

RAPPORT A MADAME LA MINISTRE

DE LA CULTURE ET DE LA COMMUNICATION

REFLEXIONS ET PROPOSITIONS

SUR LA DEONTOLOGIE DE L'INFORMATION.

Jean-Marie CHARON

8 juillet 1999

Le cadre de la mission et la méthode.

Les dernières années et surtout les derniers mois, ont été le théâtre de nombreux faits concernant le traitement de l'information, qui ont conduit au développement de débats et d'interrogations profondes tant chez les journalistes, que parmi les intellectuels, les responsables politiques, ainsi que de larges franges du public (si l'on en croit certains sondages¹). Nombre d'observateurs, de responsables, de personnalités morales sont alors conduits à invoquer une forme de dérive dans la pratique journalistique ainsi que dans la maîtrise éditoriale des principaux médias :

Mise en cause infondée de personnalités dans la publication d'enquêtes insuffisamment étayées ; citation prématurée de noms de personnes mises en cause dans des affaires de mœurs (pédophilie notamment), alors qu'elles bénéficieront parfois d'un non lieu ; publication du rapport Starr² dans plusieurs quotidiens français ; information erronée sur une procédure judiciaire très sensible diffusée par l'AFP ; confusion entre information et promotion dans des émissions de télévision ; "bidonnages" de reportages dans des magazines de télévision ; diffusion d'images très violentes ou macabres, telles que des exécutions sommaires ou les corps mutilés de victimes de bombardements, lors du 20 heures, condamnation du comportement de photographes de presse et d'agences lors de la mort de la princesse de Galles, etc.

Simultanément, des enquêtes auprès des journalistes pouvaient révéler une érosion des exigences en matière de connaissance de base, de vérification de l'information, de croisement des sources, de vérification des chiffres, de recours à des experts suffisamment nombreux et pertinents, sans parler de la question des collaborations extérieures, les fameux "ménages",... Là où les directions de rédaction regrettent une crise de responsabilité du journaliste de base, ce dernier met en cause une chaîne hiérarchique inadaptée au traitement de l'information et des directions gestionnaires qui auraient perdu toute compétence journalistique. Une chose est pourtant certaine le niveau de formation des journalistes et les exigences à l'entrée dans cette profession n'ont jamais été aussi fortes. Les entreprises de médias n'ont certainement jamais disposé de rédactions réunissant autant de spécialistes différents, dotés de moyens techniques aussi performants.

Face à l'expérience des dérives les plus criantes, comme des petites approximations et inexactitudes assez quotidiennes, l'opinion paraît souvent désappointée et les sondages

¹ Dont le baromètre SOFRES sur " la confiance des Français dans leurs médias ", pour le compte de *la Croix* et *Télérama*, le sondage CSA – la Vie, d'avril 1999, sur la perception de l'information sur la crise du Kosovo, etc.

² Selon le sondage SOFRES sur la confiance des Français dans leurs médias (édition 1998), 88% des personnes interrogées jugent que les " journaux ont eu tort (de publier le rapport Starr), il s'agissait de détails privés entre Bill Clinton et Monica Lewinski qui n'auraient pas dû être rendus publics ".

régulièrement réalisés sur les rapports qu'entretiennent les Français avec leurs médias font apparaître la montée d'une incrédulité, d'un scepticisme, voire d'une réprobation qui ne peuvent qu'être préoccupants et dangereux dans une démocratie où le rôle de l'information dans le débat d'idées et le contrôle des différents pouvoirs est essentiel. D'aucuns font remarquer que le développement d'un esprit critique, d'un scepticisme et finalement d'une certaine capacité de recul de la part du public, de la société dans son ensemble, seraient plutôt positifs et ne sont pas forcément liés à une détérioration de la qualité de l'information et des professionnels qui la produisent. A une société mieux formée, plus mûre dans son rapport aux médias correspondraient des exigences plus grandes, tant vis-à-vis des journalistes, que vis-à-vis de ceux qui dirigent les entreprises d'information. L'argument a cependant ses limites, sachant qu'il n'est pas sain de voir se creuser un fossé entre les attentes du public et la qualité de l'information qui lui est proposée.

Les journalistes, au travers de leurs syndicats, des sociétés de rédacteurs ou encore d'associations comme Reporters sans Frontières, de même que les rédactions ou les responsables des entreprises de médias ne sont pas restés passifs face à ce phénomène. Des débats sont menés régulièrement, des rubriques ou des émissions traitent de ces sujets dans la presse écrite comme dans l'audiovisuel, certains ont entrepris l'élaboration de chartes ou de livres de style, des médiateurs ont fait leur apparition. Il n'en reste pas moins que ces démarches ponctuelles, peuvent donner le sentiment d'un décalage entre l'ampleur des problèmes et les solutions avancées, sans parler d'une difficulté pour l'opinion à percevoir l'engagement d'une démarche d'ensemble, cohérente. Tel est le constat qui devait conduire la Ministre de la culture de la communication, Catherine TRAUTMANN à lancer une mission de réflexion et de propositions d'initiatives, s'adressant largement aux journalistes, aux rédactions et aux dirigeants des entreprises de médias.

Cette mission, brève dans la durée, exploratoire dans l'esprit, m'a conduit à consulter – avec l'appui du Service Juridique et Technique de l'Information et de la Communication – plusieurs dizaines de personnes au sein des syndicats de journalistes, dans les organisations professionnelles, parmi les responsables de rédactions et de médias, chez les médiateurs, mais aussi les représentants de la société, élus, Conseil Economique et Social, Commission Nationale Consultative des Droits de l'Homme, magistrats, avocats, etc. Un premier rapport, qualifié d'intermédiaire devait synthétiser les différents points de vues et proposer quelques axes pour l'action. Il fut communiqué à chacune des personnalités consultées qui a pu le commenter, le critiquer, proposer des aménagements.

Le présent rapport est le fruit de cette démarche. Il ne s'agit pas de fournir, ici, une thèse ou une analyse de fond³, exhaustive, des questions relatives à la déontologie ou à l'éthique de

³ Se reporter sur ce sujet au remarquable ouvrage de Daniel Cornu, “ Journalisme et vérité – Pour une éthique de l'information ”, Labor et Fides, Genève, 1994.

l'information. Il est plutôt question de poser une sorte de diagnostic auquel répondent quatre propositions qui semblent pouvoir correspondre au défi ainsi posé. Celles-ci se situent vis à vis de la question centrale de la responsabilité individuelle et collective des journalistes et des entreprises de médias. Elles concernent logiquement la formation préalable nécessaire, une dynamique pédagogique de réflexion et de débat, l'ouverture de la réflexion sur le public, la société, l'engagement d'une démarche volontaire quant à des principes régissant le traitement de l'information. Il va de soi que ni le diagnostic, ni ces propositions ne sauraient engager, ni présumer des initiatives que pourront prendre la Ministre de la Culture et de la Communication, ni les organismes professionnels eux-mêmes.

I. UN DECALAGE PREOCCUPANT.

Dans un contexte dominé par des événements importants, complexes et souvent dramatiques, une mission de réflexion sur la déontologie journalistique ne pouvait que rencontrer des interrogations vives et nombreuses. Si l'ensemble des personnes consultées s'accorde sur l'urgence et l'importance du questionnement qui doit se mener dans les médias, il faut immédiatement constater le fossé qui sépare les points de vue, selon que l'on s'adresse soit à des membres d'instances représentatives de la société (Conseil économique et social, Commission nationale consultative des droits de l'homme, etc.), intellectuels, élus ou des magistrats, soit à des journalistes, des cadres de rédaction, des responsables de médias.

Un constat critique.

Il n'est pas aisé de cerner et rendre compte de l'attitude d'une société à l'égard de questions aussi complexes que la qualité de l'information, le comportement des journalistes ou les conséquences des choix faits par les rédactions et les entreprises de médias. Faute de disposer d'une enquête pouvant faire référence, la méthode utilisée ici a consisté à reprendre les résultats d'une série d'enquêtes et sondages ayant porté sur ce domaine, avec tout particulièrement le sondage SOFRES sur la " confiance des Français dans leurs médias " ⁴. Simultanément une consultation a été menée auprès de personnalités, de magistrats, d'instances représentatives telles que le Conseil Economique et Social, la Commission nationale consultative des droits de l'homme. Il est intéressant de noter que les deux approches révèlent une certaine convergence.

Sondages : doutes, critiques et jugements.

La première observation qui ressort des sondages, la plus saisissante, concerne la part importante des Français qui pensent que les choses ne se sont probablement pas ou certainement pas passé comme le disent les médias, soit près d'un interviewé sur deux pour la télévision et la presse

⁴ Faute de pouvoir reprendre l'ensemble des sondages ayant trait à un domaine aussi vaste, l'analyse présentée ici s'appuie plus particulièrement sur la série de sondages SOFRES, dite " baromètre sur la confiance des Français dans leurs médias ", de 1989 à 1998, ainsi que sur plusieurs sondages CSA : CSA – GIP (" Les Français et la justice ") de juin 1997 ; CSA – CFPJ (" Les journalistes et les affaires ") de septembre 1997 ; CSA – La vie (" L'information sur le Kosovo ") d'avril 1997 ; CSA – Phosphore/CLEMI/SPQR (" Les Lycéens et les médias ") d'avril 1992, CSA – CLEMI, etc. (" Les jeunes et l'information ") de janvier 1989 ; On trouvera également des résultats issus d'une enquête CFPJ – Deloitte & Touche (" Les journalistes vus par les chefs d'entreprise ") de novembre 1998.

écrite. Sur la décennie quatre-vingt-dix il est surtout intéressant de constater que les périodes de crise, ou de dérives plus graves, sont sanctionnées d'une augmentation de ce scepticisme. Ainsi au lendemain de la crise roumaine, puis de la guerre du Golfe, la part de ceux qui doutent de l'information télévisuelle passe de 32% à 46%, puis 48%⁵.

Les journalistes ne sont pas non plus perçus comme des professionnels indépendants. En 1998⁶, moins d'un français sur trois crédite les journalistes d'être capable de résister "aux pressions des politiques et du pouvoir" (32%) ou "aux pressions de l'argent" (26%). Face à une situation telle que la crise du Kosovo le même doute se fait jour quant à l'indépendance de l'information diffusée, puisque selon le sondage CSA – La Vie, d'avril 1999, 45% des personnes interviewées doutent de celle-ci. Ce chiffre monte même à 62% pour les diplômés de l'enseignement supérieur.

Le mode de traitement de l'information fait apparaître une frustration à l'égard des sujets les plus proches du vécu quotidien. Les médias ne parleraient pas assez des "menaces sur l'environnement et le cadre de vie (61% des personnes interrogées dans le sondage SOFRES 97), ni de la crise économique et sociale, du chômage (53% dans SOFRES 97) ou des "vagues de licenciements dans les grandes entreprises (46% dans SOFRES 93), de même que du débat sur les 35 heures (46%, SOFRES 97), etc. En revanche ils accorderaient trop de place "aux sujets sans importance" (62%, SOFRES 92). Ils auraient trop parlé de "la mort de Lady Di (68%, SOFRES 97), de la "vie et de la carrière des animateurs de TV (59%, SOFRES 97). Ils ont également trop parlé de l'affaire Lewinsky (91%, SOFRES 98) et n'auraient pas dû publier le "rapport Starr" (88%, SOFRES 98), etc. Ils auraient une responsabilité dans la montée de Jean-Marie Le Pen (69%, SOFRES 91) ou dans la dégradation de l'image du politique (57%, SOFRES 91).

Les Français sont attachés à la protection de la vie privée et à la présomption d'innocence : 63% d'entre eux considèrent qu'il n'est pas normal que l'on "porte atteinte à la vie privée des gens (SOFRES 92), et surtout 67% disent qu'il n'est "pas normal que les affaires soient rendues publiques, c'est une atteinte au secret de l'instruction⁷ et à la réputation des personnes mises en cause (SOFRES 98), 86% considéraient d'ailleurs que "les médias respectent mal la présomption d'innocence⁸ dans un sondage CSA ("Les Français et la justice", 1997)⁹. Cette

⁵ Chiffres issus des sondages SOFRES, "la confiance des Français dans leurs médias", pour *La Croix* et *Médiaspouvoirs* de 1989, 1990 et 1991.

⁶ Chiffres du sondage SOFRES sur la confiance des Français dans leurs médias, pour *La Croix* et *Télérama*, de 1998.

⁷ 56% des Français souhaitent que l'on maintienne le secret de l'instruction selon le sondage CSA pour le CFPJ de 1997. Dans le même sondage 77% des personnes interrogées considéraient qu'il n'était pas normal que les journalistes "publient des informations sur une affaire malgré le secret de l'instruction.

⁸ Dans le sondage CSA – CFPJ 79% des personnes interrogées considéraient qu'il n'était pas normal que les journalistes "divulguent le nom de personnes mises en cause, au risque de porter atteinte à leur réputation

réprobation, qui peut pousser à demander un durcissement des textes, puisque 86% des Français étaient pour la disposition de la loi interdisant la publication des photos de personnes menottées (SOFRES 98), n'est pas sans comporter quelques contradictions puisque les vertus de l'investigation et du suivi des affaires sont reconnues : 65% des Français jugent positif qu'il y ait une investigation qui a "révélé un grand nombre d'affaires ces dernières années (SOFRES 98)¹⁰.

Sur les méthodes de travail les jugements des personnes interrogées sont assez précis : Les journalistes ne peuvent pas reconstituer une scène avec des figurants (82%, SOFRES 90), ni dissimuler leur identité pour obtenir une information (49%, SOFRES 90 et 57%, CSA – CFPJ 97), , ni voler (78%, SOFRES 97) et publier des documents confidentiels (78%, CSA – CFPJ 97), ni utiliser un micro ou une caméra cachée (57%, CSA – CFPJ 97), ni faire état de leurs opinions personnelles dans un commentaire sur un événement d'actualité (SOFRES 90). 84% regrettent que " les journalistes ne prennent pas toujours le temps de mener un véritable travail de vérification et d'enquête avant de livrer des informations sur les affaires " (CSA – CFPJ 97).

Les Français jugent que les journalistes se doivent d'accepter les critiques et de reconnaître leurs erreurs. 50% pensent qu'il est normal que les politiques critiquent les médias qui ne doivent pas être à l'abri des critiques (SOFRES). 78% des chefs d'entreprises interrogés par l'enquête CFPJ – Deloitte & Touche¹¹ regrettaient que les journalistes " n'acceptaient pas de reconnaître leurs erreurs "

Les questions posées par la société.

Pour la société, pourrait-on dire par extension, le constat qui m'a été dressé est le suivant : il ne fait aucun doute que les dérapages des médias vont se multipliant et il est possible de dresser la liste de sept grands types de reproches qui reviennent le plus systématiquement et qui sont perçus comme les plus graves :

1. Les atteintes à la vie privée viennent largement en tête des questions les plus préoccupantes quant à la déontologie journalistique. Elles concernent aussi bien ce que d'aucuns qualifient de harcèlement de certaines personnalités, que tous ceux qui peuvent se trouver soudainement placés sous le projecteur d'une actualité douloureuse, au travers de faits divers.

⁹ Le sondage CSA pour le CFPJ, de septembre 1997, montrait que 71% des Français pensaient que " les médias ne respectent pas la présomption d'innocence ".

¹⁰ Le sondage CSA – CFPJ, montrait que 87% des Français estimaient que " sans le travail des journalistes, le public ne connaîtrait pas la vérité sur certaines affaires "

¹¹ " Les journalistes vus par les chefs d'entreprise ", novembre 1998.

2. Les atteintes à la présomption d'innocence suscitent une émotion comparable, parfois confondue avec la première. Des vies seraient brisées, des réputations piétinées. De véritables condamnations médiatiques seraient prononcées par les journalistes. Il y aurait de ce point de vue des " blessés de l'information ", qui sont bien loin de se limiter à quelques personnalités mises en causes dans les " affaires ", puisque tout au long de l'année des anonymes se trouveraient brutalement cités, suspectés, dénoncés, sans que l'on prenne la peine de signaler lorsqu'elles se trouvent mises hors de cause.
3. Le constat de la publication ou de la diffusion d'une multiplicité d'inexactitudes ou d'approximations, dans des domaines très divers sont considérés comme un signe grave de manque de sérieux ou de compétence de la part des journalistes. Ce manque de fiabilité constituerait une faute grave, alors même que l'information figure pour beaucoup les moyens d'accès à la connaissance ou comme un outil d'action à usage professionnel. La schématisation ou la simplification excessive constitueraient une déviance de l'impératif nécessaire de vulgarisation, totalement incompatible avec l'un des grands défis de nos sociétés celui de la complexité.
4. L'exposition du public à la violence (principalement par l'image) est dénoncée comme une agression grave, inutile, qui au delà du traumatisme possible, notamment pour des enfants ou des jeunes, pourrait être générateur d'une certaine délinquance, par les " vocations " qui pourraient se trouver ainsi suscitées. Cette sensibilité à l'égard des scènes violentes est d'autant plus mal ressentie qu'elle interviendrait sans précautions ou avertissements, aux heures de grandes écoutes.
5. La recherche du spectaculaire serait bien souvent la principale motivation de la diffusion d'images violentes ou pénibles (images de morts, de blessés, de victimes d'attentats ou d'accidents). Elle aurait pour origine la concurrence féroce que se livrent les télévisions ou les magazines. Cette logique commerciale s'imposerait au dépend d'une hiérarchisation de l'information basée sur l'importance réelle des événements ou des phénomènes traités.
6. Les journalistes s'abriteraient derrière la liberté d'expression pour justifier une certaine irresponsabilité. Ils feraient preuve d'une certaine inconscience ou insouciance à l'égard des informations qu'ils délivrent ou du mode de présentation de celle-ci. Ce reproche tend à être adressé par chaque grande fonction, ou type d'acteurs sociaux : médecins, chercheurs, chefs d'entreprises, travailleurs sociaux, enseignants, élus locaux, etc. Le symbole de cette " irresponsabilité " serait la légèreté avec laquelle les médias ont traité les problèmes des banlieues, des " rodéos " de Vaulx-en-Velins, en passant par les incendies de voiture de Strasbourg. Certains parlent alors de " journalistes pyromanes ".
7. Le refus de discuter, de se remettre en question et surtout de se soumettre à la critique du public, de la société est enfin perçue comme une forme d'arrogance insupportable. Comment dans un monde où chacun se soumet à la réflexion, se trouve confronté à l'exigence de transparence, les journalistes pourraient-ils prétendre que leur déontologie, leur éthique ne peuvent être jugées que par eux-mêmes (" Un journaliste digne de ce nom... ne reconnaît que la juridiction de ses pairs, souveraine en matière d'honneur professionnel " Charte des devoirs professionnels des journalistes français) ? Quels sont les contre-pouvoirs du

quatrième pouvoir ? Le symbole de cette arrogance serait la réticence systématique des journalistes à reconnaître leurs erreurs, ce qu'illustrerait chaque jour le traitement du droit de réponse.

L'ensemble de ces reproches conduit à faire deux observations, importantes :

- Les critiques, les mises en cause des pratiques professionnelles, des défauts de compétence, des contenus publiés ou diffusés et de leurs conséquences non assumées par les journalistes sont d'autant plus fortes parmi les publics aux niveaux de formation les plus élevés et parmi les professions qui se sentent les plus proches des journalistes par leur rôle social, la formation, le statut voire la forme d'activité. Ceci est particulièrement sensible chez les enseignants, les travailleurs sociaux, les chercheurs, etc.¹²
- Un sentiment diffus d'inquiétude est perceptible de la part de l'ensemble de ceux qui s'expriment sur le travail des médias et la pratique journalistique. Comme si chacun percevait une menace pour lui ou ses proches que feraient peser les dérives déontologiques. Il se produit ici clairement une forme d'identification de chacun aux "victimes des médias".

L'attente d'une charte et d'une instance de régulation.

Loin de se remettre en cause, les journalistes et les professionnels des médias, prompts à dénoncer les faux pas des autres professions, des institutions, des acteurs économiques, politiques, etc., aux yeux du public, continueraient de ne point admettre la critique venant de la société, alors même qu'ils feraient preuve de beaucoup de complaisance lorsqu'ils acceptent d'évoquer ces questions.

Une telle situation doit donc évoluer. Il serait urgent qu'un sursaut ait lieu. Un large accord se fait autour de trois exigences :

- que les journalistes se forment, avant d'entrer dans leur profession, mais aussi tout au long de la poursuite de leur activité. Une profession à forte responsabilité ne peut qu'être formée à l'exercice de celle-ci. Elle appelle comme toutes les autres professions un compétence sans cesse actualisée.
- que les journalistes s'engagent sur une charte, un ensemble de règles et de principes s'appliquant à toute la profession¹³.
- Que les journalistes acceptent le principe d'un comité d'éthique, d'une autorité professionnelle, d'une structure ad hoc quelconque, dont la vocation serait de s'assurer du respect des règles formulées par la charte.

¹² Ceci est très clair dans les résultats, par exemple, du sondage CSA – la Vie (avril 1999) à propos de l'information sur le KOSOVO. 48% des Français considèrent que les médias n'expliquent pas clairement la situation. Ce chiffre monte à 59% pour les cadres supérieurs. 45% des Français considèrent que les médias ne délivrent pas une information indépendante. Ce chiffre est de 62% pour les diplômés de l'enseignement supérieur (au moins bac + 2).

¹³ Lors du sondage CSA – CFPJ de 1997 ("Les journalistes et les affaires"), 36% des personnes interviewées considéraient qu'il "faut durcir les lois existantes et prévoir des sanctions à l'égard des journalistes qui commettraient des dérapages, même si c'est au détriment de la liberté de l'information", alors que 58% déclaraient que "c'est aux journalistes eux-mêmes de fixer leurs propres limites, l'Etat n'a pas à intervenir, même s'il y a parfois des dérapages".

Faute de quoi chacun est convaincu qu'il reviendra au législateur (voir certaines des dispositions sur le respect de la présomption d'innocence), au juge au travers de la jurisprudence (les critères permettant d'établir la "bonne foi"), voire à une instance de régulation (ce qui se passe déjà et de plus en plus avec le Conseil Supérieur de l'Audiovisuel, à propos du principe "d'honnêteté de l'information"¹⁴ dans l'audiovisuel) de dire ce que doit être la norme, en matière de pratique professionnelle des journalistes, et d'en sanctionner les abus.

L'avis qu'avait formulé la Commission nationale consultative des droits de l'homme, en 1995, résume assez bien les attentes les plus fréquemment exprimées :

" 1) que soit établi, à l'initiative des organisations représentatives des journalistes, un code déontologique de la profession, s'inspirant notamment de la charte française des devoirs professionnels adoptée en 1918 et révisée en 1938, et de la charte internationale dite "de Munich" adoptée en 1971.

2) que toute demande d'attribution de la carte d'identité professionnelle soit subordonnée à une adhésion expresse aux principes de ce code.

3) que toute violation grave des dits principes, valant rupture de l'engagement contracté, entraîne le retrait ou le non renouvellement de la carte. "

¹⁴ Le CSA qui au printemps 1996, avait fait réaliser une étude, "Droit et déontologie dans l'audiovisuel" (Jean-Marie Charon, Claude Furet, Laurence Lacour, François Loncle, Stéphanie de Montvallon) se réfère en effet à la notion d'honnêteté de l'information, qui entend répondre à une série de "manquements" constatés dans l'information diffusée par les télévisions : "diffusion d'informations non vérifiées" ; "approximation, raccourci ou manque de rigueur dans la présentation de l'information" ; "inadéquation entre les images diffusées et le sujet qu'elles sont censées illustrer" ; "manipulation d'images" ; "reconstitution ou scénarisation (non mentionnée comme telle) de faits réels".

Il devait concrétiser cette préoccupation par l'introduction de ce principe dans les conventions de TF1 et de M6, lors du renouvellement de celles-ci le 1^{er} janvier 1997. L'honnêteté de l'information se traduit dans une série d'obligations :

- “ . la vérification et le bien fondé des sources de l'information ;
- . la présentation des informations incertaines au conditionnel ;
- . la rigueur et la précision dans la présentation et le traitement de l'information ;
- . la limitation du recours aux procédés permettant de recueillir des images et des sons à l'insu des personnes filmées ou enregistrées ;
- . la relativisation du recours aux procédés de vote des téléspectateurs ou de "micro-trottoir" avec l'engagement de ne pas abuser le téléspectateur sur la compétence ou l'autorité des personnes sollicitées ;
- . l'adéquation entre le contexte dans lequel des images ont été recueillies et le sujet qu'elles viennent illustrer ;
- . la mention de toute utilisation d'images d'archives par une incrustation à l'écran ;
- . l'information du public lorsque les images tournées proviennent d'une reconstitution ou d'une scénarisation de faits réels ou supposés tels ;
- . le respect du sens initial des propos ou des images sous réserve de caricature ou de pastiche ;
- . le refus de la confusion entre les programmes d'information et les émissions de divertissement ;
- . l'obligation de faire appel à des journalistes professionnels pour les programmes d'information. ”

(La lettre du CSA n°115, avril 1999)

Au-delà de la diversité des critiques portées et des solutions avancées, trois idées semblent se dégager qui sont profondément en décalage avec le point de vue des journalistes français, mais que l'on retrouve davantage dans les préoccupations manifestées par les journalistes anglo-saxons dans leurs chartes :

La première, concerne la conviction qu'il existe pour les journalistes une forme d'impunité. Suite à des mises en cause graves, voire même des condamnations judiciaires, il n'existe semble-t-il aucune sanction de la part des entreprises employant ces journalistes, puisque l'on continue de les voir à l'écran ou de lire leur signature. Le phénomène est d'autant plus voyant lorsqu'il s'agit de journalistes vedettes. Un tel état des choses dérogerait totalement à la pratique des autres secteurs économiques, administratifs, etc. et serait extrêmement choquant, ruinant largement l'estime que l'on peut porter aux médias et à leurs professionnels.

La seconde, porte sur une attente forte de fiabilité, d'exactitude des informations. Là où les journalistes se montrent souvent fatalistes face aux "inévitables" approximations et restent davantage dans le registre classique du débat d'idées, de la fonction critique, le public invoque l'une des fonctions de l'information qui n'a cessé de se renforcer au fil des années, celle de l'apport de connaissances, de la pédagogie et de la formation. Les journalistes nord-américains se montrent ici moins résignés que leurs collègues français, puisque leur charte affirme : "Rien n'excuse le manque d'exactitude ou d'approfondissement" (Code éthique Sigma Delta Chi adopté en 1926).

La troisième, porte sur la tension qui peut s'exprimer entre la valorisation de l'indépendance du journaliste et le service du public. Une recherche d'une universitaire américaine¹⁵ sur les valeurs des journalistes français et américains montre que là où les premiers placent au dessus de toute autre considération la défense de leur indépendance ("liberté de décision", "niveau d'autonomie personnelle"), les seconds affirment d'abord vouloir être au service de leur public ("possibilité d'aider les autres"). Les chartes françaises n'évoquent pas le public : "Un journaliste digne de ce nom... ne reconnaît que la juridiction de ses pairs, souveraine en matière d'honneur professionnel" affirme la charte de 1918 ; là où le code éthique nord-américain (Sigma Delta Chi de 1996) précise : "IV. *Etre responsable.*

Les journalistes sont responsables envers leurs lecteurs, auditeurs, téléspectateurs et les uns à l'égard des autres.

Les journalistes doivent :

- *Rendre transparente et compréhensible la couverture des nouvelles et inviter le public à dialoguer sur les pratiques journalistiques.*
- *Encourager le public à faire part de ses doléances contre les médias d'information.*
- *Admettre les erreurs et les corriger sans attendre.*
- *Mettre au jour les pratiques contraires à l'éthique des journalistes et des médias d'information...* "

Le décryptage de l'information.

Il faut probablement s'interroger, dans cette perspective, s'il n'est pas urgent pour les médias, comme pour les pouvoirs public (l'école notamment) de fournir les moyens au public de se

¹⁵ Aralynn Mac Mane : " L'indépendance et le journaliste ", in *Médiaspouvoirs* n°26, avril 1992 ; et " Vers un profil du journalisme occidental ", in *Réseaux* n°51, de mars 1991.

forger une compétence et une capacité de critique de la lecture de l'information : apprendre à décoder les nouvelles, faire découvrir les structures et les modes de fabrication de l'information, s'initier à la lecture de l'image.

Au sein de l'Education Nationale, le CLEMI s'emploie depuis une quinzaine d'années à susciter ce type de contenu d'enseignement, en formant notamment les professeurs de tous niveaux et de toutes spécialités. Ces dernières années l'organisation de la semaine de la presse dans l'école amplifie cette orientation visant à faire comprendre aux élèves le mode de production de l'information, les structures de la rédaction, le travail du journaliste. De telles initiatives demandent d'être encore amplifiées, sachant qu'elles suscitent un vif intérêt chez les élèves, comme chez les enseignants. Paradoxalement, le Ministère de la Culture et de la Communication est absent jusqu'ici de cette démarche, alors que les médias eux-mêmes semblent compter les moyens qu'ils y apportent. Il faut saluer la décision du Conseil d'administration de France 2 (Avril 99) de développer sur la chaîne une émission régulière se fixant pour objectif d'aider le public au décryptage de l'information et des images.

Liberté d'expression et responsabilité.

De leur côté, les journalistes sont prompts à dénoncer dans cette surenchère de critiques, ainsi que dans l'appel à la définition d'une charte et d'une instance veillant à son respect, une volonté de les mettre au pas, de limiter leur indépendance et leur rôle de critique, d'encadrer la liberté d'opinion¹⁶. Il n'y aurait qu'un pas entre de telles conceptions et celle d'un ordre professionnel, ou d'un "ordre moral" que chacun s'accorde à rejeter, tant il serait chargé des relents de Vichy. Plus fondamentalement les journalistes rappellent que leur activité se situe dans un cadre juridique précis dominé par le lien de subordination à l'égard de l'éditeur. La revendication de l'indépendance du journaliste, que les clauses de conscience et de cession consacrent dans la loi de 1935, ne doivent pas occulter qu'il existe en matière d'information un "donneur d'ordre", juridiquement responsable, le directeur de la publication¹⁷, dans les faits des cadres de rédaction (rédacteurs en chefs, directeurs de la rédaction, etc.).

L'invocation de la Commission de la Carte d'Identité des Journalistes Professionnels (ce que fait par exemple la Commission Nationale Consultative des Droits de l'Homme) n'est pas plus souhaitée. Les membres de la "CCIPJ", aussi bien représentants des syndicats de journalistes, que des organisations d'employeurs, rappellent d'ailleurs que la loi BRACHARD ne donne aucun pouvoir de ce type à la "Commission de la carte"¹⁸. Il est même notable que la composition paritaire de cette dernière, semble pousser les représentants, des journalistes d'un côté, des éditeurs de l'autre, à dénier la compétence de l'autre partie à pouvoir juger de la déontologie des détenteurs de la carte de presse.

Au-delà de cette réaction assez unanime face aux interpellations de la société, mais aussi des

¹⁶ Comme le faisait remarquer, par exemple, Ivan Levaï, dans le débat, "Faut-il un comité d'éthique pour les journalistes ?" proposé dans le premier numéro du *Monde des Débats* de mars 1999, dans un article intitulé : "Non, la liberté n'a pas besoin de nouveaux garde-fous".

¹⁷ La responsabilité du directeur de la publication définie par la loi sur la liberté de la presse de juillet 1881, fut précisée ensuite par les "ordonnances de 1944", qui exigeaient que le directeur de la publication soit le propriétaire du journal ou le Président du Conseil d'administration en cas de société. Les lois sur la presse de 1984, puis de 1986, reprirent cette disposition.

¹⁸ Denis Ruellan, dans "Les "pro" du journalisme – De l'état au statut, la construction d'un espace professionnel", Presses Universitaires de Rennes, 1997, montre que c'est, dès la définition de sa jurisprudence dans les premières années de son activité, que la Commission écartera le traitement des questions relatives à la déontologie des journalistes. Les débats parlementaires lors du vote du texte en 1935 et surtout les attendus présentés par Emile Brachard, laissaient pourtant entrouverte une telle perspective.

représentants des différentes institutions et pouvoirs, des positions assez différentes s'expriment parmi les professionnels de l'information :

Les problèmes de déontologie se poseraient très différemment selon les médias ou à l'intérieur des médias : quoi de commun dans le travail des journalistes et des rédactions entre quotidiens nationaux, presse régionale et surtout magazines grand public ou techniques et professionnels ; entre télévisions publiques et télévisions commerciales, stations et chaînes généralistes et thématiques, avec notamment l'information en continu ?

Nombre des questions parmi les plus brûlantes incomberaient à la télévision et n'auraient rien à voir avec la presse écrite.

Au sein même de la presse écrite, les magazines ou la presse spécialisée technique professionnelle, connaîtraient des formes ambiguës de relations entre information – promotion – publicité, qui n'existeraient pas chez les quotidiens.

La presse technique et professionnelle devrait gérer des relations complexes entre ses sources, ses annonceurs et ses lecteurs qui sont parfois les mêmes.

Parmi les quotidiens, la presse locale aurait un problème d'indépendance à l'égard des pouvoirs locaux, de respect de la vie privée et de la réputation des personnes confrontées à des faits divers, alors même que les quotidiens nationaux seraient davantage concernés par des formes de connivence avec le politique...

Il n'est pas non plus possible de confondre la responsabilité du journaliste de base et celle du rédacteur en chef ou du directeur de la publication, qui peuvent exiger un angle de traitement, un titre, une image – choc, un choix de sujet. Parmi les journalistes, il n'est pas non plus anodin d'être salarié, titulaire au sein d'une rédaction, bénéficiant de statuts protecteurs, ou d'être pigiste obligé de tenir compte des demandes et des exigences d'un commanditaire. Tout parallèle à un ordre professionnel tel que celui des avocats, des architectes ou des médecins bute sur cette dualité du journaliste bénéficiant d'un certain degré d'indépendance, protégé en partie par la loi et son statut de salarié, qu'exprime bien d'ailleurs la responsabilité pénale qui place en première ligne le directeur de la publication et non le journaliste auteur de l'article. Il faut également se garder d'oublier que chaque média est une entreprise, soumise aux exigences de rentabilité et aux lois d'un marché extrêmement concurrentiel. Cette concurrence intervient dans la conquête du public, sous la forme des acheteurs ou de l'audience, mais aussi d'annonceurs essentiellement préoccupés par la valorisation de leur produit ou de leur marque.

Face à une telle réalité l'imposition d'un système de règles est vécu par les uns et les autres comme contraignante, pas forcément juste, puisqu'elle s'impose à des individus pris dans un système de contraintes et des rapports hiérarchiques. La sanction par une instance de contrôle, vécue comme extérieure, risque de se révéler totalement contre-productive dans la mesure où elle conduirait à amplifier une tendance à la déresponsabilisation. En effet plutôt que de stimuler la réflexion et l'attention des journalistes dans chacun de leurs gestes professionnels elle les pousserait à simplement éviter la sanction par l'application mécanique d'une règle qui ne peut avoir envisagé toutes les situations, qui ne peut surtout apprécier l'importance d'une information du point de vue de l'intérêt général. Or précisément, c'est cette déresponsabilisation que pointe la majorité des journalistes et des éditeurs lorsqu'ils évoquent les causes les plus fréquentes des manquements à la déontologie.

II. LES REPONSES DE LA PROFESSION.

La multiplication des réponses et initiatives en faveur de la déontologie.

L'ampleur de l'émotion suscitée par certains dérapages, dont le traitement de la crise roumaine et de la guerre du Golfe, ainsi que la multiplication des débats et réflexions professionnelles auxquels elle donne lieu, peuvent donner le sentiment d'une répétition assez vaine d'alternance entre des périodes de prise de conscience, bien vite suivies d'un retour, aux habitudes, à la routine du traitement de l'actualité jour après jour. Les observateurs extérieurs constatent que les pétitions de principe n'ont donné lieu ni à la définition de principes déontologiques communs, ni à des lieux de réflexion réguliers intéressant toute la profession, ni à la mise en place d'instances permettant d'assurer le débat entre les journalistes et la société. Pire même, des erreurs et dérapages semblables se reproduisent régulièrement, sans que jamais leurs responsables donnent le sentiment d'avoir été sanctionnés. La démission du chef de service responsable d'une récente bavure de l'AFP à propos du traitement d'une affaire politico-financière mettant en cause les plus hautes instances de l'Etat, fait figure d'exception.

Et pourtant, en une dizaine d'années les initiatives n'ont pas manqué et méritent d'être mentionnées. Elles permettent d'une part de fournir une vision plus juste de la sensibilité du milieu aux questions de déontologie, et d'autre part d'apprécier la nature des réponses apportées avec leurs aspects positifs, mais aussi leurs limites, voire leurs insuffisances.

Des réflexions ont d'abord été menées par divers organismes, essentiellement des associations, dont l'objet était de mener le débat, instaurer des espaces de discussion et de réflexion. Il faut citer, en premier lieu, Reporters sans Frontières (" Roumanie qui a menti ? ", " Les mensonges

du Golfe”, “ Questions de déontologie ”, “ Les journalistes sont-ils crédibles ?, etc.), même si ses actions (colloques, séminaires, rencontres) dans ce domaine n’ont plus la même régularité. Il est intéressant de constater qu’avec le conflit du Kosovo l’association a repris son rôle de lieu de débat et de réflexion avec l’organisation d’un colloque (“ Les médias et le Kosovo : les leçons de la guerre du Golfe ”), ainsi que la réalisation de deux études concernant l’approche des médias par les belligérants.

Les associations de journalistes catholiques, notamment lors de leurs rencontres de Thonon ont abordé régulièrement ces questions. La Fédération Française de la Presse Catholique prépare l’organisation de rencontres régulières autour des questions qui ont affecté le traitement de l’information dans l’année en cours. On peut rappeler les travaux de Médias 92, et depuis 1996 de Presse Liberté (“ La presse et la justice ”, 1999). Régulièrement, l’Université de la Communication¹⁹ consacre débats et tables rondes aux thèmes de la déontologie et de la pratique journalistique. Plusieurs années durant (1993, 1994) une réflexion²⁰ fut poursuivie dans ce cadre par un groupe de journalistes, d’enseignants et de chercheurs sur la déontologie de l’information. Ces démarches nécessaires et intéressantes pâtissent pourtant de leur origine souvent plutôt “ militante ”, ou engagée auprès d’une famille de pensée, d’intérêts particuliers, quelle que soit la cause poursuivie et sa légitimité.

Les syndicats de journalistes, comme les organisations d’éditeurs, se sont également engagés dans des réflexions, des débats, qui ont souvent débouché sur des documents, des déclarations, voire des chartes, à portée générale ou développant plus particulièrement une question, telle que la présomption d’innocence, pour le Syndicat de la Presse Quotidienne Régionale. Il faut rappeler que le SPQR avait d’abord organisé un colloque et publié les actes de celui-ci (“ Les rapports entre la presse et la justice ” 1991), élaboré et distribué dans les entreprises adhérentes un “ vade-mecum presse / justice ” en 1993, avant d’adopter une charte en décembre 1995 (“ Règles et usages de la presse quotidienne régionale ”). De son côté la Presse Hebdomadaire Régionale adoptait en juin 1998 sa propre charte (“ Déontologie et règles professionnelles de la presse hebdomadaire régionale ”). Au terme d’une année de discussion la Fédération Française des Agences de Presse avait adopté en 1995 une “ Charte professionnelle des agences de presse françaises ”. La Fédération Nationale de la Presse Spécialisée conditionne désormais l’adhésion à son syndicat au respect d’un texte, contenant cinq règles de base, représentant les “ devoirs pour les publications concernées ”. La Fédération Nationale de la Presse Française a réalisé en 1998, une enquête auprès de ses adhérents qui devait déboucher sur une assemblée générale intitulée “ Liberté de la presse, liberté du citoyen ”, puis sur une déclaration en juin 1998.

Les syndicats de journalistes attachés à une démarche en terme de charte (SNJ, CFDT, CGC, FO) rappelaient leur attachement à la “ Charte des devoirs professionnels des journalistes français ” de 1918, complétée en 1938, ainsi qu’à la “ Déclaration des devoirs et des droits des journalistes ” de 1971, dite Charte de Munich. Le SNJ au terme d’une réflexion interne publiait un “ Livre blanc ”, La CGC publiait de son côté “ Le vrai, le faux et le souhaitable ” qui se voulait une “ contribution à l’élaboration d’une nouvelle charte des journalistes ”. La CFDT

¹⁹ Qui se tient à Hourtin à l’initiative du CREPAC et de la Ligue de l’Enseignement.

²⁰ Animée, principalement, par le recteur LUCAS.

quant à elle vient d'adopter une " Motion déontologie " qui jette les bases d'un travail qui devrait se mener dans les mois qui viennent ; dans lequel figure " une réactualisation de la Charte des droits et des devoirs des journalistes professionnels adoptée en 1971 à Munich " ou encore " la création d'un conseil national de la presse écrite et audiovisuelle ".

Ces démarches (dont la liste donnée ici n'est pas complète) qui ont donné lieu à des réflexions riches et des publications très importantes buttent toutefois sur le refus des différents syndicats de journalistes à travailler ensemble sur une charte (Le SNJ - CGT notamment n'est pas favorable au principe d'une telle charte) et surtout sur le refus des organismes d'employeurs et des syndicats de journalistes à discuter ensemble de tels textes.

Certaines entreprises, ainsi que des groupes, ont également adopté des démarches visant l'élaboration de chartes. *Ouest France* avec " Les fait divers à *Ouest France* ", ainsi que *Libération* ont fait, un temps, figure de référence. D'autres titres peuvent également être évoqués, tels *l'Alsace*, *La Croix* (" L'orientation de la *Croix* "), *Nord Eclair* (" Charte rédactionnelle "), *La Nouvelle République du Centre Ouest* (" *Journaliste à la Nouvelle République* "), *l'Union*, etc. *Le Monde* prépare de son côté depuis plusieurs mois son " livre de style ". Dans l'audiovisuel la direction de l'information de TF1 a mis au point sa propre charte en 1994. France 3 travaille depuis plusieurs mois sur un document assez développé. Cette rédaction a été précédée d'une enquête auprès des différentes rédactions menée par deux rédacteurs en chef de la chaîne. RFI devrait officialiser très prochainement la charte qui figurait parmi les premières missions de son médiateur. Le groupe Bayard Presse a élaboré, au travers d'une large concertation, tout au long de l'année 1998, un document fixant ses objectifs et son éthique de l'information, sous le titre " 2010, Bayard Presse s'engage ".

Les initiatives des entreprises ne se limitent pas à l'adoption de chartes, un certain nombre d'entre elles ont organisé une formation systématique ou régulière au droit de l'information ou à la déontologie. *Le Dauphiné Libéré*, *Libération*, Radio France, France 2 et France 3, figurent parmi celles-ci. De son côté le SPMI, dans la publication de son étude sur " les attentes des éditeurs de presse magazine en matière de compétence des journalistes " identifie dans " les attentes en matière de culture générale professionnelle ", les " problèmes juridiques et de déontologie " ²¹. Des structures de réflexion, de discussion et de contrôle du contenu, ont pu également voir le jour au *Monde* (" comité de rédaction ", réunions quotidiennes des chefs de services), à France 2 (rencontres régulières entre la direction de la rédaction et les syndicats ; discussions plus ponctuelles entre la direction de la rédaction et la société des rédacteurs), mais aussi à TF1 (réunion des cadres de la rédaction).

Il faut enfin évoquer l'apparition, encore modeste de médiateurs. *Le Monde* fut en France le

²¹ Ce texte publié en 1998, sert de base de discussion avec les écoles de journalisme.

précurseur. Il s'inspirait alors de la démarche de journaux nord-américains et de quelques européens, tout particulièrement *El Pais*. L'expérience se poursuit depuis quatre ans et demi. Le médiateur actuel est le troisième titulaire de cette fonction. En 1998, RFI, France 2 et France 3 nommèrent leur propre médiateur. France Télévision créait d'ailleurs également une fonction de médiatrice pour les programmes (tout ce qui ne concerne pas directement les "journaux"). Radio France arrive au terme de la démarche qui doit conduire également à installer cette fonction auprès de ses différentes rédactions.

Partielle, cette liste d'initiatives et de démarches marque le fait que la préoccupation déontologique existe bien, et qu'elle prend inévitablement des formes variées. Il ne faut pas non plus se cacher que bien des expériences restent ponctuelles. Elles ne règlent pas toujours très bien la question du niveau où elles se mènent, auprès des journalistes, à l'initiative des directions ; dans chaque entreprise ou à un niveau plus large, d'une forme de presse tels que les quotidiens régionaux ou les hebdomadaires locaux. Elles ne concernent qu'exceptionnellement le public, la société, hormis le cas des médiateurs. Il faut noter qu'il s'agit là d'un décalage avec les démarches menées dans nombre de pays européens où se sont multipliés ces dernières décennies des structures tels que les "conseils de presse"²².

²² Comme le rappelle Daniel CORNU, dans son ouvrage, *Ethique de l'information*, PUF, Paris, 1997, pp.19 à 24.

Les préoccupations manifestées par les chartes.

Les textes des chartes constituent un excellent indicateur de ce que sont les principes généraux auxquels entend se conformer la profession et ce que sont les préoccupations qui l'animent dans sa réflexion sur sa pratique. Faute de pouvoir proposer une analyse de chacun des principaux textes disponibles, il est intéressant de retenir une sorte de problématique générale qui s'en dégage. L'accent mis sur la problématique générale présente en outre l'intérêt d'une déclinaison possible, probablement nécessaire à chaque type de média, pour recouvrir une précision et une adéquation suffisante aux questions réellement rencontrées au jour le jour par les journalistes, les rédactions et les entreprises de médias.

Les principes généraux.

Les chartes déontologiques situent toute la pratique journalistique dans le cadre de principes généraux et supérieurs que sont la liberté de l'information (y compris avec le refus de toute forme de censure) et la justice, c'est à dire aussi bien l'esprit de justice que le respect du droit. Il est possible aussi d'en déduire, souvent en filigrane, parfois plus explicitement, le respect de la personne. Les journalistes anglo-saxons n'hésitent pas à y adjoindre la recherche de la vérité, sans doute analysée comme une valeur inaccessible dans la pratique concrète, par les journalistes français, rejoignant ici le même type de débat qu'à propos de l'objectivité. La référence au principe de vérité manifeste pourtant l'engagement à fournir un résultat fiable, objet d'attentes fortes de la part de la société.

Le respect dû au public.

Un ensemble de dispositions peut se regrouper dans une préoccupation générale de respect dû au destinataire de l'information, au public :

1. Ne pas tromper le public :

- en créant une confusion entre l'information et la publicité, la promotion ou la propagande : “ *Ne jamais confondre le métier de journaliste avec celui du publicitaire ou du propagandiste ; n'accepter aucune consigne, directe ou indirecte, des annonceurs* ” (Charte de Munich 1971)
- en truquant l'information : “ *Une déformation délibérée (de l'information) n'est admise en aucun cas* ” (Charte de l'Association des journalistes professionnels américains, dite Sigma Delta Chi, version 1996)

- en mentant : “ *Un journaliste digne de ce nom... tient la calomnie, les accusations sans preuves, l’altération des documents, la déformation des faits, le mensonge, pour les plus graves fautes professionnelles* ” (Charte des devoirs professionnels des journalistes français de 1918)
- en étant “ approximatif ”, en manquant de rigueur ou en ne faisant pas toutes les vérifications nécessaires. La charte Sigma Delta Chi précise : “ *Rien n’excuse le manque d’exactitude ou d’approfondissement* ”.

1. S’interdire le spectaculaire :

Sur ce même point la charte nord américaine, dans sa version de 1926 affirmait : “ *Les titres doivent être pleinement justifiés par le contenu des articles. Les illustrations doivent donner une image juste d’un événement et non pas mettre en vedette un aspect mineur sorti du contexte* ”.

2. S’interdire d’inciter à la discrimination :

La charte nord-américaine, le code de conduite des journalistes britanniques, ainsi que le “ Presskodex ” allemand abordent l’un et l’autre ce point : “ *Personne ne doit être discriminé en raison de son sexe, de son appartenance à un groupe ethnique, religieux, social ou national* ” (Pressekodex de 1973).

3. Rectifier les erreurs publiées :

La charte de Munich précise : “ *Rectifier toute information qui se révèle inexacte* ”

Le respect des sources.

Assez logiquement les relations avec les sources font l’objet de dispositions nombreuses qui tiennent tant au traitement des personnes concernées, qu’aux conditions dans lesquelles vont être recueillis ou restitués leurs propos :

1. Respect du secret professionnel, garantie du secret des sources :

“ *Garder le secret professionnel et ne pas divulguer la source des informations obtenues confidentiellement* ” (Charte de Munich).

2. Ne pas se faire passer pour ce que l’on n’est pas, ainsi que d’autres procédés “ déloyaux ” tels que le vol ou l’achat de documents :

“ *Un journaliste digne de ce nom... s’interdit d’évoquer un titre ou une qualité imaginaire,*

d’user de moyens déloyaux pour obtenir une information, ou surprendre la bonne foi de quiconque ” (Charte de 1918).

3. Respecter la vie privée :

La charte du NUJ britannique précise même : “ *ne pas faire d’intrusion dans la peine ou la détresse privée ”.*

4. Refuser la calomnie ou l’injure :

“ *S’interdire le plagiat, la calomnie, la diffamation et les accusations sans fondements... ”* (Charte de Munich).

5. Ne pas altérer les pièces ou les documents recueillis :

“ *Les documents doivent être reproduits fidèlement ”*(Pressekodex) ; “ *Ne jamais déformer le contenu de photos ou d’images d’actualité ”* (Delta Sigma Chi) ; “ *... ne pas altérer les textes et documents ”* (Charte de Munich).

6. Préciser les sources, ne pas publier sans sources :

“ *Identifier les sources dans la mesure du possible. Le public a un droit légitime de recevoir le plus d’informations possible sur la fiabilité des sources ”* (Delta Sigma Chi)

7. Ne pas porter d’accusations sans preuves :

“ *Les accusations sans fondement sont contraires à un comportement journalistique correct, particulièrement lorsqu’elles sont de nature à porter atteinte à l’honneur ”* (Pressekodex)

8. Distinguer les faits rapportés et les commentaires ou opinions des journalistes :

“ *Distinguer entre un plaidoyer et un reportage. Les analyses et les commentaires doivent être signalés comme tels et ne doivent pas donner une vision déformée des faits et du contexte ”* (Delta Sigma Chi)

Le respect des pairs et de la profession.

Toute une série de dispositions des chartes visent à établir une forme code de bonne conduite à

l'intérieur de la profession, entre les journalistes. Les principales sont :

1. Reconnaître la juridiction de ses pairs :

“ Un journaliste digne de ce nom... ne reconnaît que la juridiction de ses pairs, souveraine en matière d'honneur professionnel ” (Charte de 1918)

2. Refuser le plagiat :

“ Un journaliste digne de ce nom... ne commet aucun plagiat, cite les confrères dont il reproduit un texte quelconque ” (Charte de 1918)

3. Ne pas tenter de prendre la place d'un autre journaliste :

“ Un journaliste digne de ce nom... ne sollicite pas la place d'un confrère, ni ne provoque son renvoi en offrant de travailler à des conditions inférieures ” (Charte de 1918).

4. Refuser les cadeaux, voyages, privilèges, traitements extérieurs *“ qui lient le journaliste ou son média ”* selon la charte nord-américaine.

5. Certaines chartes nationales anglo-saxonnes insistent particulièrement sur une série d'incompatibilités professionnelles que sont :

- les collaborations extérieures,
- les mandats électifs,
- les conflits d'intérêt liés à la vie privée.

“ Refuser des cadeaux, avantages, rétributions, voyages gratuits et traitements de faveur, et, partant prendre garde à des emplois, des engagements politiques, des fonctions publiques et des services dans les organisations de la communauté dès lors qu'ils compromettraient leur intégrité journalistique ”(Delta Sigma Chi)

III. LA QUESTION CENTRALE DE LA RESPONSABILITE.

Responsabilité individuelle et collective.

Qu'il s'agisse de manque de rigueur dans la vérification des faits, de mise en cause imprudente des personnes à propos de faits divers, de délits, voire de crimes, de confusion entre l'information et des démarches à caractère promotionnel ou publicitaire, de bidonnage ou trucage, de dérives de recherche du spectaculaire dans la hiérarchie des sujets ou le choix de photos et d'images, etc., chacun dans les médias, mais aussi au sein des organisations représentatives de la société, chez les élus, etc. s'accorde sur le fait que se trouve d'abord posée la question de la responsabilité : responsabilité de chaque journaliste "de la base", responsabilité de l'encadrement des rédactions, responsabilité de la hiérarchie, responsabilité des dirigeants et propriétaires de médias.

Nombre d'études menées ces dernières années dans l'audiovisuel, auprès des journalistes spécialisés, à propos des pigistes, sur le traitement du visuel en presse écrite ; de même que nombre de contributions de syndicats de journalistes, de sociétés de rédacteurs, d'associations de journalistes, mettent toutes en évidence à quel point les structures économiques contemporaines (avec un mode de management des entreprises issu des grands secteurs économiques), la multiplication des médias, l'élargissement considérable de l'éventail des domaines traités par l'information, les technologies nouvelles (principalement le numérique) ont bouleversé les conditions de travail des rédactions, des journalistes et de leur hiérarchie. Ils auraient conduit à un véritable sentiment de dilution des responsabilités.

Les formes d'organisation qui émergent sont plus légères, pratiquant souvent la sous-traitance, à tel point que l'on a affaire à de véritables "entreprises – réseaux". Elles sont également davantage en prise avec les impératifs concurrentiels, les exigences de gestion, la maîtrise d'outils techniques puissants et sophistiqués. Elles ont incontestablement du mal à prendre en charge la question de la responsabilité individuelle, mais aussi collective. La chaîne hiérarchique est plus complexe. Elle mêle davantage les impératifs gestionnaires et la responsabilité éditoriale et rédactionnelle, dans des processus qui ont tous eu tendance à s'accélérer. Les impératifs du marketing, de la publicité sont davantage présents et imbriqués dans les fonctions de direction éditoriale et rédactionnelle.

Chacun, à la base, est prompt à dénoncer une sorte de dilution de la responsabilité éditoriale et rédactionnelle. "Les hiérarchies sont davantage gestionnaires que journalistiques" entend-t-on répéter comme un leitmotiv. Il y a surtout un risque de démobilité et d'accommodement à un certain fatalisme, face à des structures et à des procédures plus complexes, moins faciles à maîtriser au niveau individuel. Il faut d'ailleurs noter le décalage existant entre la pratique concrète de la chaîne hiérarchique, avec le rôle essentiel des directions de rédaction, des rédactions en chef, des chefs de services, voire même des directions artistiques²³ et notre droit qui n'identifie que la responsabilité du directeur de publication et de son "complice" le

²³ Une étude sur "le visuel de presse" réalisée en 1994, par l'Observatoire des pratiques et des métiers de la presse (CFPJ), mettait en évidence les choix rédactionnels et éditoriaux qui peuvent être opérés par les directeurs artistiques, principalement dans la presse magazine.

signataire de l'article.

La question est essentielle et constitue le principal défi pour les journalistes, les responsables de médias, mais aussi l'ensemble du corps social. Il ne peut être concevable que l'information joue les différents rôles qui lui sont impartis dans notre vie politique, économique, culturelle, sociale (traitement du débat public, critique des institutions, mais aussi contribution au lien social, intégration et moyen de se situer dans les différents milieux de vie, pédagogie, outil économique et professionnel, etc.), si elle n'est pas servie par des hommes, des femmes et des organisations totalement au fait de leurs responsabilités et en position de les assumer à chaque instant, y compris lorsque l'actualité, les événements et le flot des nouvelles s'emballent.

La vitesse et la flexibilité des structures posent des problèmes de formation, de *background* pour chaque journaliste. Les structures d'entreprises – réseaux avec les multiples formes de sous-traitance allant du recours massif à des journalistes pigistes dans certains secteurs, aux agences d'information spécialisées, aux réseaux d'échanges d'information et d'images internationaux, aux agences de photos, aux agences d'images, aux cabinets d'infographie, sans parler de la nouvelle ressource que constituent les réseaux d'information en ligne, à commencer par Internet, imposent un regard lucide, formé et une réflexion sur les choix de dispositif d'information pour chaque type d'information ou d'événement. La question est d'autant plus sensible que les dispositifs sont désormais beaucoup plus évolutifs, moins standardisés ou préétablis, transversaux aux différentes entreprises y compris d'un même média ou d'un même secteur. Evaluer leur plus ou moins grande vulnérabilité à l'égard d'intentions malveillantes (voire la crise du Kosovo) ou vis-à-vis d'un fléchissement de la vigilance, de la rigueur des journalistes est désormais un impératif essentiel et permanent des journalistes, des cadres de rédactions et des dirigeants.

Poser la question de la responsabilité individuelle et collective des journalistes, comme pivot de toute approche sur la déontologie de l'information a des implications tout à fait précises :

Au premier rang de celles-ci figure une interrogation à l'égard de réglementations, même produites par la profession elle-même, ainsi que d'instances disciplinaires comme réponse à la nature des problèmes réellement posés dans le quotidien de la pratique de dizaines de milliers de journalistes de centaines de rédactions. La multiplicité des situations concernées, des questions qui s'imposent soudainement, tant sur le terrain du déroulement de l'actualité que dans les arbitrages internes aux entreprises paraissent peu adaptées à un traitement par un corps de règles et des instances de régulation nécessairement figées. L'objectif recherché pourrait ainsi se trouver totalement dévoyé, avec un résultat inverse de celui d'un renforcement de la responsabilité. Déjà aujourd'hui certaines recommandations du CSA posent ces questions conduisant de la part des journalistes à une application mécanique de la règle définie de l'extérieur. Il n'y aurait pas pire perversion que de voir s'instituer une attitude qui consisterait à

voir les rédactions s'en remettre à la pure application de règles, qui ne sauraient prévoir toutes les situations, ainsi qu'aux avis et sanctions de cette forme d'autorité.

Au défi de l'immédiateté, de la confrontation à des situations sans cesse nouvelles et inattendues, il n'est d'autre réponse possible que l'éthique ou la morale professionnelle. La responsabilité du journaliste, de la rédaction, de ses responsables s'entend alors, selon les termes utilisés par Alain ETCHEGOYEN, comme "devoirs" à l'égard d'autrui. Cet autrui étant ici d'abord le public, mais aussi les sources, les confrères, etc. C'est à dire qu'il est question de favoriser les conditions d'une expression positive, créative, anticipative de la responsabilité des journalistes. Car celle-ci est la seule capable de faire face à l'inattendu. Dans cette perspective la polarisation sur des solutions telles que les chartes, les instances d'autorégulation relève d'une conception essentiellement juridique de la responsabilité, dominée comme le relève Alain ETCHEGOYEN par la crainte de la sanction avec un risque redoutable pour les rédactions "le désir de l'inaction"²⁴.

En second lieu il faut se méfier d'une démarche qui se concentrerait sur les seuls dérapages les plus évidents, les plus spectaculaires. La menace la plus lourde de conséquence est en effet celle qui affecte la vigilance au quotidien. Il n'est rien de plus redoutable que l'érosion, l'assouplissement de l'exigence au jour le jour en matière de respect de la vie privée sur les petits faits divers du quotidien, vis-à-vis de la présomption d'innocence et multiples petits gestes de la police et de la justice, vis à vis surtout du croisement des sources, de l'absence de vérification, de l'acceptation de collaborations portant apparemment à peu de conséquences, d'un manque de motivation pour se documenter ou se former sur des sujets mal connus.

Il n'est finalement de pire risque que celui que révélait une enquête sur les journalistes spécialisés en économie réalisée par le CFPJ et le Cabinet Deloitte & Touche²⁵ : 52,4% disaient ne pas toujours croiser leurs sources, 40,38 % ne vérifiaient pas toujours les chiffres fournis par leurs sources, 30% disaient reprendre des communiqués sans vérifier leur contenu, 46,8% disaient ne pas savoir lire les comptes d'une entreprises et 76,4% ne pas connaître le droit du travail et des affaires, etc. L'enquête menée par l'Observatoire des pratiques et des métiers de la presse, pour le compte du CSA, concernant les journalistes de l'audiovisuel, révélait le même phénomène en matière d'informations diffusées à l'antenne alors qu'elles n'émanaient que d'une seule source²⁶. Il faut de ce point de vue craindre des démarches ne misant que sur quelques condamnations que l'on voudrait symboliques, spectaculaires et qui risqueraient de ne s'attaquer qu'à quelques boucs émissaires, là où le véritable problème posé est celui de la dynamisation de la responsabilité de tous, au quotidien.

²⁴ Dans, *La vraie morale se moque de la morale. Etre responsable*, Seuil, Paris, 1999.

²⁵ Etude réalisée par le Cabinet Deloitte & Touche, le CFPJ et Entreprise et média, en octobre 1996, sous forme de questionnaires auto-administrés. Les résultats complets ont été publiés dans le numéro 43-44 de *Médiaspouvoirs*, 3^{ème} et 4^{ème} trimestre 1996, pp. 176 à 189.

²⁶ *Droit et déontologie dans l'audiovisuel*, Jean-Marie CHARON et al., 30 avril 1996, à partir d'une méthode qualitative reposant sur quatre-vingt entretiens semi-directifs.

Une action au sein des entreprises, de la profession, ouverte sur la société.

L'enjeu étant celui de la responsabilité de chaque journaliste et cadre de rédaction, c'est au sein des entreprises et de la profession que doivent être prises les initiatives les plus significatives. Elles ne sauraient être ponctuelles et doivent se mener dans la durée, avec le souci d'en renouveler sans cesse l'intérêt et le contenu, en ne faisant confiance à aucun dispositif arrêté une fois pour toute, voué inévitablement à l'érosion de la routine. Elles auront d'autant plus de pertinence qu'elles sauront s'ouvrir à des représentants de la société civile : intellectuels, personnes morales, représentants de mouvements syndicaux, associatifs, familiaux, etc.

Au sein même des entreprises, l'effort de formation demande à être significativement amplifié. Il existe un déficit de formation initiale, et peut-être surtout permanente, pour les journalistes comparativement à d'autres professions intellectuelles, à forte responsabilité, (médecins, magistrats, enseignants, etc.). Un accent tout particulier doit être mis dans l'acquisition et l'actualisation des connaissances du droit, l'approche des évolutions que celui-ci connaît et notamment la jurisprudence. Certaines questions de déontologie particulièrement vives dans chaque média concerné doivent y trouver leur place également. L'insistance du public à l'égard des questions de rigueur et d'exactitude montre qu'une attention doit être portée dans l'acquisition de connaissances, même si chaque journaliste, de la base au sommet de la hiérarchie, est enclin à considérer, qu'il ne cesse d'apprendre, dans sa pratique quotidienne²⁷.

Les entreprises sont les seules à pouvoir prendre l'initiative de la mise en place de structures ou de l'aménagement de moments dédiés à la réflexion et au travail critique sur l'information produite et les pratiques professionnelles :

Il existe une urgence à organiser périodiquement des séminaires de rédaction faisant le point sur la pratique professionnelles, analysant les principales difficultés rencontrées, ainsi que les dysfonctionnements observés. Il paraît essentiel que puissent y participer les pigistes les plus réguliers.

Les réunions régulières de cadres de rédaction doivent aborder les questions de connaissance et de déontologie.

Des comités de rédactions peuvent permettre aux directions de rédactions, aux chefs de services ou de rubriques, ainsi qu'à divers représentants de rédaction, de mener de véritables programmes de traitement de sujets faisant problèmes.

²⁷ On peut se reporter sur ce sujet aux travaux de Denis RUELLAN, déjà cités, ainsi qu'à notre étude au sein de l'Observatoire des pratiques et des métiers de la presse, *Les journalistes et leur qualification*, mars 1997

Les sociétés de rédacteurs, là où elles existent, peuvent également être des instances de réflexion et de proposition.

La création de fonctions ou de structures de médiation sont un moyen de faire se rencontrer les questionnements du public et la réflexion sur la pratique concrète de la rédaction et de ses responsables. L'apparition de postes de médiateurs constitue une étape importante. Elle n'est pas la seule possible. Il est possible d'instituer également auprès des rédactions des "comités d'éthique"²⁸ comprenant des journalistes de la rédaction et des personnalités extérieures. Ces comités d'éthique pourraient être saisis par tous ceux qui se sentent mis en cause par des propos qui leurs apparaissent diffamatoires, ou qui considèrent que le travail de la rédaction s'est fait dans des conditions discutables.

Dans des moments privilégiés de cette réflexion peut intervenir une discussion sur une charte des droits et devoirs, propre à l'entreprise, adaptée au type d'information qu'elle traite, à sa culture, au type de marché sur lequel elle intervient. Celle-ci aura d'autant plus de chance de mobiliser les uns et les autres qu'elle est élaborée collectivement et qu'elle fixe les engagements réciproques des journalistes de base, de la hiérarchie et de la direction générale. Elle n'aura d'efficacité que si elle fait régulièrement l'objet de discussions au regard de la pratique effective, avec le souci d'en actualiser régulièrement les termes.

Au niveau de la profession, les syndicats de journalistes ont joué historiquement un rôle dans l'élaboration de chartes nationales, la contribution à l'adoption d'un texte international (la charte dite de Munich). Ils ont également mené ponctuellement des travaux de réflexion sur la pratique générale ("livre blanc", etc.), sur des questions particulières (les pigistes, le racisme et la xénophobie²⁹, etc.). Il leur revient d'amplifier de telles initiatives en s'ouvrant sans doute davantage aux représentants de la société au travers de séminaires, de colloques, de groupes de travail. Il serait pour le moins positif que la démarche intersyndicale qui s'exprime sur des sujets tels que le régime fiscal, la convention collective, etc. aborde également les questions de la déontologie.

Les organisations patronales sont également des lieux où doit se mener la discussion sur les principes déontologiques. Certaines d'entre elles ont adopté cette démarche dans un passé récent. Il est nécessaire que cette démarche s'amplifie et s'enrichisse. Au-delà de la définition de principes, de l'adoption de recommandations, le besoin se fait sentir de voir mener des discussions et débats ouverts sur les problèmes rencontrés dans la pratique quotidienne. Le public, la société doivent pouvoir être présents (comme le fit par exemple le SPQR, avec les magistrats et les avocats, sur le thème presse – justice), ils doivent surtout avoir connaissance de

²⁸ Terme proposé par maître Francis SZPINER, qui soutient une telle forme de médiation.

²⁹ Le SNJ –CGT publia ainsi le 15 mars 1997, un texte intitulé : " Lutter contre le racisme et la xénophobie ".

ces travaux et des recommandations sur lesquels ils débouchent.

L'audiovisuel ne connaît pas d'organisations patronales qui puissent jouer un rôle similaire à ce que l'on peut trouver pour les principales formes de presse écrite. Il regroupe en revanche des entreprises de radios et de télévisions publiques. Au delà des spécificités de celles-ci, il semble aller de soit que le service public soit une référence quant à la pratique journalistique et à l'exigence déontologique. Tel est l'esprit qui devait présider à la mise en place progressive de médiateurs, à l'organisation de diverses réflexions et missions sur les questions de déontologie. Si le service public veut jouer un rôle d'exemplarité, ce qui est souhaitable, il doit rapidement engager des réflexions et discussions qui viseraient au minimum à installer des structures de réflexion critique sur l'information (comité de rédaction, rencontres régulières syndicats et direction de l'information) ; à développer une démarche de formation permanente très active (tout particulièrement en droit et déontologie) dans chaque chaîne et station ; de même qu'à définir un ensemble de principes, obligations et droits, une charte déontologique de la radiotélévision publique. Afin qu'une telle mission recouvre une réelle crédibilité pour les rédactions concernées, l'Etat actionnaire se doit de fournir simultanément l'impulsion initiale et les moyens financiers nécessaires.

Les associations de journalistes (par domaine de spécialisation), voire même les clubs de la presse peuvent être des lieux où les questions de déontologie trouvent régulièrement leur place. Si leur composition ou leur représentativité peuvent être contestées ou faire problème, il n'empêche qu'ils ont toute leur place dans un mouvement de réflexion et de débat plus général, dont la nécessité est fortement ressentie.

Des mouvements de journalistes et professionnels des médias peuvent également se constituer sur les questions de déontologie ou leur donner une large place. C'est ce qui s'est produit dans le passé avec des associations aussi différentes que Reporters sans Frontières et Médias 92. Presse Liberté à partir d'un débat sur les relations presse / justice donne naissance à un regroupement de journalistes affirmant vouloir militer pour la définition de principes communs à la profession et la réflexion sur une structure de médiation capable de traiter les litiges entre journalistes et public ou personnes mises en causes par les médias.

Pour être sans concession, la réflexion et le débat sur la déontologie ont besoin d'une fonction critique. En Amérique du nord, des regroupements bénévoles de journalistes ont créé les *journalism review*³⁰, qui s'emploient à traquer et décortiquer des exemples d'erreurs ou de

³⁰ Voir à ce sujet Claude-Jean Bertrand : " Quinze moyens d'améliorer les médias ", in *Mediaspouvoirs* n°21, janvier 1991 ; " Les médias aux Etats Unis ", Que sais-je ? édition 1995.

pratiques discutables. Il est difficile en France de stabiliser une telle démarche. *Presse actualité* a dû cesser sa parution, faute d'un lectorat suffisant. *Mediaspouvoirs* survit difficilement à des difficultés financières chroniques. *Le Monde Diplomatique* donne une place certaine à la critique des médias. Quant à " Arrêt sur image ", limité au domaine de la télévision, il est intéressant de noter que cette émission est reconnue comme un réel stimulant pour les directions et les rédactions de médias qui ont pourtant été sévèrement mises en cause, comme celles de France 3 et TF1. Il manque une ou des voix critiques et indépendantes, véritables mouches du coche, empêcheurs de tourner en rond des rédactions et des directions de médias. On imagine mal que ce rôle puisse être pris en charge par l'Etat. Chaque éditeur peut craindre l'ambiguïté d'une position de juge et de partie. Une fondation alimentée par les principaux médias serait une structure intéressante pour mener un tel projet.

Une problématique d'action pour la Ministre de la Culture et de la communication.

Stimuler, renforcer, développer la responsabilité individuelle appelle donc des approches en terme de formation, de dialogue avec le public, la société, de débat et de réflexion, enfin de démarche volontaire afin d'initier un mouvement chez les journalistes, comme chez les responsables de médias pour la définition d'une forme de contrat avec leur public, contrat fait des engagements que prennent les véritables acteurs de l'information, dans le flot des nouveaux moyens de communication, dont Internet, dans lequel ils risquent de se trouver noyés, au milieu d'entreprises de promotion, de commercialisation ou de propagande...

Dans l'état actuel des discussions qui ont été menées durant cette mission, mais aussi et surtout au regard de réflexions conduites au sein des syndicats, d'organisations professionnelles, de sociétés de rédacteurs, de rédactions et d'entreprises, comme dans les écoles, il paraît possible d'avancer quatre initiatives qui soient à même de recueillir un large assentiment, tout en amorçant une dynamique favorable à la responsabilité des journalistes et des rédactions :

- Garantir une formation de base au droit et à la déontologie pour chaque nouveau journaliste.
- Soutenir le développement des formes de médiations, en favorisant des rencontres régulières des médiateurs et la diffusion des résultats de leurs travaux.
- Faciliter la mise en place d'un lieu de débats, " les entretiens de l'information ", qui chaque année reviendrait sur les principales questions posées aux rédactions.
- Inviter les bonnes volontés, parmi les syndicats de journalistes, les entreprises, les organisations professionnelles à mettre au point la plate-forme d'engagement des entreprises d'information.

De telles initiatives peuvent paraître modestes, manquant de spectaculaire, notamment aux yeux du public. Elles ont pourtant pour vertu d'être à même d'agir dans la durée, comme un facteur de stimulation de la responsabilité individuelle et collective des journalistes et entreprises de média, et d'enclencher ainsi un cercle vertueux duquel pourront naître d'autres formes d'actions adaptées au cadre de chaque entreprise, de chaque secteur ou que seuls les professionnels eux-mêmes sont à même d'initier.

IV. PRECONISATIONS.

Une formation de base au droit et à la déontologie.

Les observations des magistrats et les témoignages de journalistes se recoupent : très souvent les journalistes se trouvent confrontés à la justice par pure ignorance du droit. Ils n'ont pas non plus réuni les éléments propres à faire valoir devant le juge la preuve de leur "bonne foi", faute de les connaître précisément. Il en est de même pour bien des questions qui ont trait à la déontologie ou à l'éthique.

Comment s'en étonner alors que les statistiques sur la profession montrent que moins de 15% des journalistes ont suivi une école de journalisme ? Très peu ont fait du droit puisque seulement 17,4% des diplômés du supérieur ont suivi un cursus de droit ou de sciences politiques. En 1998, la Commission de la carte d'identité des journalistes professionnels a délivré plus de 1800 cartes, alors que les écoles ont formé un peu plus de 300 futurs journalistes. Le niveau de formation générale, universitaire, principalement de type littéraire, a incontestablement monté, mais la proportion de ceux qui suivent une formation au journalisme stagne. Parmi ceux qui entrent dans les rédactions sur la base d'une spécialité, notamment dans la presse magazine grand public ou la presse spécialisée technique et professionnelles, ceux qui bénéficieront de stages de formation au journalisme dans le cadre de la formation permanente, se verront surtout proposer des stages de technique journalistique et très rarement des modules de formation au droit et à la déontologie de l'information.

Par ailleurs, le stage de deux ans par lequel s'ouvre la carrière de journaliste s'est aujourd'hui largement vidé de sa substance par la disparition très fréquente du tutorat au sein des rédactions et surtout par une entrée dans la profession qui se fait de plus en plus souvent à travers le statut de pigiste³¹ ou la multiplication de "stages gratuits" et de CDD.

Face à une telle situation une réponse intéressante consisterait à voir proposer à tout nouveau journaliste, quel que soit son âge, son mode d'accès à la profession, une formation de base aux

³¹ En 1998, sur 3007 cartes de journalistes stagiaires, 933 étaient détenues par des pigistes. Les statistiques de la CCIPJ ne permettent pas d'identifier parmi les journalistes mensualisés, ceux qui sont en CDD.

questions de droit et de déontologie et cela dès la première année de son activité, quel que soit son statut, pigiste ou salarié d'une rédaction. Les propositions des différentes écoles de journalistes dans une telle hypothèse font apparaître qu'un tel module de formation pourrait être proposé sur quatre ou cinq jours, groupés ou répartis dans le temps, combinant la présentation des connaissances et notions nécessaires, études de cas concrets et réflexion sur la pratique. Pour une moyenne de 1500 nouveaux journalistes, selon les hypothèses retenues, le coût d'une telle mesure pourrait représenter 4 MF à 9 MF. L'enjeu d'une telle démarche pour les médias, mais aussi pour la société, pourrait conduire à imaginer diverses formes de soutiens financiers des pouvoirs publics. L'aspect le plus complexe, mais aussi extrêmement significatif concerne la mise au point d'un dispositif adapté aux pigistes.

Une telle approche constitue une innovation dans notre système de formation des journalistes et dans les modalités d'entrée dans la profession. Il existe pourtant chez nos voisins européens, allemands ou suisses par exemple, un système de ce type, qui manifeste un intérêt professionnel et pédagogique réel. La formation au droit et à la déontologie de l'information prend une dimension tout à fait particulière pour des journalistes déjà en activité qui trouvent des sujets d'application et de réflexion immédiats dans leur pratique quotidienne de pigiste ou de membre d'une rédaction.

Dans la négociation qui devrait s'engager pour concrétiser cette approche, les partenaires sociaux et les représentants de l'Etat devront décider si les engagements pris devront se situer dans un cadre purement contractuel, s'ils doivent être incorporés à la convention collective ou s'ils doivent faire l'objet d'un aménagement de la loi, visant, par exemple, à confier à la Commission de la carte d'identité des journalistes professionnels le caractère effectif de cette formation au moment de la remise de la carte de titulaire. La voie la plus souhaitable est sans doute la voie contractuelle. Elle pourrait s'agrémenter d'une phase expérimentale, davantage aidée par l'Etat, durant laquelle l'offre des organismes de formation et les attentes des entreprises se trouveraient affinées.

L'engagement d'une telle démarche, initiale - sorte de minimum requis - est porteur d'une dynamique dont on peut attendre deux prolongements :

le premier concerne un affinement de la pédagogie sur ce type de sujet dans les écoles. Notre tradition - peut-être trop académique - a parfois conduit à concevoir des approches, trop abstraites ou souvent trop diluées dans les exercices d'apprentissage technique. Elle pourrait être renouvelée et enrichie par l'observation des expériences étrangères, notamment nord-américaines, avec le recours aux études de cas. Ces dernières permettent en effet de serrer au plus près la nature des problèmes auxquels sera confronté un journaliste en fonction de son média, de sa fonction, du type d'information qu'il a à traiter. La compétence globale et la crédibilité des écoles et institutions de formation ne pourraient que s'en trouver renforcées. Il faut en attendre en retour un enrichissement du traitement des questions de droit et de déontologie en formation initiale comme en formation permanente.

En préalable, l'engagement d'une telle démarche d'ensemble le Ministère de la Culture et la communication, conjointement avec celui de l'Education nationale pourrait prendre l'initiative, d'une étude visant à faire la synthèse des approches des formations au droit et à la déontologie dans les principaux pays européens, ainsi qu'en Amérique du nord. Dans le même esprit les deux ministères pourraient, dès la rentrée 1999, inviter les écoles à une rencontre visant à faire le bilan

de leurs approches, avec la perspective de dégager les contours des différentes formules de formation, pouvant être proposés en formation initiale, comme en formation permanente.

Le second prolongement découlerait de l'expérience faite par les rédactions quant à l'apport de telles formations, chez leurs nouveaux journalistes. Celles-ci pourraient alors être conduites à trouver un intérêt dans la mise en place de séminaires ou de stages de formation réactualisant ces questions, durant la vie professionnelle des journalistes. Certains ont déjà engagé de telles démarches pour l'ensemble de leurs rédactions, d'autres préfèrent agir au cas par cas auprès des journalistes ou des cadres les plus exposés. L'évolution constante du droit et surtout de la jurisprudence, la production régulière de recommandations par le CSA, dans l'audiovisuel, militent en faveur d'une telle approche visant à réactualiser les connaissances des journalistes, de la base, comme de l'encadrement.

La rencontre annuelle des médiateurs.

Plusieurs entreprises de presse écrite, de radio, de télévision, encore peu nombreuses en France, ont fait le choix d'explorer l'idée d'une médiation entre le public et les rédactions. Elles ont opté pour la formule de l'ombudsman, du " médiateur ", déjà relativement ancienne en Amérique du Nord, voire chez certains de nos voisins européens (*El Pais, la Tribune de Genève*, etc.). Il existerait, selon Daniel CORNU³², une centaine d'ombudsmen, aujourd'hui de par le monde. Le principe est d'instituer au sein ou au côté des rédactions, un lieu d'accueil et d'analyse des réactions, des questionnements ou des mises en cause émanant du public. Claude-Jean BERTRAND définit ainsi son rôle :

*" Son rôle est d'écouter les usagers mécontents, de faire une enquête et, dans les cas importants, de publier ses conclusions dans une chronique hebdomadaire. Il ouvre une porte au public, lui prouve qu'on est prêt à écouter ses critiques "*³³.

En soi la création d'un tel lieu constitue déjà une invitation et une suggestion à l'intention des destinataires de l'information, le public, pour qu'ils s'inscrivent dans une démarche de discussion avec les journalistes et les rédactions. L'expérience – telle qu'elle ressort des observations faites par les médiateurs, mais aussi par les responsables de rédactions et des entreprises concernées - montre que par, elle-même, l'existence d'un tel lieu conduit à faire émerger un volume, une qualité et une nature de réaction et de questionnement différentes de celle du classique courrier des lecteurs.

Le dialogue qu'entreprennent ceux qui ont la charge de cette fonction va s'adresser tout à la fois à la pratique de journalistes, de services ou de la rédaction toute entière ; et à la hiérarchie : rédaction en chef, direction de la rédaction, directeur de la publication... C'est à dire qu'il intervient autant vis-à-vis de la responsabilité individuelle que de la responsabilité collective des journalistes et entreprises, concernés. Les modalités de réponse apportées à ceux qui ont exprimé leur questionnement, comme à l'ensemble du public d'une entreprise d'information, manifestent un changement de nature dans la relation qui s'instaure entre le public et les journalistes. Elles participent concrètement à réduire le fossé entre les uns et les autres.

³² Ancien rédacteur en chef de *la Tribune de Genève*, directeur de la Formation continue des journalistes suisses et actuel médiateur de la *Tribune de Genève*, auteur notamment de *Journalisme et vérité – Pour une éthique de l'information*, Labor et Fides, Genève, 1994, et de *Ethique de l'information*, PUF, Paris, 1997.

³³ *La déontologie des médias*, PUF, Paris, 1997.

Il ne faut pas se cacher les critiques qui existent à l'encontre des instances de médiation :

Elles feraient double emploi avec la responsabilité des rédactions en chef. Pire même, il serait à craindre que des tensions paralysantes se fassent jour dans la direction éditoriale des médias concernés.

Les questionnements émanant du public posent un problème de représentativité de ceux qui font le choix de s'adresser au médiateur. On connaît la prévention traditionnelle des journalistes à l'égard du courrier des lecteurs. Au nom de quoi, le médiateur fait-il le choix de privilégier ou non certaines questions posées ?

Enfin, l'exercice pourrait conduire à une certaine "autoflagellation", démobilisante pour les rédactions, risquant de renforcer encore les doutes du public à l'égard de la qualité et de la fiabilité de l'information.

Ces trois interrogations ne peuvent être ignorées et posent des questions réelles. Le parti pris de la médiation s'appuie sur une conviction, qui est celle de l'enclenchement d'une dynamique vertueuse. Stimuler la discussion et la réflexion au sein des rédactions sous l'impulsion des questionnements du public, n'est pas substitutif des moyens mis en place par les rédactions en chef pour renforcer la vigilance de leurs rédactions. Elles peuvent également fournir une matière riche sur laquelle peut s'appuyer l'encadrement rédactionnel.

Le choix des médiateurs journalistes seniors, expérimentés, bénéficiant d'un certain crédit au sein de la rédaction, peut lever la suspicion à l'égard de la représentativité des questions retenues par eux. Enfin l'instauration d'un dialogue avec le public sur les pratiques journalistiques peut tout à fait s'inscrire dans une démarche citoyenne et pédagogique conduisant à renforcer la crédibilité des médias. Il est intéressant de noter que, dès aujourd'hui, au sein de France 2, la démarche du médiateur amène à poser les bases d'une nouvelle émission visant à informer et former le public à la lecture de l'image. Il n'est meilleure manière de faire avancer la réflexion et la discussion sur ces sujets que de donner une visibilité à ces expériences. Celle-ci pourrait passer par la rencontre régulière des médiateurs et la publication de leurs travaux.

En effet, bien qu'encore peu nombreuses, en France, les expériences de médiation font l'objet d'appréciations globalement assez positives de la part des directions, des hiérarchies rédactionnelles, et des journalistes des entreprises concernées. La confrontation à des questions graves ou délicates (bidonnage, confusion entre promotion et information, guerre du Kosovo, etc.) permet d'autant mieux d'apprécier les réponses intéressantes, mais aussi les limites ou les erreurs. L'appréhension qu'en ont le public, mais aussi les rédactions et responsables des autres médias est souvent assez partielle, voire partielle. Il est essentiel de donner une chance d'ouvrir encore plus cette expérience par l'élargissement de la discussion et de la réflexion au-delà du cadre strict de chaque rédaction ou entreprise concernée. Il faut pouvoir échanger et faire connaître largement le fruit de ces échanges.

L'élargissement de la démarche de médiation, ne saurait reposer sur de simples actes de foi ou une conviction à priori. Il dépendra pour une large part de la connaissance et de compréhension de l'apport d'une telle démarche dans le traitement de sujets réellement rencontrés par les rédactions au jour le jour. L'enjeu des rencontres de médiateurs, qui ne saurait se confondre avec

les échanges que ceux-ci entretiennent déjà régulièrement au jour le jour, est celui de l'évaluation de cette démarche par les journalistes, par les rédactions, par les entreprises et surtout par le public. On peut imaginer que celui-ci sera d'autant plus enclin à s'investir dans une telle démarche qu'elle lui paraîtra globalement enrichissante et fructueuse.

L'idée de rencontres régulières n'est pas nouvelle, puisque les ombudsmen nord-américains ont ressenti très tôt l'intérêt qu'il y avait pour eux à de tels échanges d'expériences et débats. Le cadre s'est depuis également élargi aux autres continents où se mènent des démarches similaires. Le 9 mai 1999 se tenait d'ailleurs à Chicago, une rencontre mondiale des ombudsmen, à laquelle devaient d'ailleurs participer plusieurs des médiateurs français. Par ailleurs la démarche de médiation dépasse largement le domaine des médias. Les médiateurs de nombreux domaines se sont donné des structures et des formes d'échange qui constitueraient un apport et des thèmes de réflexion importants pour ceux qui défrichent au jour le jour cette approche nouvelle en France dans le domaine de l'information.

La Ministre de la culture et de la communication, qui avait marqué son intérêt pour la création de fonctions de médiateurs dans l'audiovisuel public, pourrait aider à conforter, faciliter la réflexion sur la démarche de la médiation en invitant les médiateurs à tenir une première rencontre. Elle pourrait à cette occasion leur proposer des moyens de diffuser le bilan qu'ils tirent et les principales observations qu'ils en retiennent. L'organisation régulière, au moins annuelle, de telles rencontres pouvant nécessiter une logistique légère, voire la mise en place d'une sorte de "coordination" ou de lien permanent entre les médiateurs, l'Etat pourrait apporter le soutien physique, nécessaire à celui-ci, au travers du SJTI, par exemple.

Les entretiens de l'information.

Nombre de professions, tout particulièrement celles qui font œuvre de service auprès du public, qui sont confrontées à une évolution rapide des connaissances et de leurs structures - je pense à la médecine - se sont dotées de lieux d'échanges et de débats. Ceux-ci appréhendent simultanément les questions relatives aux connaissances et à la pratique professionnelle. Ils ont également vocation à être publics, de manière à faire connaître à la société, aux pouvoirs publics, aux bénéficiaires de leur activité ce que sont les sujets en discussion, quels sont les termes du débat et quelles sont les réponses et solutions avancées. Il existe aujourd'hui une sorte d'urgence à ce que les professionnels de l'information tiennent régulièrement, chaque année sans doute, des entretiens de l'information.

L'idée n'est pas tout à fait neuve, puisque dans un passé récent, une association comme Reporters sans Frontières avait amorcé une telle démarche à propos d'événements particulièrement problématiques (Roumanie, guerre du Golfe, etc.). Cette démarche est toutefois ponctuelle et peut se révéler contradictoire avec l'objet principal de cette association (la défense des journalistes en butte à la répression). Des organismes professionnels, tels que le Syndicat de la Presse Quotidienne Régionale ("les rapports entre la presse et la justice", etc.), le Syndicat de la Presse Hebdomadaire Régionale ("Déontologie et règles professionnelles"), la Fédération Nationale de la Presse Française ("Liberté de la presse, liberté du citoyen", "Déclaration de la Fédération de la Presse Française" du 18 juin 1998); certains syndicats de journalistes ("Livre blanc" du SNJ, "Le vrai, le faux et le souhaitable" du CFE-CGC, etc.); mais aussi des associations de journalistes, d'éditeurs, (Médias 92, Presse Liberté, etc.) ont également mené des

réflexions et adopté des textes de principes, de recommandations. Il s'agit là encore de démarches riches, mais ponctuelles, peu connues du grand public, alors que celui-ci devrait être le premier concerné par des réflexions, des propositions, des recommandations, voire des engagements qui s'appliquent à l'information qui lui est délivrée au fil des jours.

Face à l'émiettement et au caractère occasionnel et dispersé des initiatives, la Ministre de la Culture et de la Communication pourrait affirmer son souhait de voir s'instituer et se pérenniser des entretiens de l'information. Dans cette perspective elle devrait inviter les principales parties concernées (organismes représentant les éditeurs et les agences, responsables des entreprises de radio et de télévision, syndicats de journalistes) à discuter d'une telle perspective et à examiner quel serait le contenu et le cadre le plus adapté pour ces entretiens.

Sans anticiper sur les discussions entre les acteurs concernés, il est possible d'imaginer que les entretiens de l'information se fixeraient pour objectif d'aborder chaque année les questions qui ont été les plus sensibles en matière de traitement de l'information. La structure qui aurait vocation à organiser ces entretiens se doterait d'une instance de professionnels (éventuellement élargie à quelques personnalités extérieures) chargée de sélectionner ces questions et d'inviter les organismes, personnalités les plus à même d'en débattre. Il paraît assez souhaitable qu'en fonction de ces questions elles-mêmes, de leur spécificité, des organismes et personnalités extérieurs aux médias soient invités à prendre leur part dans ces discussions. La richesse de tels débats, l'intérêt qui ressortira de leurs conclusions, voire conseils et préconisations, devraient inciter à la publication de ceux-ci afin de leur donner un écho plus large. L'Etat pourrait jouer un rôle à ce niveau en mettant à la disposition des organisateurs les moyens financiers, voire techniques nécessaires (SJTI, Documentation Française).

Les retombées et développements qui peuvent être attendus d'entretiens de l'information sont nombreux. Ils seraient un lieu pertinent pour apprécier, évaluer, faire évoluer la démarche de formation sur le droit et la déontologie. Ils peuvent également participer d'un mouvement visant à renforcer l'idée de formation et notamment de formation permanente chez les journalistes. Au fil des débats, réflexions et analyses menés, il est possible également d'imaginer que se dessinent des recommandations sur des sujets très précis à l'intention des entreprises et des journalistes. L'idée même de réfléchir à des principes communs, voire à une charte commune pourrait y trouver sa place. Certains aimeraient voir naître un lieu de conciliation, capable de traiter certains litiges avec le public, les entretiens pourraient être le lieu de discussion d'une telle option, voire d'expérimentation de celle-ci.

Face à l'idée même de "conseil de presse" qui progresse dans nombre de pays européens, les entretiens de l'information pourraient être l'occasion d'inviter nombre de ceux-ci à expliquer leur rôle et leur fonctionnement. Dans la mesure où certains de ceux-ci, notamment en Suisse, ont été conduits à traiter des questions qui animent des débats au sein des médias français, ils pourraient se voir proposer d'exposer leurs propres travaux et les conclusions auxquelles ils sont parvenus. Dans un pays comme la France où l'idée d'une instance en matière de déontologie continue de susciter de fortes réticences, l'association régulière des conseils de presse aux travaux des entretiens de l'information apparaît comme la meilleure approche pour apprécier leur intérêt en dehors de tout à priori idéologique ou corporatiste.

Rappelons que pour Daniel CORNU *"un conseil de la presse est une institution non gouvernementale dont la raison d'être est de servir d'intermédiaire entre les médias et le public.*

Il est le plus souvent constitué de manière volontaire par les milieux professionnels et soutenu financièrement par eux. Le conseil de la presse est l'instrument principal de l'autorégulation pratiquée en application des normes déontologiques. Dans la mesure où ses décisions sont publiques, il est aussi l'instrument de visibilité de ces normes”.

Un “ observatoire ” ?

Lors de la rencontre “ Liberté de la presse, liberté du citoyen ” du 28 avril 1998, la Fédération Nationale de la Presse Française devait évoquer l'hypothèse de la création d'un observatoire de l'information. Il est possible en effet de s'interroger sur l'intérêt que pourrait représenter un tel organisme, élargi à l'ensemble des médias, pour nourrir et préparer l'organisation des entretiens de l'information.

Cet observatoire, structure légère et permanente, serait à même d'assurer un suivi fin des questions rencontrées par les rédactions. Ces travaux constitueraient une base précieuse pour l'établissement du programme des entretiens. Ils pourraient également contribuer à la préparation de l'organisation des discussions par l'élaboration de documents introductifs, remis aux participants. Les moyens financiers, logistiques et techniques nécessaires à l'activité d'une telle structure pourraient être fournis complètement ou partiellement par l'Etat. On peut rappeler ici le rôle que joue déjà le SJTI auprès de l'Observatoire de la publicité.

Les travaux de la Fédération de la presse évoquaient à propos de l'observatoire de l'information un rôle d'animation et d'impulsion de recherches sur l'information et les médias. Cette orientation est à rattacher à la proposition de Claude SALES dans son rapport sur “ la formation des journalistes ” pour la Ministre de la Culture de la communication (février 1998), qui avançait l'idée d'un “ observatoire des médias ”. Cette proposition avait d'ailleurs rencontré l'intérêt de nombre de participants aux tables rondes organisées sous la présidence de la Ministre de la Culture et de Communication.

Diverses options plus ou moins ambitieuses s'ouvrent en effet aux partenaires concernés, parmi celles-ci figure l'engagement d'une politique d'études et de recherches concernant les médias d'informations et leurs professionnels. Aujourd'hui la recherche sur ce domaine est éclatée entre des universités, des centres du CNRS, des écoles, notamment les écoles de journalisme³⁴. Les moyens consacrés à celle-ci sont faibles et sans rapport avec les moyens de connaissance statistique, quantitatif et qualitatif du secteur, que l'on peut connaître dans des pays voisins. L'Etat pourrait y apporter un soutien tout à fait significatif, de même que les organismes professionnels.

Il ne faudrait pas, en revanche, que la question préalable du principe d'un tel organisme, de sa composition, des moyens à mettre à sa disposition constitue un facteur de retard, voire de blocage vis-à-vis de l'organisation des entretiens de l'information qui semble déjà recueillir un large accord des partenaires concernés. C'est pourquoi il paraît plus judicieux de laisser le soin

³⁴ Il faut noter que le renforcement d'activité d'étude et de recherche au sein des écoles de journalisme (ESJ de Lille et CFPJ), ainsi que l'idée d'un observatoire de la profession, à leur initiative, n'a pas survécue aux difficultés financières qu'elles ont connu en 1998 et 1999. Problème de taille critique ?

aux premiers entretiens qui se tiendraient si possible avant la fin 1999, d'en décider éventuellement la création, ainsi que les missions et le cadre exact.

Un mouvement volontaire pour la réaffirmation de principes de traitement de l'information.

L'entrée dans la société de l'information conduit à la multiplication des canaux et supports d'information. La croissance rapide de l'Internet, tout particulièrement, en est l'une des manifestations les plus immédiates. Face à ce phénomène, le grand public se trouve confronté à une profusion de messages de nature très diverses. L'information s'y trouve noyée dans des démarches commerciales, promotionnelles, propagandistes, sans parler de propos ayant clairement pour objet la désinformation. Là encore la crise du Kosovo et l'affrontements des partisans des différents camps par web interposés éclaire d'une lumière crue cette dérive préoccupante. Les ressources du numérique permettent simultanément de modifier aisément et parfois presque en temps réel, des messages qu'il s'agisse de textes, de photographies et même d'images animées. Ce qui pour les uns constitue un moyen d'améliorer la capacité d'impression ou de diffusion d'un document, peut devenir pour d'autres une opportunité de le modifier et de le dévoyer.

Il existe donc un véritable risque de perte de repères et de confusion pour le public qui ne peut laisser indifférentes les entreprises d'information (agences d'information, agences photo, agences d'images, quotidiens, magazines, radios, télévisions), notamment lorsqu'elles décident de s'engager dans ces domaines nouveaux, ce qui est devenu pour nombre d'entre elles un enjeu d'avenir. Certaines évoquent désormais l'idée d'un label ; des discussions ont d'ailleurs déjà eu lieu dans ce sens. Il semblerait plus fructueux de raisonner en terme de garanties données au public sur les conditions de traitement de l'information.

La Ministre de la Culture et de la Communication pourrait inviter les professionnels et les entreprises qui se sentent concernés, à engager une démarche volontaire : celle-ci porterait d'abord sur ce que sont les principes qui caractérisent le traitement de l'information au sens journalistique. Dans un second temps, ce corps de principes pourrait être affiché par chacune de ces entreprises d'information, comme un ensemble d'engagements et, ce faisant, de garanties de qualité et de fiabilité de l'information délivrée. Ces principes jetteraient les bases d'une forme de contrat moral passé entre le public et les entreprises d'information ayant souscrit à cet engagement volontaire. Il fait peu de doutes que cette démarche, dont l'urgence se fait sentir pour les entreprises intervenant sur Internet, aura également un effet en retour vis à vis de l'activité de ces entreprises dans leurs médias d'origine, par la dynamique de réflexion et de débat engagée par les entreprises concernées, par la nécessité de cohérence dans la démarche des journalistes et des rédactions concernées.

Vis-à-vis d'une telle approche le rôle de l'Etat peut être double :

Il peut être incitateur, accompagnateur et facilitateur des travaux d'élaboration ainsi engagés par les entreprises et organismes professionnels volontairement partie prenante de cette démarche.

S'agissant de médias dont la dimension est d'emblée internationale il pourrait se faire l'avocat de l'approche des professionnels français dans nombre d'instances internationales. Ce rôle est loin

d'être de pure forme alors même que les instances européennes ont engagé, en avril 1999, une réflexion et une discussion sur la notion d'autorégulation (rencontre de Sarrbrücken des 19, 20 et 21 avril 99).

Le présent rapport, remis à la Madame la Ministre de la Culture et de Communication, à sa demande, se veut d'abord une étape et une contribution dans une démarche souhaitée et inaugurée par Catherine TRAUTMANN. Il s'emploie à faire une synthèse des nombreux points de vue qui ont été collectés, lors de la mission exploratoire, ainsi que des réactions au rapport intermédiaire remis à chaque personne consultée. Loin de prétendre conclure ou refermer la réflexion, il se veut invitation à la discussion et à l'ouverture de démarches collectives tant pour les syndicats de journalistes, les organisations professionnelles, les entreprises, mais tous ceux aussi dans la société qui peuvent se sentir conviés à y prendre leur part.

Jean-Marie CHARON

Liste des personnes consultées.

ARNSTAM Pierre Henri : Directeur de la rédaction de France 2

AUGONNET Jacques : Directeur de l'IPJ

BAIL Pierre : Président du SNJ – CGC

BŒUF Pierre : Bureau CCIPJ

BOULONNE Alain : Président du SPQD et de la FNPF

BOURGES Hervé : Président du CSA

BOUVIER Jérôme : Directeur de la rédaction de France Culture

BRACCIALI Michel : Bureau CCIPJ

BURGELIN Jean – François : Procureur Général près la Cour de Cassation

CANDILLE Claude : Bureau CCIPJ

CARON Michel : Confédération CFDT

CAVADA Jean – Marie : Président de Radio France

CHALLON Serges : Président du Syndt des agences de presse photographiques.

CHAMBONNAUD Claude : Commission cadre de vie du CES.

CHASTAGNOL Alain : Président de Presse Liberté

COHEN – SOLAL Line : Commission du cadre de vie du CES.

COPIN Noël : Médiateur à RFI

CORDIER Alain : Président du directoire de Bayard presse

CORDIER François : Premier substitut au Parquet de Paris

COURTIVRON Gilles (de) : Président du directoire du groupe PVC

COURTOIS Gérard : Journal le Monde

COUSIN Bertrand : Conseiller du Président du groupe Havas

CULLAFROZ Jean – François : Secrétaire général adjoint de l'USJ – CFDT

DALLE Bruno : Bureau de la CCIPJ

DA LAGE Olivier : Bureau de la CCIPJ

DEGENNE Jean – François : USJ - CFDT

DELALANDE Jean – Pierre : Député du Val d'Oise

DELIVET Jean – Pierre : Directeur adjoint du SPQR

DENOYANT Gilbert : Directeur délégué auprès du Président de R. France

DESAUNOIS Jean : Directeur général de l'agence IMA Presse

DEVEDJIAN Patrick : Député des Hauts de Seine

DEVEUVEY : Directeur de la FNPF

DIARD Michel : Secrétaire Général du SNJ – CGT

DIDIER Claude : Secrétaire Général du SNJ- CGC

DUFOUR Damien : Président du directoire du Groupe Expansion

DUHAMEL Patrice : Directeur Général chargé de l'antenne à France 2

EPELBAUM Didier : Médiateur de France 2

FELLOUS Gérard : Com. Nationale Consultative des Droits de l'Homme

FRANCAIX Michel : Député de l'Oise

FRANCIOLI Marc : Médiateurs des rédactions de France 3

GENTOT Daniel : SNJ

GOGUEY Alain : Secrétaire général de l'USJ - CFDT

GOUYOU – BEAUCHAMPS Xavier : Président de France Télévision

GUASTONI Mario : SNJ

GUICHENEY Geneviève : Médiateur pour les programmes à F2 et F3

HAMELIN Arnaud : PDG de l'agence SUNSET Presse

HERVOUET Loïc : Directeur Général de l'ESJ de Lille

HESS Jean – Luc : Directeur de France Inter

HOCQUART de TURTOT Bruno : Directeur général du SPQR

KAMARA Françoise : Conseiller à la Cour d'Appel de Paris

LABARDE Philippe : Conseiller au CSA

LADEFROUX Marc : Délégué général du CFPJ

LARRIEU : Commission du cadre de vie CES

LORNAGE Paul : Président de la FNPS

MALLE Tristan : Secrétaire général du SGJ – FO

MAMER Noël : Député de Haute Garonne

MARIE Pascale : Directrice du SPMI

MAZEROL Olivier : Directeur général de l'information à RTL

MIGUEL Paul : Directeur du SPPMO

MONFORT Jean – Yves : Vice Président au TGI de Paris

MORANDAT Jacques : Directeur de la FFAP

MOUGEOTTE Etienne : Vice – PDG de l'Antenne à TF1

NAMIAS Robert : Directeur de l'information de TF1

PAPET Jacqueline : Bureau de la CCIPJ

PERRUCHOT Antoine : Président de la Société des rédacteurs de R.France

PFLIMLIN Rémy : Président du directoire de l'Alsace

POTTIER Marie : Secrétaire générale SJ –FO

PRADALIE Dominique : SNJ

RASSAT Marc : Directeur de la communication de Prisma Presse

REMOND Edith : Directrice de l'IUT B de Bordeaux

RENOUF Daniel : Président de la FFAP

RICO Agnès : Directrice du SPQD

RIGAUD Jacques : PDG de RTL

ROQUEMAUREL Gérald (de) : PDG de Hachette Filipacchi Médias

ROSSI Géraldine : Directrice de la CCIPJ

SCNEIDERMANN Daniel : Producteur de RIFF Presse

SOLE Robert : Médiateur au Monde

SZPINER Francis : Avocat à la cour.

TRUCHE Pierre : Premier Président de la Cour de Cassation

VITTU de KERRAOUL Jean-Pierre : Président de la FFHR

VIVIER Bernard : Président des journalistes CFTC

WOOTS Bernard : Président du SPMI

ANNEXES

Déclaration des devoirs et des droits des journalistes

Préambule

Le droit à l'information, à la libre expression et à la critique est une des libertés fondamentales de tout être humain.

De ce droit du public à connaître les faits et les opinions procède l'ensemble des devoirs et des droits des journalistes.

La responsabilité des journalistes vis-à-vis du public prime toute autre responsabilité, en particulier à l'égard de leurs employeurs et des pouvoirs publics.

La mission d'information comporte nécessairement des limites que les journalistes eux-mêmes s'imposent spontanément. Tel est l'objet de la déclaration des devoirs formulée ici.

Mais ces devoirs ne peuvent être effectivement respectés dans l'exercice de la profession de journaliste que si les conditions concrètes de l'indépendance et de la dignité professionnelle sont réalisées. Tel est l'objet de la déclaration des droits qui suit.

Déclaration des devoirs

Les devoirs essentiels du journaliste dans la recherche, la rédaction et le commentaire des événements sont :

1. Respecter la vérité, quelles qu'en puissent être les conséquences pour lui-même, et ce, en raison du droit que le public a de connaître la vérité.
2. Défendre la liberté de l'information, du commentaire et de la critique.
3. Publier seulement les informations dont l'origine est connue ou dans le cas contraire les

accompagner des réserves nécessaires; ne pas supprimer les informations essentielles et ne pas altérer les textes et documents.

4. Ne pas user de méthodes déloyales pour obtenir des informations, des photographies et des documents.
5. S'obliger à respecter la vie privée des personnes.
6. Rectifier toute information publiée qui se révèle inexacte.
7. Garder le secret professionnel et ne pas divulguer la source des informations obtenues confidentiellement.
8. S'interdire le plagiat, la calomnie, la diffamation et les accusations sans fondement, ainsi que de recevoir un quelconque avantage en raison de la publication ou de la suppression d'une information.
9. Ne jamais confondre le métier de journaliste avec celui du publicitaire ou du propagandiste; n'accepter aucune consigne, directe ou indirecte, des annonceurs.
10. Refuser toute pression et n'accepter de directive rédactionnelle que des responsables de la rédaction.

Tout journaliste digne de ce nom se fait un devoir d'observer strictement les principes énoncés ci-dessus. Reconnaisant le droit en vigueur dans chaque pays, le journaliste n'accepte en matière d'honneur professionnel que la juridiction de ses pairs, à l'exclusion de toute ingérence gouvernementale ou autre.

Déclaration des devoirs

1. Les journalistes revendiquent le libre accès à toutes les sources d'information et le droit d'enquêter librement sur tous les faits qui conditionnent la vie publique. Le secret des affaires publiques ou privées ne peut en ce cas être opposé au journaliste que par exception et en vertu de motifs clairement exprimés.
2. Le journaliste a le droit de refuser toute subordination qui serait contraire à la ligne générale de l'organe d'information auquel il collabore, telle qu'elle est déterminée par écrit dans son contrat d'engagement, de même que toute subordination qui ne serait pas clairement impliquée par cette ligne générale.
3. Le journaliste ne peut être contraint à accomplir un acte professionnel ou à exprimer une opinion qui serait contraire à sa conviction ou à sa conscience.
4. L'équipe rédactionnelle doit être obligatoirement informée de toute décision importante de nature à affecter la vie de l'entreprise. Elle doit être au moins consultée, avant toute décision définitive, sur toute mesure intéressant la composition de la rédaction : embauche, licenciement, mutation et promotion des journalistes.
5. En considération de sa fonction et de ses responsabilités, le journaliste a droit non seulement au bénéfice des conventions collectives, mais aussi à un contrat personnel assurant la sécurité matérielle et morale de son travail ainsi qu'à une rémunération correspondant au rôle social qui est le sien, et suffisante pour garantir son indépendance économique.

Cette déclaration a été rédigée et approuvée à Munich, les 24 et 25 novembre 1971. Elle a été adoptée depuis par la Fédération internationale des journalistes (FIJ), par l'Organisation internationale des journalistes (OIJ), et par la plupart des syndicats de journalistes d'Europe.

Charte des devoirs professionnels des journalistes français

Un journaliste digne de ce nom prend la responsabilité de tous ses écrits, même anonymes;

_ tient la calomnie, les accusations sans preuves, l'altération des documents, la déformation des faits, le mensonge, pour les plus graves fautes professionnelles ;

_ ne reconnaît que la juridiction de ses pairs, souveraine en matière d'honneur professionnel ;

_ n'accepte que des missions compatibles avec la dignité professionnelle ;

_ s'interdit d'invoquer un titre ou une qualité imaginaires, d'user de moyens déloyaux pour obtenir une information ou surprendre la bonne foi de quiconque ;

_ ne touche pas d'argent dans un service public ou une entreprise privée où sa qualité de journaliste, ses influences, ses relations seraient susceptibles d'être exploitées ;

_ ne signe pas de son nom des articles de réclame commerciale ou financière ;

_ ne commet aucun plagiat, cite les confrères dont il reproduit un texte quelconque ;

_ ne sollicite pas la place d'un confrère, ni ne provoque son renvoi en offrant de travailler à des conditions inférieures ;

_ garde le secret professionnel ;

_ n'use pas de la liberté de la presse dans une intention intéressée ;

_ revendique la liberté de publier honnêtement ses informations ;

_ tient le scrupule et le souci de la justice pour des règles premières ;

_ ne confond pas son rôle avec celui du policier.

Cette charte a été adoptée en 1918 par le Syndicat national des journalistes, puis révisée et complétée en janvier 1938 par le même syndicat. Aujourd'hui, les autres syndicats s'en réclament, comme d'ailleurs, implicitement tous les journalistes français.

Charte d'éthique commune aux professions s'exerçant en relation directe avec la personne humaine

*" Le pouvoir croissant dont l'homme dispose
crée le devoir croissant d'en user pour le bien. "*

René Cassin

(26 septembre 1968, Déclaration au Conseil de l'Europe)

Considérant que les professions s'exerçant en relation directe avec la personne humaine doivent être pratiquées dans le respect absolu de sa dignité, sans aucune discrimination de quelque nature que ce soit,

considérant que les hommes et les femmes qui les exercent ont acquis les connaissances et les savoir-faire leur donnant des pouvoirs qui ne sauraient être utilisés à l'encontre des droits fondamentaux,

considérant que ces hommes et ces femmes appartiennent professionnellement à la famille des praticiens des droits de l'homme et doivent veiller ensemble, dans le respect constant de leur éthique particulière mais aussi du bien commun, aux progrès de la condition humaine,

les représentants de ces professions proclament solennellement leur attachement aux principes universels et indivisibles de la Déclaration Universelle des Droits de l'Homme de 1948, et se déclarent prêts, en toutes circonstances, à assurer leur sauvegarde et leur promotion, non seulement en y référant explicitement leur éthique mais en les incluant dans leurs programmes de formation.

Adhésions à la Charte d'éthique commune aux professions s'exerçant en relation directe avec la personne humaine

Economie

- Conseil supérieur de l'Ordre des experts-comptables
 - Cercle éthique des affaires

Education

- Association amicale des inspecteurs généraux de l'Education nationale

Habitat

- Conseil national de l'Ordre des architectes
 - Conseil français des urbanistes

Justice

- Ordre des avocats à la Cour de Paris
 - Conseil supérieur du notariat
- Conférence générale des Tribunaux de commerce

Santé

- Ordre national des médecins - Conseil national de l'Ordre

- Ordre national des psychothérapeutes-sexologues
- Conseil national de l'Ordre des chirurgiens dentistes
- Fédération française des masseurs-kinésithérapeutes-rééducateurs
 - Conseil national de l'Ordre des pharmaciens
 - Assistance publique - Hôpitaux de Paris
 - Croix-Rouge française

Sécurité

- Haut Conseil de déontologie de la Police nationale
 - Association "Police et humanisme"

Fiche relative aux éléments constitutifs de la bonne foi en matière de diffamation

NOTION DE BONNE FOI

Lorsque la preuve de la vérité des faits diffamatoires, prévue par l'article 35 de la loi du 29 juillet 1881, est légalement impossible, seule subsiste la présomption de mauvaise foi qui frappe l'auteur de l'imputation diffamatoire. Il incombe à ce dernier la charge d'établir l'existence de faits justificatifs susceptibles de prouver sa bonne foi, cause d'exonération de la responsabilité pénale admise par la jurisprudence.

La bonne foi est composée de quatre éléments dont le cumul est exigé :

Éléments dégagés par P.Mimin, note sous Cass.crim, 27 oct.1938, D.1939

- **La sincérité** et le sérieux de l'enquête : le fait de rapporter fidèlement et objectivement les faits relatés permet de condamner le menteur ou celui qui est animé par une animosité personnelle

Une information erronée, parvenue par des voies officielles, peut avoir été normalement diffusée et s'avérer ultérieurement fausse. Cette circonstance ne saurait écarter la bonne foi.

- **L'existence d'un but légitime** : le diffamateur doit être animé d'un mobile visant à satisfaire un intérêt supérieur tel que la volonté d'informer le public sur tel ou tel point touchant à des sujets ayant une répercussion sociale.

Exemples:

>>> Intérêt de la santé publique. Mise en garde contre un traitement du Sida par un médicament secret (Cass., 17 mars 1993)

>>> Intérêt de la défense ou de l'amélioration de services publics (Cass.crim. 23 mars 1978)

>>> *Le fait de relater les agissements d'une "étrange banquière suisse, au coeur de tous les trafics internationaux" en raison d'une enquête sérieuse, minutieuse et objective qui n'avait pas outrepassé l'intention légitime d'informer ses lecteurs (Cass.civ., 15 jan 1997)*

>>> *Droit d'informer les électeurs sur la personnalité d'un candidat (Cass.crim., 5 nov.1969, Cass., 16 nov 1988). Les articles doivent cependant contenir tous les éléments que le devoir d'objectivité du rédacteur commande d'y insérer.*

- **Légitimité du moyen** : l'imputation litigieuse doit être proportionnée au but poursuivi
>>> *Entre dans le cadre de la diffamation l'imputation d'un passage à l'acte (affaire Le Pen sur la torture en Algérie, CA Paris, 15 jan 1986)*

- **Obligation de prudence** : fait obstacle à l'utilisation d'affirmations péremptoires et au recours aux formules spectaculaires
>>> *Le journaliste doit vérifier ses informations (Cass.crim., 20 juin.1952)*

>>> *La volonté de renseigner ne suffit pas à faire écarter la condamnation en cas d'information tronquée et d'absence de vérification (Cass.crim., 4 nov.1993).*

Règles et usages de la presse quotidienne régionale

P.Q.R Syndicat - Décembre 1995

*La libre communication des pensées et des opinions est un des droits les plus précieux de l'homme : tout citoyen peut donc parler, écrire, imprimer librement, sauf à répondre de l'abus de cette liberté dans les cas déterminés par la loi
(Article 11 de la Déclaration des droits de l'homme et du citoyen du 26 août 1789)*

*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 frontière
(Article 10 de la Convention européenne de sauvegarde des droits de l'homme et des libertés fondamentales)*

Rappel

L'implication de la Presse Quotidienne Régionale dans la vie quotidienne des Français lui a fait prendre très tôt la mesure de la complexité des rapports entre la justice, la presse et le citoyen.

Une réflexion sur son rôle et ses relations avec la justice a conduit le Syndicat de la Presse Quotidienne Régionale à créer, dès 1989, au sein de la Commission de l'Information, un groupe de travail presse/justice.

Cette démarche a débouché sur l'organisation d'un colloque qui s'est tenu à Paris les 14 et 15 juin 1991, dont les conclusions ont été publiées, et constituent une base pour la poursuite des actions mises en oeuvre.

- De nombreuses entreprises ont eu recours aux écoles de journalisme pour organiser une formation en interne, sur la base de modules de formation "presse/justice" rappelant les

principes fondamentaux du droit de la presse. Dans le même temps, plusieurs rencontres régionales presse/justice ont été organisées à l'initiative des journaux.

- Un vademecum presse/justice a été rédigé par le SPQR en 1993, rappelant les règles essentielles du droit de la presse et précisant dans un lexique le sens des principaux termes judiciaires couramment employés par la profession. Ce document a été complété par un guide pratique distribué à plusieurs centaines d'exemplaires auprès de toutes les rédactions.
- Une "*veille juridique*" a été formellement mise en place au Syndicat afin d'informer les titres de toutes propositions ou modifications de textes relatives au traitement de l'information.
- Le rappel des "*règles et usages professionnels de la Presse Quotidienne Régionale*" s'inscrit dans la continuité de cette réflexion et des actions menées par la profession dans un domaine essentiel au bon fonctionnement de la démocratie.

Préambule

La multiplication et le volume croissant des sources d'information, liés au développement des supports de communication, induisent le risque d'une perte d'identification de la fonction éditoriale.

Cette évolution préoccupante soulève la question du rôle et de la responsabilité des médias clairement identifiés dans les phénomènes de société, tant vis-à-vis du citoyen que du pays.

Partant de ce double constat, la Presse Quotidienne Régionale tient à rappeler sa spécificité et son rôle.

Forte de ses 37 titres, de ses 5 mille journalistes et de ses 20 millions de lecteurs, la Presse Quotidienne Régionale constitue, à titre principal, un média de proximité, conscient au quotidien de la responsabilité d'informer.

Cette responsabilité s'exerce en se référant à deux valeurs fondamentales : le droit à l'information du citoyen et le respect de la personne.

Elle s'inscrit dans le cadre d'une liberté d'expression qui doit s'exercer à travers une pratique guidée par une déontologie forte.

Cette déontologie est le fruit d'une culture, d'une formation et d'un professionnalisme qui s'accomplissent dans la pratique quotidienne d'un métier.

Les directeurs de publication de l'ensemble des quotidiens régionaux tiennent à rappeler solennellement ces règles et usages professionnels sur lesquels s'appuie leur engagement d'éditeur, dans le cadre de la responsabilité de chacun qui conserve la pleine et entière maîtrise du contenu de sa publication.

Conclusion

Le rappel des "règles et usages de la Presse Quotidienne Régionale" s'inscrit dans la continuité de la réflexion menée par le Syndicat de la Presse Quotidienne Régionale sur les relations presse/justice/citoyen depuis plusieurs années.

Ce texte n'a pas vocation à clore le débat fondamental sur la liberté d'expression et le respect de la personne. Il constitue une contribution à la clarification des droits et devoirs qui s'imposent à la fois à la presse, à la justice et au citoyen.

Règles et usages professionnels

Proche de ses lecteurs et conscient de ses responsabilités à leur égard, le journal veille à ce que le "*fait*" soit distingué du "*commentaire*" dans le traitement de l'information.

Exigence de sérieux et de rigueur

Publier une information avérée et précise

La crédibilité d'un journal repose sur sa capacité à diffuser une information avérée et précise

Aussi, la publication d'une information vérifiée est la garantie du sérieux, de la rigueur et de la bonne foi du journal

Ne pas nourrir la rumeur

En particulier, le journal met tout en oeuvre pour ne pas nourrir et amplifier une rumeur même si d'autres supports de communication s'en sont déjà fait l'écho.

Assurer le suivi des informations

Dans un souci de rigueur, le journal assure le suivi des informations portées à la connaissance de ses lecteurs. Il apporte, le cas échéant, toutes les précisions, commentaires, analyses ou corrections nécessaires à la compréhension des faits.

Faire preuve de mesure dans l'expression

De manière générale, le journal veille à ce que les articles ne contiennent pas d'expressions outrancières ou blessantes à l'égard des personnes.

La fiabilité des faits relatés, " la prudence et la modération" dans l'expression, l'équilibre dans le traitement de l'information, caractérisent sa démarche.

Affirmation du respect de la personne

Informers sans provoquer la discrimination, le racisme ou la violence

Le journal s'attache au respect des dispositions légales interdisant la provocation à la discrimination, à la haine ou à la violence envers une personne ou un groupe de personnes "**en raison de leur origine ou de leur appartenance ou de leur non-appartenance à une ethnie, une nation, une race ou une religion déterminées**".

- La discrimination consiste à faire naître dans l'esprit des lecteurs, des sentiments de distinction (ségrégation) fondés sur le mépris, l'antipathie ou l'aversion ;

- la haine met en jeu l'hostilité à l'égard de quelqu'un, la volonté de lui nuire en raison de son appartenance ou non à une ethnie, une nation, ...

- la violence doit s'entendre aussi bien au sens moral que physique du terme.

Au-delà des provocations clairement identifiables, le journal évite tout propos, tout qualificatif qui mettent ou soient susceptibles de mettre en jeu les sentiments évoqués ci-dessus.

Respecter la dignité de la personne humaine

Le journal veille, en particulier, à ne pas publier de photos susceptibles de porter atteinte à la dignité de la personne humaine.

Respecter la vie privée

Le journal veille au respect de la vie privée et du droit à l'image. Il ne publie que les faits qu'il considère comme relevant de la vie publique.

Ne pas diffamer

Le journal veille au respect de l'honneur et de la considération de la personne. De manière générale, il veille au respect des 4 critères qui sont à la base de toute démarche inspirée par un souci de bonne foi :

- la légitimité du but poursuivi :

Le journal s'attache à ce que les faits soient toujours traités dans un souci d'intérêt général, fondé sur le droit à l'information du public. La priorité est donnée au sujet traité par rapport aux acteurs du fait évoqué.

- l'absence d'animosité personnelle :

Le journal se garde de publier des articles à caractère délibérément polémique à l'égard des personnes, qui seraient inspirés par l'existence de contentieux personnels.

- La mesure dans l'expression :

Le journal veille à ce que les articles ne contiennent pas d'expressions outrancières ou blessantes à l'égard des personnes.

- La fiabilité de l'enquête :

La recherche de l'information est fondée sur le principe du contradictoire, qui est à la base de toute démarche inspirée par un souci de bonne foi.

Recueillir tous les points de vue nécessaires

A cet effet, un contact est recherché avec les principales parties concernées par une affaire traitée par le journal, dans le souci de recueillir leur point de vue et de traiter l'information de manière équitable.

Lorsqu'une personne concernée se refuse à toute déclaration, le journal en informe le lecteur.

Divulguer l'identité des personnes avec discernement

Lorsqu'elle n'est pas nécessaire à une claire information du lecteur, la publication des noms des personnes impliquées dans de petites infractions sera évitée.

Une approche similaire caractérise la publication des noms de personnes ayant fait l'objet d'une peine avec sursis.

Respect de la présomption d'innocence

Au terme de l'article 9 de la Déclaration des droits de l'homme et du citoyen du 26 août 1789, qui a valeur constitutionnelle, tout homme est présumé innocent jusqu'à ce qu'il ait été déclaré coupable, c'est à dire tant qu'il n'a pas été condamné.

Si le droit à l'information du public légitime la publication d'informations recueillies par le journal, le respect de la présomption d'innocence impose une rigueur exemplaire dans le choix des informations portées à la connaissance du lecteur et une grande vigilance dans leur présentation.

Veiller à la véracité de l'information et à la prudence et l'équité dans l'expression

De manière générale, les principes de véracité, de prudence, d'équité et de rigueur exposés précédemment s'appliquent tout particulièrement dans le traitement des informations concernant les faits divers.

Ne pas se substituer à la justice : informer sans "condamner"

Le journal, s'il entend bien ne pas abandonner la maîtrise de son contenu éditorial, n'a pas vocation à se substituer à la justice. Il relate avec rigueur et professionnalisme les éléments dont il dispose. Lorsqu'il publie des faits avérés au terme d'une démarche professionnelle rigoureuse, il veille à rappeler au lecteur le principe de la présomption d'innocence dont bénéficie toute

personne mise en cause dans le cadre de poursuites judiciaires.

Utiliser les termes juridiques appropriés

Dans ce cadre, le journal veille à ce que les bons termes juridiques soient utilisés et écarte les expressions qualifiantes.

Ne pas induire une présomption de culpabilité par l'image

Dans le même souci, il évite de publier la photo d'une personne présentée de façon humiliante ou induisant un sentiment de culpabilité.

Le journal veille à publier le non-lieu dont a bénéficié une personne impliquée dans une affaire judiciaire traitée par la rédaction, sauf volonté contraire de la personne. Cette publication est effectuée de manière à porter cette information à la connaissance du lecteur dans les meilleures conditions.

Exercice du droit de réponse

Faciliter l'exercice du droit de réponse

Le journal facilite l'exercice du droit de réponse, dès lors qu'il lui apparaît que les termes de la réponse :

- ne sont pas contraires à la loi ou aux bonnes moeurs ;
- ne sont pas en mesure de léser l'intérêt des tiers ;
- ne portent pas atteinte à l'honneur du journal ou de l'auteur de l'article

Le journal n'adjoint pas de note de la rédaction (NDLR) à la réponse publiée, sauf cas particulier motivant de manière sérieuse et légitime un complément d'information du lecteur.

Le principe de ne pas recourir à la NDLR s'applique sans réserve, en cas d'exercice du droit de réponse par une personne ayant bénéficié d'un non-lieu, d'une relaxe ou d'un acquittement, la mettant expressément ou non hors de cause.

Déontologie et règles professionnelles de la Presse Hebdomadaire Régionale

Au terme d'une réflexion de plusieurs mois, le Syndicat de la Presse Hebdomadaire Régionale est en mesure de proposer à ses adhérents des moyens concrets pour renforcer leur vigilance en matière de droit de presse et de déontologie.

A cette fin, le présent document comporte :

- **Une charte déontologique,**
exposant les valeurs et les principes que les éditeurs de P.H.R prennent l'engagement de défendre et de promouvoir

- **Un corpus de 21 règles professionnelles,**
commun à l'ensemble des hebdomadaires régionaux, qui pourra donner lieu à un débat dans chaque journal, afin d'être enrichi en fonction des spécificités de chacun
- La proposition de **trois actions,**
à mettre en oeuvre par les entreprises de P.H.R
- **Un aide-mémoire juridique :**
"ce qu'un localier ne doit jamais oublier"

juin 1998

sommaire

Les raisons d'une initiative

Pourquoi une charte déontologique ?

La charte déontologique de la P.H.R

21 règles professionnelles de la P.H.R

3 actions à conduire par l'éditeur

Droit de la presse : "ce qu'un localier ne doit jamais oublier"

- *ce que la loi impose de publier*
 - *ce que la loi interdit de publier*
-

Les raisons d'une initiative

Assurer la pérennité de la loi de 1881

Le profond attachement des éditeurs à la loi du 29 juillet 1881 ne semble plus suffire, aujourd'hui à en assurer la pérennité.

Bien que ce texte fondateur ne paraisse pas, dans l'immédiat, remis en cause par les pouvoirs publics, rien n'indique qu'à l'occasion de tel ou tel "*dérapage*" spectaculaire - y compris de la part d'une chaîne de télévision - la tentation d'adopter une **législation de circonstance** ne resurgira pas.

Dès lors, si la profession souhaite conserver en l'état - voire d'améliorer - le cadre juridique dans lequel elle exerce, il lui appartient de l'observer le plus scrupuleusement possible, pour éviter de porter le flanc à la critique.

Or, en ignorant parfois certains aspects de la loi de 1881 (par exemple le droit de réponse) la

presse n'apporte pas toujours la preuve de l'efficacité du texte auquel elle se réfère.

Renforcer notre crédibilité auprès de nos lecteurs

Bien que la PHR n'en souffre pas directement, la perte croissante de crédibilité que subit depuis quelques années l'ensemble des médias représente un handicap majeur pour le développement de nos journaux.

Il est manifeste que l'observation de certaines règles déontologiques clairement exposées au public, est aujourd'hui indispensable, même dans des journaux locaux moins exposés que d'autres aux risques de dérive.

Limiter les risques de contentieux

L'étude conduite en février 1998 auprès des éditeurs de PHR a indiqué un sensible accroissement du nombre de contentieux au cours des dernières années, qui se règlent de moins en moins souvent à l'amiable.

Or, même si nos journaux sont très rarement condamnés, toute procédure judiciaire constitue pour nos entreprises une charge importante, que nous devons tenter d'éviter.

Pourquoi une charte déontologique ?

Au nom du principe constitutionnel de la **liberté d'expression**, un journal peut tout dire, tout révéler.

Au nom du principe du **respect des droits d'autrui**, il répond devant la justice de ses éventuels abus, et s'expose à des sanctions s'il commet des délits.

Parallèlement, **le journalisme**, parce qu'il a pour vocation **d'informer le citoyen, n'est pas** - et ne peut pas être - **une profession réglementée** par un "ordre professionnel" édictant un "code déontologique", à l'instar de certaines professions libérales.

La liberté d'informer et la liberté d'expression ne sauraient en aucun cas être encadrées par une norme professionnelle imposée à tous.

Pour que le respect de la loi soit assuré, il n'est besoin d'aucune autre intervention que celle du juge.

Dès lors, pourquoi adopter une charte déontologique susceptible d'imposer des limites supplémentaires à la liberté de l'information ?

Responsables de projets de presse dont la diversité même garantit le pluralisme de l'information offerte au public et permet le débat d'idées, les éditeurs du Syndicat de la Presse Hebdomadaire Régionale réaffirment solennellement leur détermination à assumer pleinement cette

responsabilité, indivisible dans ses dimensions juridique, économique et sociale, et symbolisée par l'engagement personnel du directeur de publication.

Dans cet esprit, **les éditeurs de Presse Hebdomadaire Régionale** souhaitent proposer à leurs lecteurs un contrat moral. Ils considèrent qu'ils doivent, dans l'exercice de leur métier, respecter des principes et, parfois, s'imposer des limites.

C'est la raison pour laquelle ils s'engagent à respecter - et à faire respecter dans leurs entreprises - un certain nombre de pratiques professionnelles, qualifiées de déontologiques, qui ne relèvent ni d'un texte législatif, ni d'un code professionnel pouvant donner lieu à des sanctions, mais auxquelles ils souscrivent.

Il s'agit d'**un choix librement consenti**, fondé sur des valeurs et des principes communs.

Par cet engagement pris en conscience, ils entendent réaffirmer solennellement la vision qu'ils ont de leur mission d'information, et de la conception qu'ils défendent du rôle de la presse au sein de la société.

Charte déontologique de la P.H.R

La Presse Hebdomadaire Régionale s'engage à tout mettre en oeuvre pour :

- **Publier une information de qualité**
 - honnête et respectueuse de la vérité
 - collectée sans recours à des procédés déloyaux
 - fondée sur des faits vérifiés
 - présentée de bonne foi
 - impartiale, c'est-à-dire présentant les différents aspects d'une situation
- **Défendre la liberté de l'information**
 - en veillant à son indépendance à l'égard de tous les pouvoirs
 - en exerçant son esprit critique, qui impose de douter méthodiquement de tout
 - en distinguant clairement l'information des messages de communication ou de publicité
- **Respecter les personnes**
 - en respectant la dignité de la personne humaine
 - en faisant preuve de compassion pour les personnes frappées par le malheur
 - en respectant l'intimité de la vie privée

- en publiant toute demande légitime de droit de réponse
 - en reconnaissant et en rectifiant ses erreurs
 - **Promouvoir la liberté d'expression**
 - en prenant en considération les observations de ses lecteurs
 - en s'interdisant tout discours d'incitation à la haine ou à la discrimination
 - **Renforcer les valeurs qui fondent la démocratie**
 - en poursuivant, dans la publication de l'information, un but légitime au regard du droit du lecteur d'être informé
 - en ne négligeant a priori aucune information de proximité dans tous les domaines de la vie sociale
 - en ayant le souci d'éclairer, par l'information et le commentaire, le jugement du citoyen sur tous les aspects de l'actualité politique et générale
 - en faisant preuve d'équité, pour considérer tous les citoyens égaux devant la presse comme ils le sont devant la loi
-

LES 21 REGLES PROFESSIONNELLES DE LA P.H.R

L'éditeur de P.H.R s'engage à veiller à ce que ses journalistes :

- 1) vérifient leurs sources ;
- 2) n'usent pas de méthodes déloyales ;
- 3) ne versent aucune rémunération aux personnes qui acceptent d'être des sources d'information ;
- 4) ne publient que des informations, avérées et précises, dont l'origine est connue, en les accompagnant si nécessaire de la réserve qui s'impose ;
- 5) s'interdisent de percevoir quelque avantage que ce soit en raison de la publication ou de la non publication d'une information ;
- 6) informent les personnes peu familières avec la presse que leurs propos pourront être diffusés, et donc portés à la connaissance d'un large public ;
- 7) restent critiques à l'égard des perquisitions au déroulement desquelles les forces de l'ordre invitent les journalistes ;
- 8) n'acceptent aucune consigne d'un annonceur ;
- 9) n'acceptent des cadeaux que s'ils servent directement l'accomplissement du travail journalistique ;
- 10) refusent toutes pressions et n'acceptent d'autres directives rédactionnelles que celle de

l'éditeur ou des responsables de la rédaction ;

- 11) ne soumettent pas un reportage aux sources avant sa publication ;
- 12) fassent preuve de respect à l'égard des personnes qui viennent de vivre un drame, en évitant de les harceler pour obtenir une information ;
- 13) s'interdisent la calomnie et les accusations sans fondement ;
- 14) refusent de nourrir et d'amplifier la rumeur, même si d'autres supports s'en sont déjà fait l'écho ;
- 15) veillent dans le choix de leurs photos à ne pas induire une présomption de culpabilité par l'image ;
- 16) traitent l'information, y compris les faits divers, sans rechercher le sensationnalisme ;
- 17) assurent le suivi des informations publiées ;
- 18) respectent fidèlement le sens des propos rapportés ;
- 19) situent les faits et opinions dans leurs contexte, sans en exagérer ou en diminuer la portée ;
- 20) départagent soigneusement ce qui relève :
 - de l'information factuelle,
 - de l'analyse
 - et de l'opinion personnelle
- 21) recueillent le point de vue de toutes les personnes mises en cause dans une affaire et, lorsque l'une d'elles se refuse à toute déclaration, en informent les lecteurs.

TROIS ACTIONS A CONDUIRE PAR L'EDITEUR :

1. Sensibiliser les rédactions à leur responsabilité
2. Veiller à l'application du droit de presse ...
3. ... et le faire savoir

1. Sensibiliser les rédactions à leur responsabilité

Les collaborateurs de la rédaction doivent avoir conscience qu'ils sont, quotidiennement, en charge d'un équilibre entre **liberté d'information** et **respect de la personne**.

Qu'il s'agisse d'un journaliste ou même d'un correspondant local, chacun peut-être confronté à tout moment au risque d'un écrit diffamatoire, ou au problème du respect de la présomption

d'innocence ou de l'intimité de la vie privée.

Ce faisant il peut en permanence mettre en jeu, outre sa propre responsabilité, celle du journal, tant juridique ment que moralement.

LE JOURNALISME, UN METIER PARFOIS DANGEUREUX ... POUR AUTRUI

Il est donc fondamental que les éditeurs vérifient, avant tout, la réelle sensibilisation de leur équipes rédactionnelles à l'importance de ces questions, et leur conscience du **pouvoir qu'elles peuvent exercer sur autrui**, autant que leur *capacité de nuisance* ...

Une erreur, un propos malencontreux peuvent causer par inadvertance un tort considérable.

Telle photo d'accident peut traumatiser tout un village, tel prétendu chauffard peut être victime de l'opprobre de tout son quartier ...

NOTRE PREMIERE LIMITE, C'EST NOTRE TERRITOIRE

Ce souci est d'autant plus justifié en PHR que l'information locale exige des précautions particulières.

Notre première limite, c'est notre territoire ; si nous nous brûlons les doigts, nous ne pouvons pas en changer. A la différence de la presse nationale, **nos territoires sont petits**, et nos journaux en font partie intégrante.

Les fait divers sont importants, mais il convient de les relater avec mesure, en se souvenant toujours que **les acteurs de ces drames sont nos voisins**.

Par sa proximité géographique et culturelle, **l'hebdo local appartient un peu à chacune des familles concernées** (victime ou responsable) par un accident ou un délit.

Si notre vocation de presse de proximité nous oblige à l'impartialité, l'impact de nos journaux doit nous engager à la mesure et à la prudence dans l'expression.

NOTRE RESPONSABILITE EST ENGAGEE EN PERMANENCE

Notre responsabilité d'informer ne vaut que parce qu'elle a pour corrolaire notre responsabilité vis à vis des lecteurs.

Or, nous devons être plus exigeants avec nous-mêmes que nos lecteurs sont aussi, souvent, acteurs des faits que nous rapportons.

Nous sommes donc, bien plus que d'autres familles de presse, sous le contrôle permanent de nos lecteurs qui nous demandent à la fois :

- de les **informer complètement**, en révélant les faits, sans crainte ni révérence
 - et de **respecter les personnes**.
-

2. Veiller à l'application du droit de presse ...

- En remettant à tous les journalistes :

1. la **charte** déontologique de la PHR
2. le **corpus des règles professionnelles** de la PHR,
3. l'**aide mémoire juridique** qui l'accompagne ("ce qu'un localier ne doit jamais oublier") ;

- En leur proposant une session de **formation continue** en droit de la presse ;

- En établissant, au besoin, des **cellules de réflexion** associant la direction et les rédactions, et /ou des correspondant locaux, et /ou des lecteurs ;

- En **renforçant les dispositifs de contrôle de qualité rédactionnelle**, pour éviter les erreurs liées à l'emploi de termes approximatifs ou à l'absence de relecture ;

- En adoptant après discussion dans chaque journal un corpus des **règles déontologiques**, illustré d'exemples concrets ;

- **En intégrant**, le cas échéant, **dans les contrats de travail des journalistes**, une clause spécifiant le **nécessaire respect de ce corpus**, annexé au contrat ;

- **En désignant**, par exemple **au sein du journal, un responsable chargé d'effectuer une "médiation"** avec les lecteurs chaque fois que nécessaire, pour tenter de désamorcer les conflits ou de les régler à l'amiable.

... et le faire savoir

AUX LECTEURS :

En publiant, par exemple, les règles professionnelles adoptées par le journal, et en expliquant les principes qu'il s'engage à observer

AUX ELUS, AUX MAGISTRAT, ETC. :

Afin de le faire connaître et de valoriser cette démarche, les engagement pris par le journal et les efforts consentis pour assurer, le mieux possible, la compatibilité entre liberté de l'information et respect de la personne.

DROIT DE LA PRESSE :

CE QU'UN LOCALIER NE DOIT JAMAIS OUBLIER

CE QUE LA LOI IMPOSE DE PUBLIER

Le droit de réponse

A QUI EST-IL ACCORDE ?

"A toute personne [physique ou morale] nommée ou désignée" dans un journal **quels que soient la forme et le contenu de la mise en cause**

Même des propos élogieux peuvent donner lieu à un **droit de réponse**. **Celui-ci ne constitue pas un désaveu pour la rédaction**, mais simplement la reconnaissance du droit d'expression des personnes.

SOUS QUELLE FORME DOIT-IL ETRE DEMANDE ?

- la demande d'exercice du droit de réponse doit être présentée au maximum dans un délai d'un an à compter de la publication (Attention : réouverture du délai, pour trois mois, dans le cas de la procédure sur le respect de la présomption d'innocence - cf. infra).

- la demande doit être adressée par écrit au directeur de publication (et non, au journaliste qui a rédigé l'article).

COMMENT LA REPONSE DOIT-ELLE ETRE PUBLIEE ?

- elle doit être publiée à la même place et dans les mêmes caractères que l'article qui l'a provoquée.

- la longueur de la réponse est en principe limitée à la longueur de l'article qui l'a provoquée. Toutefois elle peut atteindre cinquante lignes, même si l'article initial est de longueur moindre, mais ne peut dépasser deux cents lignes, même si l'article est de longueur supérieure.

QUAND LA REPONSE DOIT-ELLE ETRE PUBLIEE ?

Pour les publications non quotidiennes, la réponse doit être insérée dans le numéro qui suit le surlendemain de sa réception.

PEUT-ON REFUSER UN DROIT DE REPONSE ?

Oui, mais **uniquement pour des raisons (de forme ou de fond) très précises** :

Sur la forme :

- si la personne qui l'invoque n'est ni nommée ni désignée individuellement, ou si la personne désignée prétend se faire représenter par un tiers non habilité ;

- si le droit de réponse n'est pas adressé par écrit, au directeur de publication ;

- si la réponse excède 200 lignes, composées dans le même caractère que le texte initial.

Sur le fond:

- si la réponse comporte des éléments diffamatoires ou injurieux à l'égard du rédacteur de l'article initial, ou à l'égard d'un tiers ;

- si elle est contraire aux lois (par exemple : incitation à la discrimination, à la violence, etc.)

Le tribunal de grande instance de Paris a estimé, en septembre 1996, que le refus d'un journal de publier un droit de réponse demandé par le Front National était fondé, car la réponse reprochait au journaliste d'avoir "tronqué l'information dans un esprit partisan", et a jugé que le droit de réponse ne devait pas se transformer en tribune politique.

QUE SE PASSE-T-IL EN CAS DE REFUS D'INSERTION D'UNE REPONSE ?

- En cas de refus, le directeur de publication informe la personne que sa demande n'est pas conforme au droit, et ne peut en l'occurrence faire l'objet d'une publication.

- Si le refus s'avère infondé, le directeur de publication peut être condamné à une amende de 25.000 F, éventuellement assortie de dommages et intérêts.

CE QUE LA LOI INTERDIT DE PUBLIER

concernant :

- la diffamation
 - l'injure
 - l'atteinte à la vie privée
 - le droit à l'image
 - l'atteinte à la présomption d'innocence
 - la justice
 - les mineurs
 - les opinions
 - la provocation aux crimes et aux délits
 - les délits contre la chose publique
 - divers autres sujets
-

DELIT CONTRE LES PERSONNES : CE QUE LA LOI INTERDIT DE PUBLIER

LA DIFFAMATION

L'étude réalisée au printemps 1998 auprès des éditeurs indique que les problèmes de diffamation sont ceux les plus fréquemment rencontrés en PHR (38% des contentieux).

QUAND Y A-T-IL DIFFAMATION ?

Dès qu'il est publié "toute **allégation** ou imputation d'un **fait qui porte atteinte à l'honneur ou à la considération d'une personne**".

La diffamation est punissable :

- **même si elle est faite sous forme dubitative ou interrogative** : il suffit de laisser supposer, de suggérer, d'insinuer ... pour qu'il puisse y avoir diffamation.

- **même si elle vise une personne qui n'est pas expressément nommée**, mais dont l'identification est rendue possible.

Il y a diffamation même si les faits rapportés sont exacts.

COMMENT SE DEFENDRE EN CAS DE PROCES ?

Prouver la vérité du fait diffamatoire :

En principe, la vérité du fait diffamatoire peut toujours être apportée, sauf lorsque l'imputation concerne la vie privée, lorsqu'elle se réfère à des faits qui remontent à plus de dix ans, ou à des faits qui constituent une infraction prescrite ou amnistiée.

Mais **en pratique**, même dans les cas où elle peut théoriquement être apportée, **la preuve de la vérité n'est quasiment jamais admise par les tribunaux.**

Démontrer sa bonne foi:

C'est pourquoi le directeur de publication et, éventuellement le journaliste incriminé, tentent le plus souvent de plaider la **bonne foi**.

Pour faire admettre la bonne foi, il faut pouvoir démontrer que l'article a été rédigé sur la base d'un **travail journalistique sérieux, faisant appel à diverses sources dont les informations ont été recoupées et vérifiées.**

L'auteur doit également ne pas avoir cherché à nuire à la personne mise en cause, et avoir fait preuve de **prudence** et de **mesure** dans la rédaction de l'article, c'est-à-dire avoir respecté certaines règles professionnelles : **rigueur dans la collecte de l'information, honnêteté intellectuelle et impartialité dans la présentation des faits.**

Ainsi le Tribunal de Grande Instance de Paris a-t-il rappelé, en mai 1997, que "les imputations diffamatoires sont réputées, de droit, faites avec l'intention de nuire, mais qu'elles peuvent être justifiées lorsque l'auteur établit sa **bonne foi** en prouvant :

- qu'il a poursuivi un **but légitime, étranger à toute animosité personnelle,**

-qu'il a écrit son article en se conformant à un certain nombre d'exigences, en particulier de **sérieux de l'enquête** et de **prudence dans l'expression.**"

L'INJURE

-**L'injure** est définie par la loi de 1881 comme "**toute expression outrageante, terme de mépris ou invective, qui ne renferme l'imputation d'aucun fait**" (contrairement à la diffamation).

Il suffit pour être sanctionné, d'avoir utilisé un terme reconnu comme injurieux, sauf si l'on peut invoquer la seule excuse possible qui est celle de la provocation.

Lorsque les écrits injurieux ou diffamatoires présentent un caractère raciste, ou lorsqu'ils visent un

ministre, un élu ou un fonctionnaire, les sanctions sont plus lourdes que s'il s'agit de "simples" particuliers.

L'ATTEINTE A LA VIE PRIVEE

-Si le Code Civil garantit à "chacun le droit au respect de sa vie privée", il ne donne pas pour autant une définition précise de la "vie privée".

C'est la jurisprudence qui détermine **ce qui relève de la vie privée d'une personne**, à savoir :

- sa **vie sentimentale**
- son **domicile**
- ses **relations amicales**
- sa **situation de famille**
- ses **loisirs**
- ses **opinions politiques ou religieuses**
- son **état de santé**,
- **etc.**

-**Même s'il n'y a pas publication**, certaines modalités de recherche des informations, peuvent être sanctionnées : indiscretion excessive, pression sur l'entourage, etc.

-**Même si les informations n'ont pas été obtenues par des moyens répréhensibles** (par exemple, information reprise dans un autre média), toute nouvelle publication peut être sanctionnée, car elle reproduit une infraction initiale.

- Par ailleurs, au nom de la garantie des droits de l'individu, le Code pénal punit toute divulgation, sans son consentement, de document concernant une personne qui se trouve dans un **lieu privé**.

LE DROIT A L'IMAGE

- **Toute personne ayant des droits exclusif sur sa propre image, peut interdire qu'on la photographie ou que l'on publie une photographie d'elle.**

Tout photographe doit donc **s'assurer de l'accord préalable exprès de la personne** qu'il photographie, **a fortiori lorsqu'il s'agit d'enfants** (demander l'accord des parents).

- En pratique, **il est cependant admis que les journaux puissent publier, sans autorisation, les photographies prises dans les lieux publics** (par exemple dans la rue ou lors d'une manifestation publique).

C'est du moins ce que le Tribunal de Grande Instance de Paris a admis a contrario, le 24 mars

1997, en estimant "qu'une photographie, même prise lors d'une manifestation publique, ne peut être publiée sans l'autorisation de la personne photographiée, dès lors qu'elle ne sert pas à illustrer un **évènement d'actualité** que la publication aurait été en droit de relater .

- **Une agence qui cède un cliché** sans aucune réserve, laissant ainsi supposer que le modèle a autorisé toute les utilisations de son image, engage sa responsabilité (contrairement au cas des dépêches d'agence pouvant comporter des élément diffamatoires, pour lesquels il appartiendra le cas échéant au journaliste ayant traité la dépêche de justifier sa propre bonne foi, c'est-à-dire de prouver notamment qu'il a vérifié ses informations et recoupé ses sources).

- La publication d'un **photo-montage** est punissable si la personne visée n'a pas donné son consentement, s'il n'apparaît pas évident qu'il s'agit d'un montage, ou encore s'il n'en est pas fait explicitement mention.

L'ATTEINTE A LA PRESOMPTION D'INNOCENCE

"Tout homme étant présumé innocent jusqu'à ce qu'il ai été déclaré coupable (...)" (Déclaration des Droits de l'Homme et du Citoyen - 1789)

Le respect de la présomption d'innocence s'analyse, **au premier chef**, comme une **obligation faite à la justice**. C'est en effet par rapport aux juridictions compétentes que tout individu doit, avant d'être reconnu coupable, être présumé innocent. Mais la formulation de la Déclaration des Droit de l'Homme et du Citoyen semble réserver ce principe aux relations entre les autorités judiciaires et les justiciables.

C'est pourquoi la **loi du 4 janvier 1993** a accordé à la présomption d'innocence une **portée plus générale qui s'étend aux médias**, en prévoyant que "**chacun a droit au respect de sa présomption d'innocence**" (Art. 9 du Code Civil).

COMMENT PEUT-ON ESTIMER S'IL Y A ATTEINTE A LA PRESOMPTION D'INNOCENCE ?

Le Tribunal de Grande Instance de Paris a donné, le 13 novembre 1996, une interprétation assez précise de ce qui peut constituer l'atteinte à la présomption d'innocence :

"Si en vertu de l'article 9 du Code Civil, chacun a droit au respect de la présomption d'innocence, les prérogatives conférées par ce texte, en tant qu'elle limite la liberté d'information, ne peuvent être mises en oeuvre **que** :

lorsque les responsable d'une publication auront clairement manifestées par la juridiction compétente, leurs propres convictions quant à la culpabilité de la personne en cause, dans des conditions de nature à persuader les lecteurs de cette culpabilité.

Tel n'est pas le cas, en l'espèce, **du journal qui a pris la précaution** de rappeler les faits au conditionnel, en soulignant que le magistrat instructeur s'interrogerait sur la culpabilité des intéressés, et de préciser que l'enquête était loin d'être terminée, sans prendre parti d'une manière quelconque sur la réalité des infractions qui auraient été commises."

COMMENT LES TRIBUNAUX PEUVENT-ILS FAIRE RESPECTER LA PRESOMPTION D'INNOCENCE ?

- Lorsqu'une personne placée en garde à vue, mise en examen, ou faisant l'objet d'une citation à comparaître en justice, d'un réquisitoire du procureur ou d'une plainte avec constitution de partie

civile est, avant toute condamnation, publiquement présentée comme coupable, le juge peut, même en référé, ordonner **l'insertion d'une rectification ou la diffusion d'un communiqué** pour faire cesser l'atteinte à la présomption d'innocence, ce sans préjudice d'une action en réparation des dommages subis.

- En cas de non-lieu et sur demande de la personne concernée, le juge d'instruction - ou la chambre d'accusation - **ordonnent la publication partielle ou intégrale de la décision de non-lieu.**

-Enfin, la loi offre désormais à toute personne nommée ou désignée dans un journal à l'occasion de poursuites pénales la possibilité d'exercer une **action en insertion forcée, dans un délai de trois mois à compter du jour où est intervenue la décision de non-lieu, de relaxe ou d'acquiescement.**

De manière générale, il est recommandé de faire preuve de la plus **grande prudence** dans la rédaction des articles (même s'il ne s'agit que de brèves) :

Exemples :

M. Dupont a été interpellé pour vol de véhicule
Après avoir volé un véhicule, M. Dupont a été interpellé
M. Durand a été mis en examen pour escroquerie
M. Durand a été mis en examen à la suite d'une escroquerie

OUI
NON
OUI
NON

LA JUSTICE

De façon générale, le Code pénal punit "quiconque aura cherché à jeter le discrédit sur un acte ou une décision juridictionnelle, dans des conditions de nature à porter atteinte à l'autorité de la justice ou à son indépendance".

AU STADE PREALABLE, est interdite la publication :

- d'éléments permettant d'identifier la victime d'un viol ou d'un attentat à la pudeur;
- d'informations ou de commentaires tendant à exercer des pressions sur les témoins;
- d'images ou de photographies montrant les circonstances d'un crime de sang, d'un délit contre les mœurs ou d'un délit de coups et blessures volontaires.
Seule exception : le juge chargé de l'instruction peut demander expressément la publication, afin que celle-ci aide à identifier les acteurs ou à susciter des témoignages;
- de tous actes de procédure criminelle, avant qu'ils aient été lus en audience publique;

AU STADE DES DEBATS, est interdite la publication :

- de photographies des débats (sauf autorisation exceptionnelle);

- du compte-rendu des débats de **procès en diffamation**, lorsque l'imputation concerne la vie privée ou se réfère à une condamnation prescrite, amnistiée ou effacée.

Dans ces deux cas, seuls peuvent être publiés les jugements.

LES MINEURS

Est interdite, notamment par la loi de 1881, la publication :

- de textes ou d'illustrations permettant d'identifier les mineurs qui ont quitté leurs parents, sauf demande expresse de ces derniers;
 - d'éléments concernant le suicide de mineurs, sauf autorisation du Procureur;
 - des comptes-rendus de procès concernant des mineurs délinquants;
 - d'informations permettant d'identifier un mineur recherché pour un crime ou un délit.
-

LES OPINIONS

Sont interdits la publication et le commentaire des sondages relatifs à certaines élections pendant la semaine qui précède chaque tour de scrutin.

LA PROVOCATION AUX CRIMES ET AUX DELITS

Sont interdites :

- la provocation à la discrimination, à la haine ou à la violence à l'égard d'une personne ou d'un groupe de personnes, à raison de leur origine, de leur appartenance ou de leur non-appartenance à une ethnie, une nation, une race ou une religion déterminée;
 - la provocation directe aux infractions suivantes même si elle n'a pas été suivie d'effet : atteintes volontaires à la vie et à l'intégrité physique; agressions sexuelles; vols; extorsion et destructions; crime contre la sûreté de l'Etat;
 - la provocation directe à tous les crimes et délits si elle est suivie d'effet, même sous forme de tentative;
 - l'apologie du meurtre, du pillage, de l'incendie, du vol, etc., et la provocation à l'insoumission, à la désertion ou au refus collectif de l'impôt.
-

LES DELITS CONTRE LA CHOSE PUBLIQUE

La loi de 1881 vise expressément :

- l'offense envers le Président de la République, ainsi qu'envers les chefs d'Etat étrangers et le personnel diplomatique;
- la publication de nouvelles fausses, de pièces falsifiées ou mensongèrement attribuées à des tiers qui, faite de mauvaise foi, trouble ou est susceptible de troubler la paix publique.

DIVERS AUTRES SUJETS

Il est interdit de publier :

- Les listes de contribuables assujettis aux différents impôts (Ordonnance du 18 octobre 1945);
- Les informations dissimulant une publicité financière (loi du 1er août 1986);
- La révélation de la filière d'origine d'une personne adoptée (et ce jusqu'à 30 ans après sa mort) (loi du 29 juillet 1881);
- Les textes ou images à caractère pornographique pouvant être vus ou perçus par des mineurs (Code pénal);
- Les informations militaires non rendues publiques par le gouvernement, **même si elles sont exactes**, ainsi que celles concernant les objets, documents et procédés tenus pour secrets par la Défense Nationale (Code pénal);
- Les fausses informations ou déclarations mensongères visant à porter atteinte au crédit de la nation, soit en ébranlant la confiance dans la monnaie, soit en incitant à des retraits de fonds (loi du 18 avril 1936).

Règles professionnelles adoptées par la F.N.P.S (Fédération Nationale de la Presse Spécialisée)

Pluraliste et diversifiée, la Presse Spécialisée est une presse d'information et de formation permanente du citoyen. Elle répond aux besoins du lecteur dans son rôle de personne au travail, de personne culturelle et de personne sociale.

Ce rôle, primordial dans notre société, implique des devoirs pour les publications concernées. C'est pourquoi, respectant les dispositions légales et réglementaires, conscientes de leur responsabilité, elles sont convenues, dans le cadre des syndicats qui les regroupent, de souscrire aux règles suivantes :

1. *L'éditeur maintiendra l'indépendance de la rédaction de sa publication à l'égard de tout groupe de pression (annonceurs, publicitaires, pouvoirs publics, etc...)*
2. *L'éditeur évitera toute équivoque entre les articles rédactionnels et la publicité. Il refusera de publier un article en fonction de considérations publicitaires ou financières.*

Il n'acceptera aucune publicité imitant le contenu rédactionnel et la présentation de la publication sans que ce texte soit spécifiquement identifié comme un message payé par un annonceur.

3. *L'éditeur devra publier et être en mesure de justifier le tirage et la diffusion moyenne annuelle de sa publication, dès lors que son chiffre d'affaires publicité dépasse 50% du chiffre d'affaires total de sa publication.*
 4. *L'éditeur s'abstiendra de pratiquer des méthodes de vente utilisant des arguments fallacieux ou discréditant d'autres publications.*
 5. *Conscient que le lecteur a droit à une information libre et pluraliste, chaque éditeur oeuvrera pour qu'aucune atteinte ne soit portée à la liberté de la presse.*
-

Modalités d'application des règles professionnelles de la F.N.P.S

Les instances dirigeantes des sept Syndicats membres de la Fédération Nationale de la Presse Spécialisée ont adopté les règles professionnelles de la F.N.P.S

Ces règles professionnelles s'imposent, en conséquence, désormais à tout éditeur de presse membre ou qui deviendra membre d'un syndicat adhérent de la FNPS. Leur non-respect engagera la responsabilité de l'éditeur.

Tout éditeur de presse spécialisée qui s'estimerait lésé par le non-respect, par un de ses confrères, de l'une des règles professionnelles pourra saisir de son cas le comité des litiges de la FNPS selon la procédure applicable devant cette instance.

En aucun cas, un éditeur qui aura transgressé l'une de ces règles ne pourra bénéficier de l'assistance du syndicat dont il est membre dans la défense de sa cause auprès de l'administration ou de tout tiers s'estimant lésé par cette transgression.

En cas de manquement grave ou répété dûment constaté, le bureau de la FNPS pourra saisir le syndicat auquel est affilié l'éditeur défaillant afin que soient prises à son encontre les sanctions convenables, celles-ci pouvant se traduire par l'exclusion de l'éditeur concerné.

La charte de Libération

Tous les actionnaires s'engagent à respecter la Charte des principes de Libération et son indépendance éditoriale.

Libération est un quotidien d'information libre, vigilant et indépendant.

Un quotidien d'information

L'objectif de Libération est de fournir une information complète et vérifiée, dans tous les domaines. Sans préjugés, ni complaisance, ses enquêtes reportages et analyses s'emploient à comprendre et à décrire l'actualité et à révéler les mutations des sociétés et des cultures.

Tout journaliste et tout salarié de Libération se doit de respecter les règles de déontologie telles qu'elles sont définies par le journal

Un quotidien libre

Libération ne fixe d'autres bornes à sa liberté que celles qu'il s'impose dans le respect des valeurs démocratiques. Cette liberté l'incite à toutes les formes de création journalistique et préside l'ensemble de ses choix et traitements de l'information. Elle lui interdit en revanche de véhiculer passivement toute propagande susceptible de compromettre les principes qui fondent cette déclaration.

Un quotidien vigilant

Libération n'est pas neutre. Il prend chaque jour le parti du citoyen et de ses droits contre toute forme d'injustice et de discrimination, individuelle ou collective.

Libération oppose, tant aux discours officiels qu'aux inclinations personnelles, le scepticisme indispensable au respect des faits. Il prétend au contrôle civique de tous les pouvoirs et au regard critique sur tous les magistrères, exigences à laquelle aucune constitution ne saurait, à elle seule, répondre.

Un quotidien indépendant

Pour informer en toute indépendance et garantir sa crédibilité, Libération se doit d'être une entreprise bénéficiaire qui développe sans cesse son audience.

Cette indépendance est renforcée si les salariés, qui produisent le journal, sont actionnaires de l'entreprise.

En qualité d'actionnaires, réunis en Société civile des personnels, ils bénéficient des droits statutaires spécifiques qui en font un protagoniste déterminant.

Cette charte engage l'ensemble des actionnaires.

La déontologie

(dans le pacte rédactionnel du 13.10.87)

6. La qualité et la crédibilité du journal, et donc la croissance de son audience, sont directement liées à notre respect scrupuleux de l'éthique professionnelle dans tous les domaines. De la vérification des sources à l'exactitude des citations, de la mention explicite des origines de nos informations à la rigueur de l'écriture, de la déontologie à l'application des règles de base du journalisme.
7. Cet effort de vigilance n'implique aucune "normalisation", ni uniformisation conduisant à la perte de notre "style", pour ne pas dire notre âme. Il ne s'agit pas non plus d'exercer "police" ou "censure". Au contraire : c'est au nom de la Liberté que nous revendiquons nous mêmes, individus et collectivité, que nous devons ensemble exercer et exiger cette vigilance.
8. L'éthique professionnelle commence par le respect des règles élémentaires, connues en fait de tous et que nous nous contentons de résumer sans prétendre à l'exhaustivité :
 - Toute information est rigoureusement sourcée. L'usage des sources anonymes est l'exception, non la règle, et doit être justifiée dans tous les cas. Le recours à

"l'observateur", "expert", "analyste", "diplomate", "journaliste" comme les citations prêtées aux "milieux proches de", "généralement bien informés" et autres "officiels", s'ils sont parfois indispensables, sont souvent aussi des clauses de style qui traduisent l'enquête insuffisante ou la construction paresseuse.

- La protection légitime d'une source et "le secret professionnel" de chaque journaliste ne saurait s'appliquer à l'intérieur de la rédaction vis à vis des responsables de celle-ci et dans le strict respect réciproque du travail de chacun, dès lors que l'information publiée est de nature à engager la responsabilité juridique du journal.
- L'usage d'informations, en tout ou partie, publiées préalablement par d'autres journaux, implique la mention claire de cette publication, y compris s'il s'agit des agences de presse dès lors qu'il ne s'agit pas d'informations à caractère officiel considérées comme étant du "domaine public".
De même, les synthèses rédigées à partir de dépêches d'agences doivent être signées comme telles, associées le cas échéant à la signature d'un rédacteur, s'il y ajoute une information originale.
- Une citation directe, entre guillemets, dès lors qu'il ne s'agit pas de textes ou de discours publics, implique que le journaliste a personnellement recueilli les propos cités en la forme. L'emprunt de citation à d'autres sources (journaux et agences) doit être explicitement mentionné. Dans tous les autres cas, l'usage de citations collectées de seconde main doit être généralement banni.
- Une "bonne" information est nécessairement contradictoire. La mise en cause d'une personne, d'une collectivité, d'une institution - française ou étrangère - entraîne, selon la loi, l'ouverture d'un droit de réponse.
Mais en deçà de cette considération, l'exercice même de notre liberté d'écrire et d'informer suppose dans tous les cas de solliciter la réaction des personnes ou des institutions mises en cause dans le journal. Les explications convaincantes ou non, les justifications voire le démenti pur et simple de nos interlocuteurs n'obligent pas nécessairement à modifier l'information que nous publions. Nous ne devons pas moins, en faire clairement état.
- La distinction du fait et du commentaire affecté en France par une tradition journalistique où l'écriture, donc l'humeur et la subjectivité, participent du style des journaux. Reste qu'au minimum, nous devons nous interdire l'opinion de "contrebande" : de la sélection intéressée d'informations au détriment d'autres, à usages insidieux d'adjectifs ou d'adverbes dans le corps d'articles ou la rédaction de synthèse à partir de dépêches. Le moins qu'on puisse demander à une opinion, c'est de s'exprimer en pleine clarté et sous la responsabilité de son auteur.

1. Le rappel, partiel, de ces notions élémentaires, ne vise à la mise en cause de personne, services ou journalistes en particulier.

Leur application systématique est l'affaire de tous. Le respect de la déontologie professionnelle est l'une des meilleures garanties que nous pouvons nous donner, tant vis à vis du journal qu'à chacun d'entre nous : il est partie intégrante du pacte rédactionnel.

"Ouest France" : le traitement du fait divers

C'est sans doute Ouest France qui - ne se contentant pas d'affirmer des principes - va le plus loin dans la définition d'un certain nombre de règles à appliquer, et cela dans un domaine précis, celui

du fait divers.

Avec comme sous-titre : "Dire sans nuire. Montrer sans choquer. Témoigner sans agresser. Dénoncer sans condamner", la note de 8 pages sur le "fait divers à Ouest France" après avoir réaffirmé les principes va très loin dans le détail.

Cette charte est actuellement (en 1994) en cours d'actualisation pour tenir compte des modifications de la législation, et pour y inclure d'autres recommandations et règles concernant notamment les rapports entre la rédaction et la publicité. Voici quelques extraits de cette charte dans son état ancien :

Le fait divers est doublement la clé de voûte de l'information :

- du point de vue du lecteur : c'est un centre d'intérêt prioritaire des lecteurs, de la générale à la locale en passant par la départementale;
- du point de vue du journaliste : le fait divers fait appel aux règles professionnelles de base, mais il exige au plus haut degré (vérification des faits, sources contradictoires, rigueur de l'enquête, réflexion, sensibilité, respect de l'homme...appliqués à un terrain mouvant, complexe, imprévisible, hors normes et à hauts risques) (...)

Le journaliste en charge du fait divers doit donc être à l'aie dans tous les registres de son métier. Conscience toujours en alerte, il doit avoir l'obsession d'incarner, dans la relation, l'enquête ou les prolongements qu'il propose d'un événement, les valeurs de justice, de liberté, de respect des individus et de leurs droits, qui fondent Ouest France, (...)

A - Les principes de base

Des faits vérifiés, précis et utiles à la compréhension, rapportés avec l'obsession permanente de toutes les conséquences possibles de leur publication (pour les acteurs eux-mêmes, pour la famille des victimes, pour celle des coupables...).

Des faits situés dans leur contexte, dans toute leur dimension humaine sans voyeurisme.

Un suivi systématique des faits, grands ou petits. Ne pas hésiter à revenir sur ceux qui demeurent mystérieux, non résolus. Avoir l'humilité de donner la fin de l'histoire même si elle prend à contre-pied des papiers antérieurs.

Prolonger les faits divers par des témoignages, interviews qui aident à comprendre, par des informations susceptibles d'aider le lecteur à éviter ce qui vient d'arriver à l'autre (la bonne question : "*qu'est-ce qui peut m'intéresser et m'être utile à moi dans ce qui vient d'arriver à l'autre ?*")

Être extrêmement prudent sur les causes, les liens de cause à effet, les responsabilités personnelles des différents acteurs. Même l'évidence peut être trompeuse en la matière, sans compter les stratégies manipulatoires des sources d'information.

Ensuite la note énumère tous les cas de figure auquel le journaliste peut être confronté (avant papier de procès, procès sur plusieurs jours, non-lieu, accident, découverte de cadavres, inceste, attentat à la pudeur, infanticide, etc.), et précise la manière de l'aborder, par exemple :

B - Présomption d'innocence : un garde-fou pour la démocratie :

(...) Dans la plupart des cas, la présomption d'innocence doit figurer dans l'article, soit en clair, soit à travers des formulations distanciées (usage du conditionnel, citation des sources

accusatoires, éléments non établis ouvrant des perspectives à la défense...) ... Exemples : "il est reproché à l'inculpé d'avoir...", "il est accusé de...", "il aura à répondre de l'accusation de...", "la défense ne manquera pas...", "Selon la police..." (...).

C - Les mots ne sont pas innocents :

Ayons une vigilance particulière pour le vocabulaire : distance à garder par rapport aux sources (police et gendarmerie). Bannissons les mots qui blessent et qui sont aisément remplaçables, chassons les formules qui conditionnent l'opinion publique et les jurés à la présomption de culpabilité ("*cet individu bien connu des services de police*", ou encore : "*inculpé et écroué, le meurtrier a été transféré*", ou pire, ce titre lu au début d'une instruction : "*l'assassin nie les faits*"...). Attention au rappel des condamnations antérieures avant le procès lui-même : en phase d'instruction, elles servent parfois à masquer la faiblesse du dossier. Jusqu'au procès, habituons-nous à évaluer une affaire pour elle-même (*antécédents ne valent pas preuves*).

D - Tribunal correctionnel :

La rubrique "correctionnelle" est une mine d'informations sur l'évolution de la délinquance et de la société. Pas question d'en faire un pilori ! La plupart des affaires peuvent être traitées comme des faits de société, en préservant l'anonymat. (...).

E - Suicides :

La règle est de ne pas en parler. Deux exceptions méritent une concertation préalable :

- les suicides publics, voire spectaculaires;
- les suicides qui paraissent liés à l'exercice d'une responsabilité politique ou professionnelle (extrême prudence à garder sur les liens de cause à effet).

F - Délits :

Les deux critères pour publier l'identité de l'auteur sont l'inculpation et la mise en détention. Pour les délits importants, l'identité est révélée dès l'inculpation (avec rappel de la présomption d'innocence).

Pour les délits mineurs, elle ne l'est qu'à partir de la mise en détention.

Le journaliste garde, bien sûr, sa liberté d'appréciation en fonction de la gravité des faits et du contexte. L'expérience prouve que la concertation avec son équipe, et avec sa hiérarchie, reste la meilleure garantie de cohérence et d'équité.

Mise en cause de tiers, (famille, proches) : ne pas mettre en cause nommément des personnes qui ne sont pas directement impliquées dans l'affaire ("*c'est le fils de M. Dupont*..." ou "*c'est le gendre du maire*"...).

Ne pas mettre en cause une profession, une communauté ethnique, religieuse, en tirant "*le psychiatre tue*", "*le pompier vole*", "*l'Algérien cambriole*"...

Attention aux connotations racistes de certaines formulations : on n'écrit pas "*Un Français musulman*"; dirait-on "*Un Français Catholique*" ?

Ne pas employer non plus des termes péjoratifs comme "*le manouche*", "*le triste individu*"... Si l'auteur du délit est un étranger (s'en assurer) préciser sa nationalité en ajoutant s'il réside ou non en France.

G - Viol

Ni identité, ni élément d'identification de la victime (sauf volonté contraire affirmée par elle par écrit, conformément à l'article 39 quinquies de la loi du 23 décembre 1980).

Charte élaborée par TF1 (parue dans *Le Monde* du 26 janvier 1994)

1. "Le respect des sensibilités diverses des téléspectateurs passe par un avertissement préalable dans le cas de la diffusion d'une séquence qui pourrait choquer ou traumatiser certains.
2. Il impose de limiter les images violentes aux seuls reportages dont la valeur d'exemple est prouvée par l'actualité.
3. Il oblige à refuser toute image à caractère pornographique et à délimiter avec soin les reportages contenant des séquences pouvant heurter la pudeur.
4. Il conduit à traiter avec le plus grand tact tous les sujets ayant trait à l'enfance, en respectant la volonté des familles.
5. Les journalistes s'imposent de donner la parole de manière contradictoire aux différents protagonistes d'un dossier d'actualité. Dans le cas où l'un de ces protagonistes aura expressément refusé de s'exprimer, le commentateur le stipulera dans son commentaire.
6. Il est recommandé d'éviter la répétition inutile ou injustifiée de séquences pouvant aboutir à la mise en cause ou de l'honorabilité d'une personne ou d'une institution.
7. Tant que la responsabilité d'une personne n'est pas prouvée par la justice, les plus grandes précautions de langage doivent être utilisées pour qu'on ne confonde pas mise en cause, mise en examen et culpabilité.
8. Le respect de la vie privée doit conduire à éviter de harceler les proches d'une personne sous les feux de l'actualité.
9. Il doit être procédé techniquement au cryptage du visage ou de la voix d'une personne chaque fois que celle-ci court un quelconque danger en raison de la nature de ses propos diffusés ou de sa présence sur un lieu donné.
10. Les journalistes ne diffusent pas de séquences réalisées en caméras cachées pouvant permettre l'identification d'une personne ou d'un lieu privé.
11. Ils s'interdisent de filmer un événement où la présence des caméras favoriserait une action criminelle. Ils se refusent à filmer un crime annoncé par avance par un individu ou une organisation.
12. S'agissant d'un rapt ou de tout autre crime commis sur un enfant, les journalistes ne doivent agir qu'en fonction de l'intérêt de la famille, au besoin après consultation des autorités.
13. Les journalistes s'abstiennent de diffuser l'interview d'une personne parlant sous contrainte.
14. Ils s'abstiennent de donner un temps d'antenne exigé par la force, sauf en cas exceptionnel d'un réel danger encouru par un tiers ou à la réquisition de l'autorité publique.
15. Les journalistes sont particulièrement vigilants lorsqu'ils utilisent des interviews

expresses dans la rue, ou le résultat de sondage réalisé par Minitel ou par téléphone. Ils s'interdisent par ce moyen de déformer le sens d'une information ou d'une situation.

16. Les images d'archives sont utilisées avec précaution.

Quand leur diffusion peut créer une confusion, elles sont datées ou ciblées comme telles.

17. Si, pour les besoins de la clarté de la démonstration, un reportage doit reconstituer des événements notés dans le commentaire ou l'image.

18. Il va de soit que ne seront rétribués des groupes ou des individus cherchant à mettre en scène un événement ou à participer à des actes délictueux sous le regard des caméras."

Charte de RFI - projet

Le médiateur

Définition

D'après une lettre de Mme Catherine Trautmann aux Présidents-Directeurs-Général des entreprises du secteur public de la radiotélévision, le médiateur

- Est "l'ambassadeur du public".
- "Etudie avec la rédaction les problèmes posés".
- "Fait progresser les comportements".

Le médiateur intervient

- En s'efforçant d'abord de résoudre à l'amiable les problèmes posés.
- Il fait lui-même ou fait faire une enquête.
- Il donne un avis.
- Il rend cet avis public selon la gravité ou l'exemplarité du cas traité.
- Il s'exprime à l'antenne dans le cadre et selon une fréquence fixés en accord avec la direction de l'information, en principe une fois par mois. On peut cependant se réserver la possibilité d'interventions plus proches de l'actualité lors d'événements importants comme la guerre du Golf, les conflits de l'Ex-Yougoslavie ou le génocide du Rwanda.
- Le médiateur rédige un rapport annuel.
- Il peut, en accord avec la direction, participer à des

réunions de réflexion sur la couverture d'événements prévisibles ou en cours de développement. Il peut suggérer lui-même de telles réunions ou des entretiens portant sur des évaluations périodiques.

Le médiateur est saisi :

Par le public.

Par des journalistes ou par tout membre de l'entreprise.

Par la présidence ou la direction.

Il peut se saisir lui-même.

Ce que le médiateur n'est pas :

- Il n'est pas représentant du pouvoir, "l'oeil du gouvernement", "le commissaire public".
- Il ne constitue pas une hiérarchie parallèle. Il ne fait pas partie de l'encadrement. Il agit en tant que conseiller. Il donne des avis. Il ne prend pas de décisions et ne prononce pas de sanctions.
- Il n'est pas un médiateur social intervenant dans les conflits internes : les questions d'organisation ou de conditions de travail ne peuvent être considérées de sa compétence que si elles apparaissent comme une cause de dérapages sur le plan déontologique.
- Il n'est pas un professeur de morale. Il n'est pas un donneur de leçons. Il se prononce sur la base de références communes. D'où l'importance d'une charte.
- Le médiateur ne se considère pas comme un avocat plaidant a priori la cause du public ou celle de R.F.I. Il n'est pas non plus un procureur ou un juge.
- Il est un recours pour le public, mais sa raison d'être est de conforter la crédibilité de R.F.I.
Son rôle n'est pas de poser des problèmes supplémentaires mais d'essayer de résoudre ceux qui sont posés ; non de susciter des conflits mais de contribuer à les apaiser et, mieux encore, de les prévenir.

Pourquoi une charte ?

Pourquoi une charte spécifique de R.F.I. ?

1. Il existe des chartes générales : nationale (Charte des devoirs des journalistes de 1918) ou européenne (Déclaration des devoirs et des droits des journalistes de 1971).

Mais depuis quelques années naissent des chartes par entreprises ou par catégories de journaux. Ce n'est pas seulement un phénomène de mode. Les besoins de références déontologiques s'intensifient. S'y ajoute le besoin d'établir une cohérence entre les principes généraux concernant la profession et les finalités spécifiques de chaque entreprise.

Les chartes générales n'engagent dans la plupart des cas que les journalistes (les syndicats français reprochent à la Fédération de la presse de ne pas avoir joint la charte de 1918-39 à la convention collective).

Il n'existe aucune instance veillant à l'application de ces textes. La profession, dans sa

majorité, n'en souhaite pas la création.

Une charte d'entreprise engage tous les membres de cette entreprise, à tous les niveaux de responsabilité.

2. Une charte paraît nécessaire à l'exercice du rôle du médiateur. Celui-ci peut se prononcer à partir de son expérience personnelle, de son bon sens, de son impartialité...Mieux vaut qu'il fonde son avis sur la base solide que représente un texte de l'entreprise, connu ou pouvant être connu du public.

3. Une charte est importante pour R.F.I.

A cause de sa mission spécifique de radio française émettant en direction de l'étranger

A cause des conditions particulières dans lesquelles travaillent ses envoyés spéciaux et correspondants. La référence à un texte peut être une protection - relative sans doute mais non négligeable - dans un certain nombre de pays.

4. Une charte de R.F.I. pourrait être une incitation et un exemple pour d'autres sociétés de l'audiovisuel.

5. Cette exemplarité pourrait également être importante pour les pays où R.F.I. diffuse, surtout dans ceux où font défaut à la fois les libertés et les références déontologiques.

R.F.I. fait partie du peloton de tête dans l'utilisation des nouvelles technologies.
C'est un domaine où la réflexion déontologique s'imposera de plus en plus.

CONVENTION DE TF1 [EXTRAITS]

OBLIGATION GENERALES ET DEONTOLOGIQUES

E - HONNETETE DE L'INFORMATION ET DES PROGRAMMES

Article 15

L'exigence d'honnêteté de l'information s'applique à l'ensemble des programmes et s'exerce pour les sources de l'information et de son traitement.

Conformément aux règles déontologiques régissant la profession de journaliste, la société s'assure du bien fondé et des sources de l'information. Dans la mesure du possible, son origine doit être indiquée. L'information incertaine est présentée au conditionnel.

Article 16

Le recours aux procédés permettant de recueillir des images et des sons à l'insu des personnes filmées ou enregistrées doit être limité aux nécessités de l'actualité. Le recours à ces procédés doit être porté à la connaissance du public et doit préserver l'anonymat des personnes et des lieux, sauf si leur consentement a été recueilli préalablement à la diffusion de l'émission.

Le recours aux procédés de vote des téléspectateurs ou de "micro-trottoir" ne peut être présenté comme représentatif de l'opinion générale ou d'un groupe en particulier, ni abuser le téléspectateur sur la compétence ou l'autorité des personnes sollicitées.

La société s'interdit de recourir à des procédés technologiques permettant de modifier le sens et le contenu des images à l'insu du téléspectateur, excepté dans les émissions de fiction et de divertissement en informant le public de la nature des images.

Article 17

La société fait preuve de rigueur dans la présentation et le traitement de l'information.

Elle veille à l'adéquation entre le contexte dans lequel les images ont été recueillies et le sujet qu'elles viennent illustrer. Lorsque la société a recours à des images d'archives pour illustrer un sujet, elle le mentionne par une incrustation à l'écran. La mention est accompagnée de l'origine des images et dans toute la mesure du possible de leur lieu et date de tournage.

Les images tournées pour une reconstitution ou une scénarisation de faits réels, ou supposés tels, sont présentées comme telles au téléspectateur. Sous réserve de la caricature ou du pastiche, lorsqu'il est procédé à un montage d'images ou de sons, celui-ci ne peut déformer le sens initial des propos ou images recueillis ni abuser le téléspectateur.

Article 18

La société veille à éviter toute confusion entre les programmes d'information et les émissions de divertissement.

Pour ses programmes d'information, la société fait appel à des journalistes professionnels.

CONVENTION DE M6 [EXTRAITS]

OBLIGATIONS GENERALES ET DEONTOLOGIQUES

E - HONNETETE DE L'INFORMATION ET DES PROGRAMMES

Article 15

L'exigence d'honnêteté s'applique à l'ensemble des programmes et s'exerce pour les sources de l'information et de son traitement.

La société vérifie le bien fondé et les sources de l'information. Dans la mesure du possible, son origine doit être indiquée. L'information incertaine est présentée au conditionnel.

Article 16

Le recours aux procédés permettant de recueillir des images et des sons à l'insu des personnes filmées ou enregistrées doit être limité aux nécessités de l'actualité. Le recours à ces procédés doit être porté à la connaissance du public et doit préserver l'anonymat des personnes et des lieux.

Le recours aux procédés de vote des téléspectateurs ou de "micro-trottoir" ne peut être présenté comme représentatif de l'opinion générale ou d'un groupe en particulier, ni abuser le téléspectateur sur la compétence ou l'autorité des personnes sollicitées.

Dans les émissions d'information, la société s'interdit de recourir à des procédés technologiques dans le but de modifier le sens et le contenu des images.

Dans les autres émissions, le public doit être averti de l'usage de ces procédés.

Article 17

La société fait preuve de rigueur dans la présentation et le traitement de l'information.

Elle veille à l'adéquation entre le contexte dans lequel les images ont été recueillies et le sujet qu'elles viennent illustrer. Toutes utilisations d'images d'archives est annoncée par une incrustation à l'écran, éventuellement répétée. Si nécessaire, mention est faite de l'origine des images.

Les images tournées pour une reconstitution ou une scénarisation de faits réels, ou supposés tels, doivent être présentées comme telles au téléspectateur. Sous réserve de la caricature ou du pastiche, lorsqu'il est procédé à un montage d'images ou de sons, celui-ci ne peut déformer le sens initial des propos ou images recueillis ni abuser le téléspectateur.

Article 18

La société veille à éviter toute confusion entre les programmes d'information et les émissions de divertissement.

Pour ses programmes d'information, la société fait appel à des journalistes professionnels.

Code éthique des journalistes américains

Adopté en 1926 par Sigma Delta Chi, l'association la plus représentative des journalistes des Etats-Unis, ce code éthique a été depuis régulièrement amendé

A - Ethique

Les journalistes doivent être libres de toute obligation à l'égard de tout intérêt autre que celui du public à connaître la vérité

1 - Les cadeaux, les voyages gratuits, les privilèges ou les traitements de faveur peuvent compromettre l'intégrité des journalistes et de leurs employeurs. Il ne faut accepter aucun cadeau de valeur.

2 - Il faut éviter les autres activités rémunérées, l'implication politique et les postes électifs s'ils compromettent l'intégrité des journalistes et de leurs employeurs. Les journalistes et leurs employeurs doivent conduire leurs vies personnelles d'une manière qui les protège des conflits d'intérêts réels ou apparents. Leurs responsabilités à l'égard du public dominent les autres. C'est la nature de leur profession.

3 - Aucune prétendue information de source privée ne doit être diffusée si elle ne contient pas vraiment une information.

4 - Les journalistes doivent rechercher les informations qui servent l'intérêt général en dépit des obstacles. Ils s'efforceront toujours d'obtenir que les affaires publiques soient conduites en public et que les archives publiques soient accessibles au public.

5 - Les journalistes protègent les sources confidentielles d'information.

6 - Le plagiat est malhonnête et inacceptable.

B - Exactitude et objectivité

La bonne foi à l'égard du public est la base de tout journalisme valable :

1 - La vérité est notre but ultime.

2 - L'objectivité dans la manière de rendre compte des informations est la marque du professionnel expérimenté. C'est un critère de performance vers lequel nous tendons. Nous honorons ceux qui l'atteignent.

3 - Rien n'excuse le manque d'exactitude ou d'approfondissement.

4 - Les titres doivent être pleinement justifiés par le contenu des articles. Les illustrations doivent donner une image juste d'un événement et non pas mettre en vedette un aspect mineur sorti du contexte.

5 - Une pratique saine fait une distinction claire : entre l'information et l'expression des opinions. L'exposé des informations doit être exempt d'opinion ou de préjugés et faire valoir tous les points de vue sur une question.

6 - S'écarter sciemment de la vérité dans un commentaire pour des raisons partisanses et contraires à l'esprit du journalisme américain.

7 - Les journalistes ont pour responsabilité de proposer des points de vue, commentaires et opinions éclairés sur les sujets de débat. Pour ce faire, ils doivent donner la parole, à ceux qui leur paraissent qualifiés par leur compétence, leur expérience et leur jugement.

8 - Tout article destiné à défendre le point de vue de l'auteur doit être identifié comme tel.

C - Règles de conduite

Les journalistes doivent respecter la dignité, l'intimité, les droits et le bien-être des personnes rencontrées en cherchant ou en présentant l'information.

1 - Les médias ne doivent pas faire circuler des accusations autres que des inculpations officielles sans donner aux personnes dont la réputation est mise en cause une chance de répondre.

2 - Les médias doivent respecter la vie privée des personnes.

3 - Les médias ne doivent pas se prêter à la curiosité morbide sur les détails des vices et des crimes.

4 - Il est du devoir des médias de corriger rapidement et complètement leurs erreurs.

5 - Les journalistes sont responsables de leurs informations à l'égard du public et celui-ci doit être encouragé à exprimer ses critiques à l'égard des médias. Ce dialogue doit être encouragé.

Le Pressekodex allemand

Le code de la presse (Pressekodex) allemand a été élaboré par le Conseil de la Presse (Presserat) en collaboration avec les organisations professionnelles d'éditeurs et de journalistes. Il a été communiqué au président Gustav Heinemann le 12 décembre 1973. Il tient en seize points qui suivent un court préambule rappelant la garantie constitutionnelle de la liberté de l'information, de l'expression des opinions et de la critique, et précisant que le Code situe les responsabilités sur le plan éthique et non sur le plan juridique. Le Code de la presse est assorti de Lignes directrices pour le travail journalistique (Richtlinien für die publizistische Arbeit), qui ont été mises à jour le 14 février 1990 par le Conseil de la presse.

6. Le respect de la vérité et la véracité de l'information au public constituent le devoir ultime (oberstes Gebot) de la presse.
7. Les nouvelles et les informations, sous forme de texte et d'images, destinées à la publication doivent être contrôlées quant à la vérité de leur contenu avec toute l'attention permise par les circonstances. Leur sens ne doit pas être ni détourné ni faussé par leur traitement, par leur titre ou par leur légende. Les documents doivent être reproduits fidèlement. Les informations non confirmées, les rumeurs et les conjectures doivent être signalées comme telles. Lors de la reproduction d'une photographie symbolique, la légende doit indiquer clairement qu'il ne s'agit pas d'une image documentaire.
8. Les nouvelles ou assertions portées à la connaissance du public qui se révèlent par la suite erronées doivent être rectifiées de manière appropriée, immédiatement et spontanément, par la publication qui les a diffusées.
9. Les méthodes déloyales sont proscrites dans la recherche de nouvelles, de matériel informatif et d'images.
10. La confidentialité convenue avec un interlocuteur, dans un entretien visant à obtenir des

informations ou des connaissances quant à leur contexte, doit être par principe maintenue.

11. Chaque personne active dans la presse observe le secret professionnel, fait usage du droit de refuser son témoignage et ne révèle ses sources que sous la condition expresse de leur consentement.
12. La responsabilité de la presse à l'égard du public impose que les publications rédactionnelles ne soient pas influencées par les intérêts privés ou professionnels de tiers. Les éditeurs et les rédacteurs se préservent de telles pressions et veillent à un eséparation claire entre le texte rédactionnel et les contenus publiés à des fins publicitaires. Les textes, les photographies et les graphismes relevant de la publicité doivent être reconnaissables comme tels.
13. La presse respecte la vie privée et la sphère intime de la personne humaine. Dans le cas où le comportement privé d'une personne concerne néanmoins l'intérêt public, la presse est autorisée à en faire état. Il est alors nécessaire d'examiner si une publication risque de porter atteinte aux droits de la personnalité de personnes étrangères à l'affaire.
14. Les accusations sans fondement sont contraires à un comportement journalistique correct, particulièrement lorsqu'elles sont de nature à porter atteinte à l'honneur.
15. Les publications, par le texte et par l'image, qui sont susceptibles de porter atteinte aux sentiments moraux ou religieux d'un groupe de personnes, par leur forme et par leur contenu, ne sont pas compatibles avec la responsabilité de la presse.
16. Il convient de prononcer à la représentation exagérément sensationnelle de la violence et de la brutalité. La protection de la jeunesse doit être prise en considération dans la relation des faits.
17. Personne ne doit être discriminé en raison de son sexe, de son appartenance à un groupe ethnique, religieux, social ou national.
18. Le compte rendu d'une instruction et d'une procédure judiciaire pendantes doit être exempt de préjugés. C'est pourquoi, au début et pendant la durée de telles procédures, la presse évite toute prise de position partielle ou préjudiciable, dans la présentation et dans le titre. Un suspect ne doit pas être désigné comme coupable avant le jugement du tribunal. Lors d'actes délictueux commis par des mineurs, la presse doit renoncer dans toute la mesure du possible à publier les noms et des photographies permettant l'identification, à moins qu'il ne s'agisse de crimes graves. Elle ne doit pas faire état des décisions des tribunaux avant leur publication officielle sans motifs prépondérants justifiés.
19. La présentation exagérément sensationnelle d'informations sur des sujets médicaux doit être évitée. Une telle présentation pourrait éveiller chez le lecteur des craintes ou des espoirs infondés. Les résultats de recherches qui se trouvent à un stade encore avancé ne devraient pas être décrits comme des résultats aboutis ou presque aboutis.
20. L'acceptation et l'octroi d'avantages de toutes sortes, qui seraient susceptibles de porter préjudice à la liberté de décision de l'éditeur ou de la rédaction, sont incompatibles avec la crédibilité, l'indépendance et la mission de la presse. Celui qui se laisse corrompre, en vue de diffuser ou de supprimer des informations, agit de façon contraire à l'honneur et aux règles professionnelles.
21. Il convient que les blâmes publiquement prononcés par le Conseil de la presse soient

reproduits de façon loyale, particulièrement par les organes de presse concernés.

source : ABC des journalismus, Munich, Ölschäger, 1990 (6e éd.), pp. 264-266 ; trad. D.C.)

Code de conduite des journalistes britanniques :

Adopté en 1938 par le Syndicat des journalistes (NUJ) de Grande-Bretagne, ce Code de conduite a été révisé et complété depuis.

22. Un journaliste a le devoir de maintenir les exigences professionnelles et éthiques à leur plus haut niveau.
23. Un journaliste doit toujours défendre le principe de la liberté de la presse et des autres médias en ce qui concerne le recueil de l'information et l'expression des commentaires et des critiques. Il doit lutter pour éliminer la déformation ou la suppression d'informations ainsi que la censure.
24. Un journaliste doit lutter pour s'assurer que l'information qu'il répand est juste et exacte, éviter d'exprimer des commentaires et des conjonctures comme des faits vérifiés ainsi que la falsification par déformation, sélection ou infidélité.
25. Un journaliste doit rectifier rapidement toute inexactitude nuisible, s'assurer que les rectifications et les excuses sont suffisamment mises en valeur et accorder un droit de réponse aux intéressés quand la question est suffisamment importante.
26. Un journaliste doit obtenir informations, photographies et illustrations uniquement par les moyens loyaux. L'utilisation d'autres moyens ne peut être justifiée que par des considérations incontestables d'intérêt public. Un journaliste est en droit d'opposer une objection de conscience à l'utilisation de tels moyens.
27. Sauf justification par des considérations incontestables d'intérêt public, un journaliste ne doit rien faire qui entraîne une intrusion dans la peine ou la détresse privée.
28. Un journaliste doit protéger ses sources confidentielles d'information.
29. Un journaliste ne doit se laisser corrompre ni accepter que d'autres affectent l'exercice de ses droits professionnels.
30. Un journaliste ne doit pas se prêter à la déformation ou à la dissimulation publicitaire ou autres.
31. Un journaliste ne doit ni créer, ni mettre en forme de la manière qui encourage la discrimination en fonction de la race, de la couleur, des croyances, du sexe ou de l'orientation sexuelle.
32. Un journaliste ne doit mettre à profit pour son compte des informations obtenues dans l'accomplissement de ses fonctions avant que l'information ne soit publiée.
33. Un journaliste ne doit ni par ses déclarations, sa voix ou sa présence, faire la publicité d'aucun produit commercial ou service sauf en ce qui concerne la promotion de son propre travail ou de la publication qui l'emploie.

Le code de pratique de la Commission de plaintes britannique

La mise en place de la Commission de plaintes en matière de presse (Press Complaints Commission) en 1991 a été assortie de l'entrée en vigueur d'un nouveau Code de pratique (Code of Practice), élaboré par les responsables de journaux et de périodiques britanniques. Ce texte se distingue par l'absence d'une quelconque mention des grands principes de la déontologie (respect de la vérité, défense de la liberté, exigence de justice) et par la définition extrêmement détaillée des actes et comportements liés au travail du journaliste. La Commission a pour mission de le faire respecter.

Tous les membres de la Presse ont le devoir de maintenir les exigences professionnelles et éthiques à leur plus haut niveau. C'est pourquoi ils doivent respecter les dispositions de ce Code de pratique et veiller au droit du public à être informé.

Les rédacteurs en chef sont responsables des actes des journalistes employés par leurs publications. Ils doivent aussi s'assurer autant que possible que les pratiques des collaborateurs extérieurs à la rédaction soient en accord avec ce code.

Il est admis que cela implique un élément substantiel de réserve, que les rédacteurs en chef et les journalistes s'imposent à eux-mêmes; le code est donc conçu pour être acceptable dans le contexte d'un système d'autocontrôle. Il s'applique dans l'esprit aussi bien que dans la lettre.

1. EXACTITUDE :

(I) Les journaux et périodiques doivent veiller à ne publier aucune matière inexacte, trompeuse ou déformée.

(II) S'il s'avère qu'une inexactitude significative, une déclaration trompeuse ou un compte-rendu déformé a été publié, il doit être rectifié rapidement, en accordant à la rectification l'importance qui convient.

(III) Des excuses doivent être publiées le cas échéant.

(IV) Un journal ou un périodique doit toujours rapporter fidèlement et exactement le résultat d'une action en diffamation dans laquelle il a été impliqué comme partie.

2. DROIT DE REPONSE :

Une possibilité de répondre à des inexactitudes doit être donnée loyalement à des personnes ou des organisations qui peuvent raisonnablement y prétendre.

3. COMMENTAIRE, CONJECTURE ET FAIT :

Les journaux, qui sont libres de prendre parti, doivent distinguer clairement entre commentaire, conjecture et fait.

4. VIE PRIVEE :

Les intrusions et enquêtes dans la vie privée d'une personne ne sont en général pas acceptables sans son consentement et une publication ne peut se justifier que dans l'intérêt du public. Celui-ci comprend :

- (I) La recherche ou la publication d'information sur un crime ou un grave délit.
- (II) La recherche ou la publication d'informations sur une conduite antisociale grave.
- (III) La protection de la santé et de la sécurité publiques.
- (IV) La prévention du public afin qu'il ne soit pas induit en erreur par une quelconque déclaration ou action de cette personne.

5. HOPITAUX :

- (I) Les journalistes ou les photographes menant des enquêtes dans des hôpitaux ou des établissements similaires doivent faire connaître leur identité auprès d'un responsable officiel de l'établissement et obtenir une autorisation avant de pénétrer dans les zones interdites au public.
- (II) Les restrictions quant aux immixtions dans la vie privée sont particulièrement pertinentes lors d'enquêtes sur des personnes dans des hôpitaux ou des établissements similaires.

6. DISSIMULATION DE L'ETAT DE JOURNALISTE :

- (I) Les journalistes ne doivent pas, en général, obtenir ou tenter d'obtenir des informations ou des images en recourant à une dissimulation de leur état de journaliste ou à un subterfuge.
 - (II) Sous réserve de l'intérêt public, ils ne doivent pas entrer en possession de documents ou de photographies sans le consentement exprès de leur propriétaire.
 - (III) Un subterfuge ne peut se justifier que dans l'intérêt public et seulement lorsque le matériel ne peut être obtenu d'aucune autre manière.
- Dans toutes ces dispositions, l'intérêt public comprend :

- La recherche ou la publication d'informations sur un crime ou un grave délit
- La recherche ou la publication d'informations sur une conduite antisociale grave
- La protection de la santé ou de la sécurité publiques
- La prévention du public afin qu'il ne soit pas induit en erreur par une quelconque déclaration ou action d'une personne ou d'une organisation

HARCELEMENT :

a - Les journalistes ne doivent jamais obtenir des informations ni des images en recourant à l'intimidation ou au harcèlement.

b - Sous réserve que leurs enquêtes soient dans l'intérêt du public, les journalistes ne doivent pas photographier des personnes sur leur domaine privé sans leur consentement; ils ne doivent pas poursuivre de leur assiduité, par téléphone ou par des questions, des personnes qui les ont priés de ne pas insister; ils ne doivent pas demeurer sur leur domaine privé après que ces personnes leur ont demandé de s'en aller et ils ne doivent pas les suivre.

L'intérêt public inclut :

- (I) La recherche ou la publication d'informations sur un crime ou un grave délit;
- (II) La recherche ou la publication d'informations sur une conduite antisociale grave
- (III) La protection de la santé ou de la sécurité publiques
- (IV) La prévention du public afin qu'il ne soit pas induit en erreur par une quelconque déclaration ou action de cette personne ou organisation

8. PAIEMENT POUR DES ARTICLES :

a - Les paiements ou offres de paiement pour des récits, des images ou des informations ne doivent pas être faits à des témoins ou éventuels témoins dans une procédure criminelle en cours, ni à des gens impliqués dans un crime ou qui s'y trouvent associés, sauf si l'information concernée doit être publiée dans l'intérêt public et qu'un paiement est nécessaire à cette fin.

L'intérêt public inclut :

- (I) La recherche ou la publication d'informations sur un crime ou un grave délit;
- (II) La recherche ou la publication d'informations sur une conduite antisociale grave
- (III) La protection de la santé ou de la sécurité publiques
- (IV) La prévention du public afin qu'il ne soit pas induit en erreur par une quelconque déclaration ou action de cette personne ou organisation

b - Par "associés", il faut entendre la famille, les amis, voisins et collègues de travail

c - Les paiements ne doivent pas être effectués par l'entremise d'agents, ni directement, ni indirectement.

9. INTRUSION EN CAS DE DETRESSE ET DE CHOC :

Dans les cas concernant des personnes dans la détresse ou sous le coup d'un choc, les enquêtes doivent être effectuées et les contacts pris avec compassion et discrétion.

10. PARENTS ET AMIS INNOCENTS :

La Presse doit, en général, renoncer à donner l'identité des parents et amis des personnes reconnues coupables ou accusées d'un crime, sous réserve que ces mentions soient nécessaires à un exposé des faits complet, loyal et exact du crime ou de la procédure judiciaire.

11. INTERVIEWS ET PHOTOGRAPHIES D'ENFANTS :

- (I) Les journalistes ne doivent pas, normalement, interviewer ou photographier des enfants de moins de 16 ans à propos de sujets concernant le bien-être personnel de l'enfant, en l'absence ou sans le consentement d'un parent ou d'un autre adulte responsable des enfants.
- (II) Les enfants ne doivent pas être abordés ou photographiés pendant qu'ils sont à l'école sans

autorisation des autorités scolaires.

12. LES ENFANTS DANS LES AFFAIRES DE MOEURS :

La Presse ne doit pas, même lorsque la loi ne l'interdit pas, donner l'identité d'enfants de moins de 16 ans qui sont mêlés à des affaires concernant des atteintes sexuelles, qu'ils soient victimes, témoins ou accusés.

13. VICTIMES DE CRIMES :

La Presse ne doit pas donner l'identité des victimes d'attentats sexuels ou publier des informations risquant de contribuer à une telle identification, sous réserve que la loi le lui permette.

14. DISCRIMINATION :

(I) La Presse doit éviter des allusions préjudiciables ou péjoratives quant à la race d'une personne, à sa couleur, à sa religion, à son sexe ou à son inclination sexuelle ou quant à toute maladie ou handicap d'ordre physique ou mental.

(II) Elle doit éviter de publier des détails concernant la race d'une personne, sa couleur, sa religion, son sexe ou son inclination sexuelle sous réserve que ces précisions soient directement nécessaires au récit.

15. JOURNALISME FINANCIER :

(I) Même lorsque la loi ne l'interdit pas, les journalistes ne doivent pas utiliser à leur propre profit des informations financières qu'ils reçoivent avant qu'elles ne soient largement publiées; ils ne doivent pas non plus transmettre de telles informations à des tiers.

(II) Ils ne doivent pas écrire à propos d'actions ou de titres lorsqu'ils savent qu'eux-mêmes ou leur proche famille ont un intérêt financier notable à leur rendement, sans faire part de cet intérêt au rédacteur en chef ou rédacteur responsable de la rubrique financière.

(III) Ils ne doivent pas acheter ou vendre, ni directement ni par des intermédiaires rémunérés ou non, des actions ou des titres à propos desquels ils ont écrit récemment ou ont l'intention d'écrire dans un proche avenir.

16. SOURCES CONFIDENTIELLES :

Les journalistes ont l'obligation morale de protéger leurs sources confidentielles d'information.

(Source: secrétariat de la Press Complaints Commission, Londres; traduction: D.C)

Pour les autres codes nationaux cités occasionnellement, on se rapportera à la revue Médiaspouvoirs, n°13, janvier 1989 (le Code de l'association américaine Sigma Delta Phi, le Code de conduite de l'Union nationale des journalistes de Grande-Bretagne, la Charte du journaliste français) et à B.Béguin: Journaliste, qui t'a fait roi ?, Lausanne 1988 (La Déclaration des devoirs et des droits de la Fédération suisse des journalistes).

