consacrée au bien-être au travail instauré dans une entreprise exemplaire : Price Water House Coopers, cabinet international d'audit et de conseil. Curieuse unanimité.

Sous le titre « *Le bien-être réorganise le travail* », la fin des bureaux attitrés et le travail à distance y sont largement prônés. Si l'on croit les éléments relevés dans l'article, non signé, les salariés sont les plus heureux du monde. Le groupe emploie 6 400 collaborateurs en France. Aucune mention de publicité ou de publi-reportage mais un simple encadré : « *Ce dossier complet s'inscrit dans l'opération Repère Confiance soutenue par l'Institut de l'entreprise et le groupe de presse EBRA auquel appartient votre journal. Repère Confiance est un label pour des actions d'insertion et de citoyenneté réalisées par les entreprises. Nous publions un mardi sur deux un dossier Repère Confiance.* »

L'ODI rappelle que la confusion entre information et communication ou publicité menace la relation de confiance entre les médias et leurs publics. Il renvoie sur ce sujet à l'avis du Comité d'éthique de l'ARPP, « Communication et information, une confusion accrue ». L'Autorité de régulation de la publicité elle-même dénonce le « *risque d'une orientation de l'information dans l'intérêt de la publicité* » lié aux « *aux nouvelles formes d'influence et aux nouveaux outils* » dont disposent les publicitaires¹¹.

Censure et conflits d'intérêts, encore et toujours...

La Provence retirée de la vente dans plusieurs Monoprix à Marseille

Le titre du journal le 10 novembre était sans ambiguïtés : « *Scandale au supermarché* », et l'article relatait l'expulsion d'un Monoprix, Boulevard de la Blancarde, d'un jeune aveugle de 25 ans qui était accompagné de son chien. La vidéo de la scène qui a beaucoup circulé sur les réseaux sociaux a aussi tourné sur les chaînes de télévision. Le lendemain, le journal n'était plus accessible dans plusieurs établissements de cette enseigne. Le président de Monoprix a confirmé le retrait du journal de certains points de vente pendant quelques jours ; il a affirmé que l'initiative ne venait pas de la direction mais « *du vécu émotionnel de certaines personnes en magasin qui ont pu se sentir attaquées* ».

Bolloré : « Vincent tout-puissant »... les procédures se multiplient

En 2015, Jean-Pierre Canet et Nicolas Vescovacci travaillaient pour Canal+. Leur documentaire sur le Crédit mutuel-CIC avait été déprogrammé par Vincent Bolloré à la demande du PDG de la banque. Il avait finalement été diffusé sur France 3. En janvier 2018, *Vincent tout-puissant*, le livre-enquête signé de ces deux journalistes, révèle certaines tactiques et pratiques habituelles de Vincent Bolloré ; pas moins de cinq plaignants poursuivent les auteurs : Vincent Bolloré à titre personnel, Bolloré SA, Bolloré Logistics, Vivendi et Canal+.

Nicolas Vescovacci, co-auteur avec Jean-Pierre Canet du livre, est poursuivi en diffamation ; en cause, une cinquantaine de passages, qui portent sur les activités de Bolloré en Afrique, des propos tenus par son ancien associé Jacques Dupuydauby ou ses relations d'intérêts avec Nicolas Sarkozy. Vincent Bolloré réclame 750 000 euros de dommages et intérêts. La défense, représentée par maître Bourdon, demande 30 000 euros pour procédure abusive et 10 000 euros au titre des frais de justice. L'avocat parle de procédure-bâillon : « *Vincent Bolloré veut faire de la 17^{ème} Chambre [ch. de presse] une alliée de sa conception du journalisme, lui qui estime en outre que «c'est celui qui paie qui décide»*. Néanmoins, les nombreuses procédures que Vincent Bolloré a initiées ces dernières années pour diffamation ou dénigrement ont rarement abouti à des condamnations.

Sa défaite la plus emblématique est la relaxe de France 2 et du journaliste Tristan Waleckx poursuivis pour avoir diffusé en 2016 dans le reportage « *Vincent Bolloré, un ami qui vous veut du bien* » des témoignages d'ouvriers agricoles travaillant dans des exploitations d'huile de palme au Cameroun, dont M. Bolloré est actionnaire. Le tribunal a jugé que le documentaire n'était pas « *constitutif d'une infraction* ». Mais Tristan Waleckx est également poursuivi pour diffamation et convoqué par un tribunal de Douala au Cameroun, où il risque la prison ferme.

Secret-défense : la procédure contre les journalistes du Monde classée sans suite

¹¹ <https://www.cep-pub.org/avis/avis-du-cep-communication-et-information/>

Une procédure ouverte pour compromission du secret de la défense nationale contre deux journalistes du *Monde*, Gérard Davet et Fabrice Lhomme, a été classée sans suite le 2 octobre 2018. Ils avaient publié le 24 août 2016 un document détaillant la préparation d'un bombardement des bases militaires du régime de Bachar Al Assad en août 2013, en rétorsion contre les attaques chimiques du président syrien, plan jamais mis à exécution. Les deux journalistes n'ont pas été poursuivis, le Parquet de Paris se contentant d'un rappel à la loi. Ils accomplissaient en effet leur travail de journaliste en révélant la teneur de ce plan d'attaque. Le ministre de la défense de l'époque, Jean-Yves Le Drian, avait d'ailleurs minimisé cette « fuite » invoquant le fait qu'il s'agissait « d'évènements remontant à trois ans [...] sur une opération qui n'a pas eu lieu ».

Filocher un journaliste pour connaître ses sources

L'association de la presse judiciaire (APJ) dénonce en octobre une nouvelle atteinte à la protection des sources. Une journaliste de BFMTV a fait l'objet d'un « suivi » par les services de police lors de la préparation de son documentaire sur le braqueur Redoine Faïd. La direction de BFMTV a adressé un courrier au directeur général de la police nationale et au procureur de la République de Paris afin de connaître la nature de ce « suivi ». Un journaliste ne peut en aucun cas servir de « poisson-pilote » aux magistrats et aux policiers en charge d'une enquête judiciaire.

Lanceur d'alerte non merci

En octobre, une jeune femme témoigne à visage découvert à la télévision de son expérience dans plusieurs EHPAD de la région de Marseille. Elle filme également des pensionnaires visiblement délaissés et assoiffés dans un EHPAD une nuit où elle effectuait une mission d'intérim. Ce sont les séquences fortes d'un numéro d'« Envoyé Spécial » sur France 2. Le lendemain de la diffusion, l'hôpital où la jeune femme venait de signer un CDI, établissement sans lien avec les faits qu'elle avait dénoncés, a mis fin sans explication à sa période d'essai. La jeune femme a dit ne rien regretter. Mais le message est clair pour d'autres employés : ne témoignez pas.

Une société bulgare déboutée dans son procès contre un média

Dans une affaire où le fondateur et rédacteur en chef du média spécialisé dans les questions d'éthique financière *Deontofj*, Gilles Pouzin, était poursuivi par une société bulgare, en lien avec le trading Forex, les demandeurs s'estimaient victimes d'une « atteinte à leur honneur et à leur réputation ». Le juge des référés du TGI de Paris a rejeté la demande en mars 2018. Il rappelle que « Le demandeur ne peut, notamment pour échapper aux contraintes procédurales de la loi du 29 juillet 1881, se prévaloir pour les mêmes faits de qualifications juridiques distinctes », concluant qu'il ne pouvait que « requalifier l'action entreprise en action en diffamation », et donc prononcer la nullité d'une assignation ne respectant pas les dispositions de l'article 53 de la loi du 29 juillet 1881.

L'Azerbaïdjan débouté

Alors que les poursuites abusives contre la presse se sont plutôt multipliées en 2018, une bonne nouvelle est intervenue en septembre. L'Azerbaïdjan a été débouté (pour la deuxième fois) de sa plainte contre Cash Investigation qui, dans une émission diffusée en 2015 avait qualifié cet Etat de « dictature ». Après trois années de procédures, la justice française a tranché dans le sens de la liberté de la presse telle qu'elle est prévue dans la loi de 1881. En effet ce texte vise à préserver des dangers de la censure. « Il ne peut donc en aucun cas être utilisée par un Etat, qu'il soit français ou étranger », a rappelé la Cour d'Appel.

Initiatives positives

Au chapitre des bonnes pratiques l'année 2018, dans la continuité de 2017, a été marquée par un souci croissant de multiplier démarches et outils pour lutter contre la désinformation. Par ailleurs, un certain nombre d'exemples affichent une volonté accrue des journalistes d'exercer leur profession dans des conditions de liberté et d'indépendance, notamment face aux pressions politiques ou économiques.

Refuser les pressions en tous genres

Ce point a été particulièrement réaffirmé en 2018 par nombre de journaux et de journalistes.

C'est le cas de *La Voix du Nord* qui a souhaité prendre des distances avec les politiques en ne faisant plus relire ni corriger leurs interviews avant publication, rompant avec une trop longue « *pratique qu'ils imposent à toute la presse écrite* » a estimé Patrick Jankielewicz, rédacteur en chef. Quelques temps auparavant *Les Echos* n'ont pas publié une interview de la ministre des Transports, Elisabeth Borne. La direction du quotidien économique a estimé que les propos tenus par la ministre avaient été réécrits de manière trop importante par les services de Matignon.

Une interview d'Emmanuel Macron pour *Society* n'a jamais vu le jour et aurait généré une crise avec son service de presse parce que Franck Annese a refusé la réécriture de l'interview. « *Je suis très attaché au sens des mots* », a déclaré le patron de *Society*. « *Relecture veut dire relire, pas réécrire. Je n'ai rien contre le fait que la personne relise le papier avant qu'il ne paraisse. J'ai en revanche un problème s'il me dit qu'il faut le changer et le réécrire (...)* »

Le Courrier Picard, quant à lui, a décidé de ne pas couvrir l'édition du festival « Rétro C bon » qui se tenait à Tilloloy (Somme) dont il était pourtant partenaire. La raison ? L'organisateur a refusé d'accréditer la journaliste désignée par la rédaction, faisant une entorse au principe essentiel d'indépendance des médias. De la même manière, *Le Courrier Picard* a renoncé à l'interview du chanteur Sting, dont le producteur exigeait comme contrepartie qu'elle fasse la Une du journal, faisant fi de la liberté de choix éditorial qui appartient à la rédaction.

Les journalistes du *Républicain de Marmande*, pour leur part, n'ont pas couvert le festival « Garorock » dont les journalistes ont été déclarés *personae non gratae*. Un article paru quelques semaines auparavant évoquant un possible rachat de l'événement par le groupe Vivendi Universal de Vincent Bolloré ayant fortement déplu aux organisateurs.

Réagir aux pratiques délétères et dangereuses

La Convention contre l'impunité des assassins de journalistes. En octobre 2018, la Fédération internationale des journalistes (FIJ) a lancé à l'ONU une campagne de sensibilisation à la nécessité de créer une « Convention internationale pour la sécurité et l'indépendance des journalistes et des autres professionnels des médias ». Contenant une série d'engagements, la future Convention vise à rassembler des textes internationaux existants mais épars et à les compléter, selon Anthony Bellanger, secrétaire général de la FIJ, dont l'organisation basée à Bruxelles représente 600 000 journalistes dans 134 pays.

Empêchée de couvrir la visite du premier ministre, une journaliste le fait savoir à l'antenne. Le Premier ministre, Edouard Philippe, ainsi que le ministre de l'Economie, Bruno Lemaire, se sont rendus sur le site de production de L'Oréal à Lassigny dans l'Oise. Une visite à laquelle Marie Roussel,

journaliste à France 3 n'a pas eu la possibilité d'assister, étant juste conviée au discours du Premier ministre dans une salle. Son retour à l'antenne a été des plus explicites : « *Je vais vous expliquer ce qu'est un reporter étymologiquement : c'est celui qui rend compte de ce qu'il a vu, or lors de cette visite, je n'ai rien vu* ». Elle a donc limité son propos au minimum. « *Cela s'appelle de la communication, pas du journalisme* », a-t-elle conclu.

Lutter contre les « infox ». De plus en plus de médias s'emploient à démonter les « infox ». Certains au cas par cas, d'autres, après *Le Monde* en 2014 avec « Les Décodeurs » et *Libération* en 2017 avec « Check News », dans le cadre d'une rubrique régulière.

France Info a développé un espace de fact-checking et de lutte contre les fausses informations et les rumeurs, accessible sur l'accueil du site internet et de son application : « Vrai ou fake ». Ce nouvel espace rassemble des contenus produits par Radio France, France Télévisions, France Médias Monde, l'Institut national de l'audiovisuel, Arte et TV5MONDE. Cette offre a pour objectif de passer au crible, recouper, démonter les fausses informations et répondre en continu aux questions et préoccupations des publics – téléspectateurs, auditeurs ou lecteurs. Méthodiquement, les rédactions vérifient les propos tenus en les confrontant aux données et aux lois, en identifiant les sources, la localisation et la datation des images comme des vidéos, en étayant leurs démonstrations avec des preuves tangibles, des documents, des liens hypertextes...

20 minutes, dans sa version numérique, a créé une rubrique « fake off ». Elle s'attache à démonter les rumeurs ou infox circulant sur la toile ou dans l'opinion : « *Nous ciblons les fausses informations très virales, mais aussi celles qui s'ancrent dans une actualité récente, ainsi que les rumeurs récurrentes et tenaces, qui peuvent revenir régulièrement sur les réseaux, même à plusieurs années d'intervalle* ». Parmi ses trophées, « *Non, cette photo ne montre pas un policier cassant une vitrine* », « *Attention à cette fausse citation de Macron sur les retraités* » ou « *Non, l'allemand n'a pas été supprimé d'une école au profit de l'arabe* ». Le journal conseille ses lecteurs sur le repérage des infox, et leur donne aussi la possibilité d'en signaler. Il s'est engagé à corriger ostensiblement ses propres articles lorsqu'une erreur est identifiée : « *Une mention sera apposée sur l'article en cas de publication d'une information erronée avec la mise à jour et rectification en haut de l'article* » et signale en Une les articles remis à jour. Pour ce travail mené en collaboration avec un réseau social, *20 minutes* détache trois journalistes.

La chaîne YouTube WTFake¹², lancée en 2017 et coproduite depuis 2018 par France Télévisions vise les jeunes adeptes des vidéos où on apprend en s'amusant. Sa fondatrice, la journaliste Aude Favre, y démonte des infox qui circulent sur le web et notamment YouTube. Elle publie aussi des vidéos pédagogiques sur l'information et répond en direct régulièrement aux internautes sur son travail et sur le journalisme.

Ne pas propager les on-dit

Pas de mort place de Charles de Gaulle à Paris. Au vu d'une vidéo montrant un homme tomber place de l'Étoile, plusieurs « gilets jaunes » accusent l'État et les médias de passer sa mort sous silence. Le moteur de recherche de *Libération* CheckNews a procédé à un vaste travail d'investigation pour arriver à la conclusion qu'il s'agissait d'une rumeur. Les journalistes ont pu infirmer tous les éléments qui la nourrissaient : une vidéo où une femme interprète la chute d'un homme comme sa mort ; le récit d'une autre femme qui n'a pas assisté à la scène et le dit à CheckNews, mais qui

¹² <https://www.youtube.com/channel/UC8Ux-LOyEXeioYQ4LFzpBXw> ou <https://www.france.tv/slash/wtfake/>

raconte qu'un homme a été ramassé par les CRS puis déclaré mort par les pompiers de Paris. Ces deux autorités le démentent, ainsi que des journalistes de LCI qui se trouvaient sur place. Enfin, une vidéo du sauvetage d'un homme, dont son auteur et un témoin indiquent que l'homme en question n'est que blessé.

Un faux témoignage décortiqué. Deux sites militants ont publié en avril le témoignage d'un parent d'élève sur « l'islamisation » d'une école publique à Angers. Ce témoignage s'est répandu comme une traînée de poudre sans qu'aucune vérification ne soit faite, avant d'être démenti dans *Ouest-France* par l'école concernée, par une de ses enseignantes, et par l'adjointe à la petite enfance à la mairie d'Angers. Cette dernière a évoqué une « *énorme calomnie, sans aucun fondement* ». Decodex (*Le Monde*) a décrypté cette intox. « *Les sites à l'origine de la rumeur ont, en fait, été piégés par un témoignage mensonger, qu'ils ont recopié dans leurs textes le jour même, sans aucun souci de vérification préalable. Un cas d'école des biais de la « réinformation » militante* ». Et de refaire tout le cheminement pour démontrer qu'il n'y avait eu aucune vérification d'information et qu'une rumeur avait été prise pour argent comptant, notamment parce qu'elle servait un positionnement militant.

Lutter contre le complotisme

Une campagne vidéo lancée par l'observatoire Conspiracy Watch contre les discours complotistes et de haine sur Internet. La première série traite du négationnisme et décrypte ses quatre piliers : « *l'ignorance des documents et témoignages* », « *la mise en doute des faits* », « *la falsification des preuves* » et « *la postulation de l'existence d'un grand complot* ». Une seconde a été lancée plus récemment. Ce projet intervient dans le cadre d'un partenariat avec la délégation interministérielle à la lutte contre le racisme, l'antisémitisme et la haine anti-LGBT (Dilcrah).

Eduquer aux médias

L'association « Entre les lignes », animée par des journalistes de l'Agence France Presse et du quotidien *Le Monde*, propose des ateliers d'éducation aux médias. Plus de 150 journalistes bénévoles de l'Agence France Presse, du groupe *Le Monde* et des retraités de ces rédactions y participent. Ces ateliers d'éducation aux médias et à l'information, au nombre de cinq, visent à aider le public et principalement les jeunes, à se repérer dans la « *société de l'hyper-information* », à susciter l'esprit critique, à lutter contre la désinformation, les discours de haine et les théories du complot. Elle peut aussi intervenir en direction des professionnels. Les interventions des bénévoles ont lieu principalement dans les établissements scolaires, les bibliothèques ou toute autre structure éducative. Plus de 230 ateliers ont été organisés en France et à l'étranger en 2018.

Défendre les lanceurs d'alerte

La Maison des Lanceurs d'Alerte (MLA)¹³, a été fondée fin 2018 par 17 associations et syndicats. Elle a pour objectif de mettre à disposition des lanceurs d'alerte une équipe d'experts (juristes, psychologues, avocats...) pour leur proposer un accompagnement personnel juridique, technique, psychologique, médiatique, financier et social. La MLA se dote d'un fond de dotations pour les aides d'urgence. Elle entend améliorer la loi par des actions permanentes aussi bien à Bruxelles qu'à Paris. Elle vise à sensibiliser et former les acteurs pour mieux traiter l'alerte et accompagner les lanceurs d'alerte.

¹³ <https://mlalerte.org/>

En agissant le plus souvent pour l'intérêt public, les lanceurs d'alerte se mettent dans des positions délicates en termes d'emploi, santé, vie privée... Pour les protéger, Mediapart, à l'instar de *Die Zeit*, *The Daily Telegraph*, *The Intercept* et WikiTribune, a décidé de s'associer à une fondation américaine, The Signals pour créer un consortium de médias qui récupèrent, analysent et publient un article à partir des données fournies par des lanceurs d'alerte. Ceux-ci peuvent bénéficier d'une aide juridique, financière et psychologique de la fondation The Signals.

Contre le harcèlement en ligne

Depuis plusieurs années la Fédération Européenne des Journalistes (320 000 adhérents) anime une campagne contre les propos haineux sur les réseaux sociaux. L'année 2018 a vu se multiplier les interventions par des séminaires et colloques.

Dans son rapport « *Harcèlement en ligne des journalistes : quand les trolls lancent l'assaut* », Reporters sans frontières donne l'alarme sur ce phénomène qui prend de l'ampleur. Il s'agit de faire taire les journalistes dont les propos dérangent, par des moyens qui peuvent être d'une rare violence. Pendant des mois, RSF a documenté ces attaques en ligne et analysé le mode opératoire des personnes ou groupes de pression qui utilisent les nouvelles technologies pour parvenir à leurs fins : limiter la liberté d'informer.

Face aux lenteurs et silences de l'administration

A l'initiative de l'Association des journalistes de Toulouse (AJT), des journalistes vont s'unir contre la rétention de documents publics. Il s'agit de regrouper les procédures pour obtenir des institutions les documents publics dont ils ont besoin pour leurs enquêtes ou reportages. L'idée est double : diffuser, par l'intermédiaire du site et des comptes sociaux de l'AJT, un article, à la demande du journaliste et de sa rédaction, expliquant l'obstruction d'une collectivité à produire un document public. Ainsi, la rétention de ce document sera rendue publique. D'autre part, s'associer avec des avocats qui apporteront une expertise juridique sur la valeur du document et la démarche du journaliste. Trois avocats toulousains ont déjà apporté leur soutien, bénévole, à cette initiative¹⁴.

Les mots justes

AJIR PSY, association de Journalistes pour une information responsable-psy, a édité en collaboration avec l'ODI, et à destination des journalistes, un dépliant de 4 pages qui fait la chasse aux idées fausses et au vocabulaire inapproprié. Il est disponible auprès de ces deux organismes¹⁵. En effet, « bipolaire », « schizophrène », « pervers narcissique »... le vocabulaire de la psychiatrie a envahi le langage courant pour des situations qui bien souvent n'ont rien à voir avec les pathologies. Un phénomène auquel les médias peuvent concourir. « *La définition populaire porte plus que la définition psychiatrique, et c'est un problème pour soigner les patients* » atteste un psychiatre du CHU de Montpellier. Exemple à l'appui : ayant diagnostiqué une schizophrénie chez un jeune patient « *Il me répond : « Je ne suis pas schizo. Le schizo, c'est le fou qui change tout le temps de personnalité et qui tue les gens, je suis pas comme ça, moi, docteur* ». Or, à la différence des pathologies somatiques, ces maladies ne se mesurent pas en scanners ou prises de sang, mais en mots prononcés. Le médecin estime qu'il sera compliqué de faire la police du langage en société, mais

¹⁴ <https://france3-regions.blog.francetvinfo.fr/medias-midi-pyrenees/2018/05/14/a-toulouse-des-journalistes-vont-sunir-contre-la-retention-de-documents-publics.html>

¹⁵ <https://ajirpsy.org/> et <http://www.odi.media/agenda/vade-mecum-pour-linformation-sur-les-maladies-psychiatriques/>

selon lui il faudrait mener une réflexion et faire de la pédagogie. C'est ainsi qu'au Japon, la schizophrénie a été rebaptisée « *trouble de l'intégration* ».

Ecarter les soupçons de conflit d'intérêt

Enfin, au chapitre des bonnes pratiques soulignons la décision de Radio France de ne plus faire couvrir le sport par le journaliste Franck Ballanger, le conjoint de la Ministre des Sports, Roxana Maracineanu.

Annexes

Conseil de déontologie, conseil de presse : de quoi parle-t-on ?

Libération, 17 février 2019

Les propos prêtés au Président de la République, ou au moins leur interprétation, ont relancé les fantasmes sur un conseil de presse - ou conseil de déontologie journalistique.

L'Observatoire de la Déontologie de l'Information, qui mène depuis 6 ans une veille sur la déontologie de l'information et milite pour la création en France d'un conseil de presse comme il en existe dans de très nombreuses démocraties, tient à préciser ce dont il s'agit.

Un conseil de presse ne «régule pas le journalisme», ne met pas les journalistes «sous tutelle» comme cela a été dit ou écrit. Il n'est pas un « ordre des journalistes », parce qu'il est composé de professionnels et de représentants du public, parce qu'il n'a aucune compétence sur l'accès à une profession, parce qu'il ne prononce aucune sanction.

Un conseil de presse ne se prononce jamais sur les choix rédactionnels des journalistes et sur la ligne éditoriale des médias. Celle-ci et ceux-là doivent demeurer totalement libres dans une démocratie. Au contraire, un conseil de presse condamne les pressions et interférences qui peuvent intervenir dans les choix éditoriaux des rédactions en ce qu'elles sont contraires à la déontologie de l'information.

Un conseil de presse n'est pas un tribunal des médias, ni un censeur de l'information. Il ne peut être saisi qu'après publication ou diffusion, jamais avant. Il ne donne pas de consigne sur les sujets ou les angles des journalistes.

Il ne s'exprime, par des avis établis contradictoirement, que sur le respect de la déontologie de l'information produite par des professionnels, telle que décrite dans les textes de référence de la profession de journaliste.

Un conseil de presse offre la possibilité d'une médiation ou d'un avis lorsque le public a le sentiment que la déontologie du journalisme n'a pas été respectée. Il a un rôle pédagogique envers le public et vers les professionnels.

Dans les pays où existe un conseil de presse dynamique, notamment dans vingt pays de l'Union européenne (Allemagne, Royaume-Uni, Belgique, etc.), la confiance du public dans l'information croît. Et la liberté de la presse est plus assurée.

Un conseil de presse n'est pas une instance politique ou administrative. Ses membres sont désignés par les éditeurs et les journalistes, pas par le pouvoir politique. Aucun représentant des pouvoirs exécutif, judiciaire ou législatif ne participe à un conseil de presse.

Un conseil de presse est un des garants de la liberté d'informer et du droit du public à être informé dans une société démocratique. Son indépendance repose sur la volonté des éditeurs, des journalistes et du public de défendre une information de qualité en dehors de toute interférence politique. Son action permet de renouer le dialogue entre éditeurs, journalistes et publics et de différencier l'information professionnelle des ragots et des mensonges.

Patrick Eveno, professeur émérite à l'université Paris 1 Panthéon-Sorbonne, président de l'Observatoire de la déontologie de l'information ; Pierre Ganz, journaliste, vice-président de l'Observatoire de la déontologie de l'information.

Une instance de déontologie de l'information, modalités pratiques

Texte publié le 22 janvier 2019

Le but de ce texte de prise de position de l'ODI en faveur d'un Conseil de presse est de proposer des modalités concrètes, avec des options ouvertes.

Pourquoi une instance de déontologie de l'information ?

Afin de répondre aux interrogations du public.

Afin de promouvoir la confiance dans les médias professionnels d'information et de promouvoir la qualité de l'information.

Afin de différencier les informations issues des médias professionnels des fausses informations ou des intoxications qui circulent sur les réseaux sociaux.

Afin d'unifier et de rendre cohérents entre les divers médias les avis sur les questions de déontologie. Tous les médias sont concernés, parce qu'à l'heure de la convergence la séparation par support n'est plus de mise.

Afin d'éviter qu'une telle instance soit imposée par la pression politique et citoyenne, sans consensus des parties prenantes.

Afin de rejoindre le concert des pays démocratiques (20 dans l'Union européenne) où une instance de déontologie existe, qui assure que journalistes et publics se comprennent mieux.

Afin de fournir un moyen de défense des journalistes, des éditeurs et du public.

Afin d'éviter des procès coûteux grâce à une instance offrant un pouvoir de médiation et des avis motivés.

Une instance indépendante d'autorégulation déontologique de l'information

Dans la plupart des Etats démocratiques, le terme Conseil de presse est d'usage pour qualifier une telle instance. Nous le reprenons donc ici.

Un Conseil de presse est généralement une structure associative à deux étages : le Conseil de presse lui-même, qui gère et instruit les plaintes et publie des avis, et un conseil d'administration, qui définit les orientations générales et gère le fonctionnement de l'association.

1 Le Conseil de presse

1.2. Composition

1.1.1 : une seule chambre ou plusieurs selon les dossiers ? A l'appréciation de l'assemblée fondatrice ou du conseil d'administration de l'association.

1.1.2. : une composition tripartite égalitaire des trois collèges de journalistes, d'éditeurs et représentants du public.

1.1.3 : combien de membres : 8 + 8 + 8 ? davantage ? Autant de membres suppléants que de titulaires.

1.1.4 : paritarisme homme / femme obligatoire dans chaque collège.

1.1.5 : désignation des membres du CP : A l'appréciation de l'assemblée fondatrice ou du conseil d'administration. Plusieurs hypothèses:

1.1.5.1 : par appel de candidature pour faire émerger les candidatures de

représentants des journalistes, des éditeurs et du public puis désignation par le CA de l'Association.

1.1.5.2: par élection pour les journalistes ? élection couplée avec celle de la CCIJP? Quid alors des délais - les prochaines élections à la CCIJP auront lieu en 2021.

1.1.5.3: sur proposition des organisations professionnelles représentatives pour les journalistes et les éditeurs ? Quid alors de la représentation des Sociétés de journalistes .

1.1.5.4 : Pour les représentants du public, sur appel de candidatures qui seraient examinées par les deux autres collègues ou par le conseil d'administration ?

1.1.6 : Faut-il rendre incompatible le fait d'être membre du bureau et de la commission d'examen ou pas ?

1.2. Mode de saisine

1.2.1 : par toute personne physique ou morale concernée par l'article ou l'émission en cause ou par toute personne physique ou morale ? Le CA de l'ODI penche pour la première hypothèse, mais reste ouvert.

1.2.2 : possibilité d'auto saisine.

1.2.3 : généralement, le CP ne se saisit pas d'un dossier qui par ailleurs fait l'objet d'une action en justice.

1.3. Champ de compétence

1.3.1 : toute question relevant du respect de la déontologie de l'information.

1.3.2 : Le CP n'est pas compétent sur les lignes éditoriales, les choix éditoriaux, sur le contenu des publicités.

1.3.3 : tous les supports d'information (imprimé, numérique, audiovisuel etc.) traitant de l'actualité sont dans le champ de compétence du CP.

1.3.4 : Le contenu des réseaux sociaux qui ne sont pas produits par des professionnels de l'information est exclu du champ de compétence du CP, mais il se réserve la possibilité de se saisir de cas particulièrement significatifs. Comme par exemple celui de blogs produits par des non professionnels de l'information (particuliers, scientifiques etc.) mais ayant l'ambition d'informer le public.

Les bornes du champ de compétence seront fixées par l'assemblée fondatrice et pourront être adaptées en cours de fonctionnement.

1.3.5 : Le contenu des réseaux sociaux qui ne sont pas produits par des professionnels de l'information est exclu du champ de compétence du CP, mais il se réserve la possibilité de se saisir de cas particulièrement significatifs.

1.4. Textes de référence

1.4.1. : les déclarations et les usages professionnels relatifs à la profession de journaliste.

1.4.2. : le CP rédigera ses propres réflexions et recommandations au fil de sa jurisprudence.

1.5. Règlement intérieur

1.5.1. : Il est adopté par le CA.

1.5.2 : il définit les conditions de la recevabilité des plaintes (champ de compétence cf 1.3 et délais de saisine, de réponse des mis en cause etc.).

1.5.3. : il définit les procédures de médiation par le CP.

1.5.4 : il définit les procédures d'instruction des plaintes si la médiation est impossible ou échoue.

1.5.5. : il définit la composition de la chambre d'examen au cas par cas si cette formule est retenue (cf.1.1.1.) , et les cas de déport d'un membre.

1.5.6 : il définit l'organisation des débats en commission (qui préside, possibilité d'entendre les

plaignants, les mis en cause, recherche du consensus ou vote, voix prépondérante, etc.).

1.5.7 : il définit la structure de rédaction des avis.

1.5.8 : il définit les modes de publicité des décisions : site CP seul ? communiqué de presse ? publication sur le media concerné ?

1.5.9 : il dit s'il y a possibilité d'appel et dans quel cas et définit les procédures et les délais d'appel.

1.6. Articulation CP/CSA

1.6.1. : Question résolue généralement par la transmission des dossiers d'une instance à l'autre.

1.6.2. : Veiller à ce que l'instance ne soit pas, parfois, au service du CSA.

Une question en suspens, les réseaux sociaux :

Une instance de déontologie de l'information ne peut ignorer que les réseaux sociaux exercent une pression croissante sur l'ensemble de la chaîne de production et de diffusion de l'information professionnelle. Si elle peut être amenée à s'exprimer sur les contenus non professionnels diffusés sur ces réseaux, son action ne peut pas être une réponse sur le fond de type fact-checking.

2 Le Conseil d'administration

2.1 Forme

2.1.1 : C'est une association loi de 1901. Elle peut à terme se transformer en fondation.

2.1.2 : Faut-il l'adosser à la Commission de la carte d'identité des journalistes professionnels (CCIJP) ? Après débat, cela n'apparaît pas souhaitable au CA de l'ODI, mais peut être envisagée si les partenaires sociaux l'estiment nécessaire et possible.

2.2. Composition de l'association

2.2.1 les fondateurs (médias, associations et structures intéressées aux médias et à la vie démocratique, syndicats de salariés et d'entreprises, personnalités qualifiées).

2.2.2 : pas de représentants du pouvoir exécutif, législatif ou judiciaire.

2.2.3. : Au-delà des membres fondateurs, les médias, associations et structures intéressées aux médias et à la vie démocratique, syndicats de salariés et d'entreprises, personnalités qualifiées qui veulent rejoindre l'association soumettent leur candidature, soit à l'AG annuelle soit au CA.

2.2.4 : Les fondateurs, sollicités par l'ODI ou/et les pouvoirs publics en tant que facilitateurs, se réunissent en assemblée générale «fondatrice» pour créer l'association, adopter ses statuts, désigner son CA.

2.3. Mode de fonctionnement

2.3.1 : une AG annuelle des membres de l'association déterminant les grandes options et élit un conseil d'administration et un bureau exécutif. Une AG extraordinaire peut être convoquée selon les dispositions ad hoc prévues dans les statuts.

2.3.2. : un bureau comprenant un/une président(e) et deux vice-président(e)s représentant les trois collèges, un/une trésorier(e).

2.3.3. : la composition tripartite du conseil d'administration et du bureau est garantie. Le nombre de membres du CA à l'appréciation de l'assemblée fondatrice (*pas moins de 15 ?*)

2.3.4 : durée du mandat du conseil d'administration et du bureau : 3 ans ? renouvelable une fois ou pas ? A l'appréciation de l'assemblée fondatrice.

2.4. Missions : Gérer le fonctionnement de l'association

2.4.1. : intermédiaire entre le CP (qui analyse les cas, rend des avis, publie des directives générales) et "l'extérieur" pour les questions de financement, de choix des personnels dirigeants du

CP (par exemple le directeur ou la directrice ou le ou la secrétaire général.e), etc.

2.4.2 : désignation des membres du CP proprement dit (voir supra 1.1.5).

2.4.3 : choix des options stratégiques du CP (par exemple créer une commission de travail sur une question déontologique nouvelle).

2.4.4.: rédaction d'un règlement intérieur du CP par le bureau ou la commission ad hoc ; le règlement est adopté par l'AG.

2.5. Financement

2.5.1 : le financement doit notamment permettre d'employer 4 à 6 permanents, de réaliser des enquêtes, de louer des locaux, de créer, maintenir et sécuriser un site internet, de rembourser des défraiements, etc. Le budget annuel est estimé entre 1,5 million et 2 millions €.

Plusieurs pistes de réflexion qui peuvent être conjuguées :

2.5.2 : Autofinancement par les journalistes (1 à 2 € par carte de presse) et les entreprises de médias (1 à 2 € par journaliste employé ou en fonction du chiffre d'affaires afin de ne pas inciter à l'emploi de journalistes sans carte), avec abondement par l'Etat en tant que garant de la démocratie + acceptation de dons, de donations etc...

2.5.3 : Le budget du CSA, 37,5 millions d'euros, est entièrement financé par l'Etat. Une instance de déontologie déchargerait le CSA d'une partie de son action ; une partie du budget du CSA, 1% (375 000 €) ou 2% (750 000 €) pourrait être affectée à l'instance.

2.5.4 : Le budget de la Contribution à l'audiovisuel public (3,8 milliards d'euros) et le budget du Fonds stratégique pour le développement de la presse (18 millions d'euros) peuvent être mis à contribution.

Pour ou contre une instance de déontologie de l'information

Texte publié le 26 novembre 2018

« Une mission a été confiée à Monsieur Emmanuel Hoog, visant à proposer un cadre dans lequel une instance de déontologie professionnelle de la presse et des médias pourrait être mise en place ».

Franck Riester, ministre de la Culture et de la Communication, le 25 octobre 2018.

De nombreuses fausses idées circulent sur ce type d'instance. Il en existe une centaine dans le monde, la plus ancienne ayant été créée en Suède en 1916. Dans l'Union européenne, 18 pays sont dotés d'un conseil de presse ou de déontologie journalistique (CDJ). L'UE, le Conseil de l'Europe et l'OSCE incitent de longue date à la création de telles instances. Ces organisations internationales considèrent en effet que la liberté de pensée et d'expression et la liberté de communiquer et d'informer sont au cœur de la démocratie et doivent être préservées, mais que les citoyens doivent pouvoir dialoguer avec ceux qui les informent autrement que par des discours de haine.

Un conseil de presse ou de déontologie journalistique est avant tout une protection pour les éditeurs et les journalistes : il défend la liberté éditoriale, qui dépend du directeur de publication ; il respecte les choix éditoriaux, qui sont l'apanage des rédactions ; il refuse toute intervention a priori en ne se prononçant qu'a posteriori sur des articles publiés ou des émissions diffusées ; enfin, il est un rempart pour les rédactions et les éditeurs contre les pressions des pouvoirs et des lobbies.

Un conseil de presse ou de déontologie journalistique est l'une des réponses à la crise de confiance du public envers les médias et aux tentatives de manipulation de l'information. En répondant aux plaintes et aux interrogations du public, il démarque ce qui ressort de l'information de ce qui est du domaine de la libre expression des idées et des opinions.

Réponses à quelques arguments opposés à la création d'une instance de déontologie professionnelle de la presse et des médias

Les questions posées sur une telle instance...	Les réponses de l'ODI
est un conseil de l'ordre ?	contrairement à un conseil de l'ordre, un CDJ n'a aucune compétence sur l'accès à la profession, sur la formation, sur l'organisation de la concurrence au sein de la profession ou sa régulation. Il ne prononce pas de sanctions mais rend des avis. Il ne représente pas la profession de journaliste. Il admet en son sein des non professionnels. Enfin, il concerne une profession exclusivement composée de salariés, qui n'ont aucune obligation d'y adhérer
exerce une police de la pensée ?	un CDJ n'intervient jamais sur les choix éditoriaux des rédactions. Il écarte les plaintes qu'on lui adresse et qui portent sur la ligne éditoriale d'un média ou sur ses choix éditoriaux ou rédactionnels
est inutile car seul le jugement des pairs vaut ?	ce jugement des pairs est une quasi fiction, qui cache mal le corporatisme à l'heure où les médias travaillent sous la critique en continu des réseaux sociaux, et exigent des pouvoirs et institutions transparence et participation des usagers et des citoyens à leur évaluation
est antinomique avec le pluralisme des médias et leur crédibilité ?	ses objectifs sont précisément de défendre le pluralisme et la liberté d'expression et d'information, et en même temps de contribuer à la crédibilité de chacun des médias et de leur ensemble
ne va pas résoudre la	un CDJ contribue à améliorer l'image des médias en offrant au public une

problématique de défiance que le public nourrit envers les médias ?	instance dans laquelle il peut exposer son point de vue
remet en cause les équilibres fondamentaux du droit de la presse ?	ils ne sont pas de son ressort. La médiation et le respect de la déontologie, dont les professionnels sont comptables et non les tribunaux, n'empiètent pas sur la législation, ils la complètent
doublonne avec les tribunaux ?	un CDJ se dessaisit si une procédure est introduite en justice par le plaignant. Surtout, il permet une médiation préventive, moyen d'éviter les coûts et les tracasseries des actions judiciaires où la déontologie journalistique est soumise au pouvoir des juges et à la pression des avocats
doublonne avec le CSA ?	le CSA est une structure administrative dont le rôle réglementaire et économique est incompatible avec l'indépendance d'une instance de régulation de la déontologie de l'information. Le CSA n'a de compétences que sur l'audiovisuel. A l'heure de la convergence des médias, il faut une instance unique sur la déontologie de l'information, laquelle ne varie pas selon le support de diffusion.
doublonne avec les instances de médiation internes aux médias (médiateur, comité d'éthique etc..) ?	une grande partie des médias (presse écrite, agences, radios et télévisions locales) n'ont pas les moyens de se doter d'un dispositif autonome de médiation avec le public. Ils n'en sont pas moins, comme les « grands » médias, soumis aux contraintes du système médiatique et aux critiques du public. Une instance est la réponse appropriée.
est un moyen d'affaiblir l'autorité du directeur de la publication et de la hiérarchie d'un média ?	sauf à ce que qu'ils prescrivent à leur rédaction le non-respect des règles déontologiques du journalisme, on voit mal comment un avis du CDJ pourrait saper leur autorité. Un CDJ leur permettra au contraire d'apaiser des tensions internes en recourant à un regard extérieur sur une question de déontologie
ne peut fonctionner nationalement car la déontologie est propre à chaque média ?	chaque média a une ligne éditoriale propre. Mais tous partagent la même base déontologique : recherche de l'exactitude et de la véracité, respect des personnes, travail dans l'intérêt du public à être informé
ne règle pas le problème de la pluralité des médias et de leur propriété ?	effectivement, car cela relève d'une démarche politique. Mais l'exigence déontologique peut être un moyen d'améliorer la qualité de l'information
est un tribunal des médias ?	non, c'est une instance de médiation entre les médias et leurs publics, un observatoire des pratiques et un espace de débat public
est une arme contre les journalistes, un lieu de journalisme bashing ?	non, c'est un outil pour conforter l'indépendance journalistique et les défendre contre les faux procès. C'est un lieu de recherche d'équité, d'analyse sereine du travail journalistique et in fine de pédagogie pour le public
affaiblit les médias ?	être à l'écoute du public et rendre des « avis » va à l'encontre du sentiment largement répandu que les journalistes et les médias « sont intouchables ». Il s'agit de contrecarrer l'idée reçue que la presse ne dit pas la vérité et qu'elle est à la solde d'intérêts publics et privés
est une arme contre les journalistes à la disposition des hiérarchies ?	un CDJ analyse une plainte en tenant compte du rôle de l'ensemble de la chaîne de production : le/la journaliste auteur.e de l'article incriminé mais aussi l'encadrement qui l'a validé et diffusé.
met l'accent sur quelques dérives au risque de salir toute la profession ?	cela contribuerait au contraire à dégager la profession de l'opprobre que lui valent « quelques dérives » en montrant qu'elle contribue à les combattre
ne se saisit que d'une petite partie des cas litigieux alors que des milliers de situations et de gestes professionnels, mettant en cause des exécutants et des décideurs, sont en jeu ?	d'une part, la déontologie n'est pas bafouée à chaque geste professionnel, loin de là. Mais ce n'est pas une raison pour ne pas pointer ce qui ne va pas. D'autre part, chaque dossier qu'un CDJ tranche pour avis a un impact pédagogique public. Cela contribue à une plus grande responsabilisation de chacun pour la prise en compte des règles professionnelles

Quelques exemples de l'utilité pour les médias d'une instance de déontologie professionnelle de la presse et des médias

Quelques cas soulevés	Réponses possibles d'une instance de déontologie
Le corps d'Ahmed Merabet en couverture du <i>Point</i> (15 janvier 2015)	Le CSA a condamné la reprise de cette photo par des chaînes de télévision. N'ayant pas de pouvoirs sur la presse, <i>Le Point</i> n'a pas été sanctionné. Cependant nombre de personnes, notamment sur les réseaux sociaux, ont utilisé la sanction du CSA pour attaquer la une du magazine. Un CDJ aurait pu établir rapidement que l'information du public prime sur les réflexes moralisateurs ou pudibonds : la photo d'Ahmed Merabet n'était en rien dégradante et ne constituait pas une atteinte à la vie privée
<i>Closer</i> révèle la liaison entre François Hollande et Julie Gayet (10 janvier 2014)	Certes <i>Closer</i> a été condamné le 27 mars 2014 à 15 000 euros de dommages et intérêts en faveur de Julie Gayet. Mais un CDJ aurait rappelé, dès la publication du magazine, la jurisprudence de la Cour européenne des droits de l'homme (CEDH), qui affirme dans chacun de ses jugements que les personnes publiques n'ont pas droit au même respect de leur vie privée que les citoyens ordinaires. Le droit du public à être informé prime sur le respect de la vie privée des personnes publiques. En outre, il n'y avait aucune photo dégradante ou d'alcôve
<i>Paris-Match</i> publie des « photos volées » de Manuel Valls et de sa compagne barcelonaise Susana Gallardo (29 août 2018)	Voir le cas précédent
Les révélations de <i>Mediapart</i> sur Jérôme Cahuzac et du <i>Canard Enchaîné</i> sur l'épouse de François Fillon	Un CDJ aurait pu dès publication montrer que des sources concordantes venaient à l'appui des révélations
France 2 consacre l'ensemble de son 20h à la neige ou aux inondations, alors qu'il se passe des événements graves en Syrie	Critique récurrente de la part d'une partie du public. Or, c'est un choix éditorial opéré par la rédaction. Un CDJ n'a pas à s'en saisir. Il peut en outre expliquer qu'il n'y a pas de volonté de dissimuler ou de tromper, mais simplement de répondre aux attentes du public qui regarde le JT de France 2. Les téléspectateurs qui souhaitent un autre traitement éditorial peuvent aller sur d'autres chaînes (France 24, Arte ou RT France...)
Le CAC 40 propriétaire de journaux	Là encore, c'est une critique récurrente de la part d'une partie du public. Un CDJ rappellerait que la propriété des médias ne le concerne pas tant qu'il n'a pas d'influence sur les pratiques professionnelles
RT France traduit une interview en faisant dire au locuteur autre chose. Le CSA la met en garde	Un CDJ aurait demandé à la chaîne de diffuser un rectificatif
<i>Mediapart</i> titre que deux ministres sont en vacances en Corse chez un ex-trafiquant de drogue	Saisi par les ministres, un CDJ aurait sans doute considéré que le titre était non conforme au contenu de l'article
<i>Oise Hebdo</i> condamné par le TGI de Beauvais au retrait des kiosques sous astreinte de 500 € par heure de retard et par exemplaire non retiré à la suite d'une "Une" sur le suicide d'une personnalité locale. Décision annulée en appel	Un CDJ aurait répondu à la demande de la famille du défunt et dit si oui ou non la publication était contraire à la règle déontologique de respect de la vie privée.
Un journaliste d'une société de production travaillant pour TF1 condamné en première instance	Un CDJ aurait sans doute considéré que le journaliste avait mal protégé l'identité de sa source et émis des réserves sur les conditions de réalisation du reportage. Cela aurait évité un désaveu du TGI par la cour

à 3 mois d'interdiction d'exercer après un reportage sur un collectionneur de serpent	d'appel. Un CDJ aurait pu aussi se saisir de la question éthique posée par ce cas : jusqu'où aller lorsqu'un reportage est consacré à un acte délictueux ?
Le Président de la République estime que la presse « ne cherche plus la vérité »	Il aurait pu saisir le CDJ du cas concret qui l'amenait à cette conclusion pour non-respect de l'obligation d'exactitude et de véracité, de recoupement des sources, de recherche du contradictoire ou de respect des personnes.

En résumé, **une instance de déontologie professionnelle de la presse et des médias** est :

- **Une instance d'autorégulation indépendante**
- **Une instance tripartite, composée de trois collègues, journalistes, entreprises, public**
- **Une instance de médiation et de pédagogie entre les médias et le public**

Objectifs et missions de l'Observatoire de la Déontologie de l'Information



« L'association a pour objet de contribuer, par ses réflexions, ses travaux et la communication de ceux-ci, à la prise de conscience de l'importance de la déontologie dans la collecte, la mise en forme et la diffusion de l'information au public.

« Sa mission première est de recueillir et d'examiner les faits concernant les pratiques relatives à la déontologie dans l'information diffusée par les médias français (presse écrite, radio, télévision, médias en ligne).

« Le travail de recueil des informations - manquements à la déontologie et « bonnes pratiques » - s'accompagne d'un travail d'enquête et d'analyse, en s'attachant à déceler les causes qui ont conduit à des dysfonctionnements ou les mécanismes qui favorisent les bonnes pratiques.

« L'observatoire effectue ainsi une « veille permanente » en matière de déontologie journalistique, interroge les pratiques professionnelles, dégage des tendances sur la durée, et rend publiques ses observations.

« La première tâche de l'ODI est le recueil des « faits déontologiques » et leur vérification, grâce aux divers réseaux des membres et au travail propre à l'Observatoire. »

Pour nous joindre et nous rejoindre

<http://www.odi.media>

odi.observatoire@gmail.com

Il n'est de travail sur l'éthique que dans la durée. Les membres de l'Observatoire de la Déontologie de l'Information en étaient conscients en créant cette association en 2012. L'accueil positif du premier rapport, « *L'Insécurité de l'information* », les a encouragés à persévérer.

L'ODI n'est pas un conseil de presse. On ne peut le saisir d'une plainte ; il mène une veille générale sur les pratiques des médias et sur le respect des règles éthiques du journalisme. Il se réfère aux chartes communément admises par la profession (Charte d'éthique professionnelle des journalistes 1918-1938-2011, Déclaration des devoirs et des droits des journalistes 1971) et aux travaux individuels ou collectifs sur ces questions.

L'ODI est résolument tripartite, entreprises, journalistes, publics.

L'ODI ne cherche pas à stigmatiser telle rédaction, tel journaliste ou telle entreprise, mais à faire progresser la démarche déontologique, qu'il estime au cœur de la crédibilité des médias. L'ODI s'attache aux conséquences des effets systémiques plus qu'aux cas particuliers. C'est pourquoi les cas examinés sont anonymes.

L'ODI inscrit son action dans la durée ; il appelle les entreprises, syndicats, associations à le rejoindre afin de conforter l'approche déontologique, au cœur de l'information professionnelle de qualité.

Les organisations membres de l'ODI

Associations et syndicats de journalistes professionnels

Alliance Internationale de Journalistes
Association des Journalistes de l'Environnement
Association de la presse judiciaire
CFDT-Journalistes
Club de la Presse de Bordeaux
Ecole des métiers de l'information (EMI-CFD)
Ecole Supérieure de Journalisme de Lille
Journalisme & Citoyenneté
Reporters sans frontières
SNJ, Syndicat national des journalistes
Société des journalistes de l'agence AEF
Union des Clubs de la Presse de France et Francophones (UCP2F)
Union de la Presse Francophone
Union de la Presse Francophone, section France

Entreprises et syndicats d'entreprises de médias

Agence France Presse
Audiens
Bayard Presse
ESJ Pro
Europe 1
Fédération Française des Agences de Presse (FFAP)
Fédération Nationale de la Presse Spécialisée (FNPS)
Fondation Varenne
France Médias Monde (France 24, RFI, MCD)
France Télévisions
La Montagne
Le Monde
Mediacités
Playbac Presse
Radio France
Ringier France
Sud-Ouest
Syndicat National des Radios Libres (SNRL)
Syndicat de la Presse hebdomadaire régionale (SPHR)
Syndicat de la Presse Indépendante d'Information en Ligne (SPIIL)

Associations représentant le public

Association des lecteurs internautes et mobinautes de *Sud-Ouest*
Association de Préfiguration d'un Conseil de Presse en France
CEMEA
Enjeux e Médias
Institut Confiances
Ligue de l'enseignement
Médias et Diversité
Société des Lecteurs du *Monde*

Le Bureau de l'ODI

Président : Patrick Eveno, professeur des universités,
Vice-président journalistes : Pierre Ganz, journaliste,
Vice-présidente entreprises : Kathleen Grosset (FFAP),
Vice-présidente publics : Christine Menzaghi (Enjeux e médias Ligue de l'enseignement),
Secrétaire général : Thierry Boussier (CFDT-Journalistes),
Secrétaire générale adjoint : Manola Gardez (Alliance Internationale de Journalistes),
Trésorier : Thierry Borde (SNRL),

Les groupes de travail de l'ODI

Groupe 1. Exactitude et véracité
Groupe 2. Conditions de production
Groupe 3. Respect des personnes (dont équité)
Groupe 4. Relations avec les sources (dont rapport à la publicité et à la communication)
Groupe 5. Initiatives positives
Groupes thématiques

La revue de presse en ligne de l'ODI <http://www.scoop.it/t/odi-journalisme-et-deontologie>

L'engagement des adhérents de l'ODI

L'ODI rappelle qu'il a pour objet de contribuer, par ses réflexions, ses travaux et la communication de ceux-ci, à la prise de conscience de l'importance de la déontologie de l'information dans la collecte, la mise en forme et la diffusion de celle-ci au public. L'ODI rappelle que les lignes éditoriales des différents médias ne peuvent être déterminées que par eux-mêmes, mais que les pratiques déontologiques professionnelles de l'information obéissent à des règles communes à tous.

Les adhérents de l'Observatoire de la déontologie de l'information, personnes morales (entreprises, syndicats, fédérations, associations) et personnes physiques (adhésions individuelles), s'engagent :

- à pratiquer leur profession, que ce soit à titre personnel ou collectif, conformément à la déontologie définie par le corpus des déclarations des droits et devoirs des journalistes ;
- à associer leur public au dialogue concernant le respect de la déontologie de l'information ;
- à participer aux travaux de l'ODI, notamment en assistant aux réunions de ses différentes instances et groupes de travail ;
- les personnes morales désignent une personne (éventuellement avec des suppléants) qui les représentent au sein des différentes instances de l'ODI avec voix délibérative. Elles peuvent déléguer d'autres personnes à titre d'expert dans les groupes de travail spécialisés.

Bulletin d'adhésion 2019



ODI Observatoire de la Déontologie de l'Information

Nom :Prénom :
Agissant au nom de (Association, Société, École) :
Adresse :
Téléphone.....Courriel :

Adhère à l'Observatoire de la déontologie de l'information (ODI) pour l'année 2019

- Personnes physiques : 20 € par an.
- Personnes morales (associations, écoles, syndicats...) : 50 € par an.
- Personnes morales (entreprises), trois tranches selon le chiffre d'affaires annuel :
 - CA inférieur à 500 000 € : 50 €
 - CA compris entre 500 000 et 2 M€ : 100 €
 - CA supérieur à 2 M€ : 200 €.
- Cotisation de soutien : €

Le règlement :

- par chèque à l'ordre de l'Observatoire de la déontologie de l'information ODI
- par virement à l'ordre de l'Observatoire de la déontologie de l'information ODI

Code banque 18206 Code guichet 00179 Numéro de compte 65014573067 Clé 08 Code BIC : AGRIFRPP882 Domiciliation : Crédit Agricole Ile de France Paris Magenta Numéro de compte bancaire international IBAN : FR76 1820 6001 7965 0145 7306 708

Prière d'envoyer chèque et/ou bulletin à : Patrick Eveno, président de l'ODI, **90, rue du faubourg Saint-Martin 75010 Paris**, odi.observatoire@gmail.com 06 16 26 81 84

<http://www.odi.media>

ODI, c/o FFAP, 24, rue du faubourg Poissonnière, 75010 Paris

N° d'inscription à la Préfecture de Police : W751219191
SIREN : 818 119 984 SIRET : 818 119 984 00016

L'information mise en cause

L'année 2018 a été préoccupante pour les défenseurs des libertés. C'est l'objet de la première partie de ce rapport annuel de l'ODI : les pressions sur l'information et les tentatives liberticides de régulation de l'information ont été nombreuses, venant de nombreux acteurs de la société. Le nombre des attaques et des pressions contre les médias d'information et contre des journalistes s'est accru. Ces attaques ne sont plus seulement verbales, mais aussi physiques. A cette situation s'ajoute chez certains la volonté de plus en plus manifeste de contrôler, par divers moyens et sous différentes formes, la fabrication et la diffusion de l'information.

L'intolérance à la liberté d'informer s'est manifestée de la part de politiques, d'entreprises, d'organismes de spectacles, de clubs sportifs et de groupes de citoyens. L'acmé de ces critiques est la phrase d'Emmanuel Macron en juillet 2018 : « *Nous avons une presse qui ne cherche plus la vérité* ».

Cette intolérance s'exprime parfois violemment. A l'occasion du mouvement des « gilets jaunes » des limites ont été franchies, qui mettent en cause le fonctionnement de la société démocratique. Ces violences sont injustifiables. Mais certaines pratiques des médias, qui ont alimenté la défiance et nourri le sentiment que l'information était orientée, doivent être interrogées. L'hystérisation du débat public, tant par des chroniqueurs et des éditorialistes que par les réseaux sociaux, devient un sujet qui ne peut être ignoré par les médias et les journalistes.

L'arsenal législatif qui impacte la liberté de l'information ne cesse de se développer. On verra lors des prochaines élections européennes les bénéfiques, les limites et les éventuels effets pervers de la loi contre les manipulations de l'information, dite loi fake news. La loi sur le secret des affaires votée en 2018 est une entrave à l'information et à des sources de qualité alors que les entreprises étaient pourtant déjà bien protégées : elle a déjà produit des effets inquiétants.

A la lumière des incidents de ces derniers mois, il apparaît nécessaire que les institutions politiques et administratives se ressaisissent afin de préserver le droit à l'information, consubstantiel à la société démocratique.

L'ODI s'est exprimé à plusieurs reprises sur la nécessité et les modalités de création d'un conseil de presse - ou de déontologie journalistique. Une instance d'autorégulation, indépendante et tripartite (journalistes, éditeurs, public) apparaît nécessaire. Certes, médias et journalistes tentent de nouer ou renouer le dialogue avec leurs publics, mais seule une réponse collective peut faire face au malaise exprimé par les publics depuis des années.

Le rapport 2019 de l'ODI, « *L'Information mise en cause* » est consultable sur

<http://www.odi.media/les-rapports-de-l-odi/>